

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**MEDYA ENDÜSTRİSİNDE SERBEST (FREELANCE)
GAZETECİLERİN İŞGÜCÜ PİYASASI ANALİZİ**

DOKTORA TEZİ

Serpil ÇİĞDEM

Enstitü Anabilim Dalı : Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri

Tez Danışmanı: Doç.Dr. Ekrem ERDOĞAN

HAZİRAN-2019

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE'DE MEDYA ENDÜSTRİSİNDE SERBEST
(FREELANCE) GAZETECİLERİN İŞGÜCÜ PİYASASI
ANALİZİ**

DOKTORA TEZİ

Serpil ÇİĞDEM

Enstitü Anabilim Dalı : Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri

“Bu tez/....../201.. tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Prof. Dr. Melike Zafar Hırcan	Basarılı	
Doc. Dr. Helmi Bircan	Basarılı	
Prof. Dr. Ersin Kavi	Basarılı	
Doc. Dr. M. Gökler Ötdemir	Basarılı	
Doç. Dr. Ekrem ERDOĞAN	Basarılı	



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ SAVUNULABİLİRLİK VE ORJİNALLİK BEYAN FORMU

Sayfa : 1/1

Öğrencinin

Adı Soyadı	:	SERPİL ÇİĞDEM
Öğrenci Numarası	:	1360D05004
Enstitü Anabilim Dalı	:	ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ
Enstitü Bilim Dalı	:	
Programı	:	☐ YÜKSEK LİSANS ☒ DOKTORA
Tezin Başlığı	:	TÜRKİYE'DE MEDYA ENDÜSTRİSİNDE SERBEST (FREELANCE) GAZETECİLERİN İŞGÜCÜ PİYASASI ANALİZİ
Benzerlik Oranı	:	%7

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,

☐ Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi beyan ederim.

12/04/2019.
Öğrenci İmza

☐ Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez çalışması ile ilgili gerekli düzenleme tarafımda yapılmış olup, yeniden değerlendirilmek üzere@sakarya.edu.tr adresine yüklenmiştir.

Bilgilerinize arz ederim.

..../..../
Öğrenci İmza

Uygundur

Danışman
Unvanı / Adı-Soyadı: Doç.Dr. EKREM ERDOĞAN

Tarih:12/04/2019

İmza:

☐ KABUL EDİLMİŞTİR

☐ REDDEDİLMİŞTİR

EYK Tarih ve No:

Enstitü Birim Sorumlusu Onayı

ÖNSÖZ

Tez danışmanlığımı üstlenerek çalışmanın başlangıcından sonlandırıldığı ana kadar bilimsel destek ve önerilerinin yanı sıra her daim hoşgörü ve sabır ile bana yol gösteren değerli hocam ve tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Ekrem ERDOĞAN'a, bu çalışmanın ortaya çıkmasında yol gösterici olan ve katkılarını hiç esirgemeyen, paylaştığı fikir ve görüşleriyle şahsıma yeni bir vizyon katarak çalışmaya büyük katkısı olan değerli hocam Sayın Doç.Dr. Mustafa Çağlar ÖZDEMİR'e , bana kattıkları her şey için gönülden teşekkür ederim.

Bu tezin yazılması sürecinde, çalışmamı sahiplenerek bana hep olumlu tavsiyeler vermiş olan değerli hocam Sayın Prof.Dr. Melih Zafer Arıcan'a değerli katkı ve emekleri için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Ayrıca Sakarya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi Endüstri İlişkileri Bölümü'ndeki hocalarıma ve mesai arkadaşım Öğr.Gör.Dr. Emine BALCI 'ya çalışmalarına destekleri ve teşvikleri için teşekkür ederim.

Doktora eğitimim süresince her zaman yanımda olan, desteklerini esirgemeyen aileme, dostlarıma ve özellikle araştırmanın uygulama aşamasında emeği olan Esra SELAMET'e, sonsuz teşekkürler.

Son olarak bugünlere gelmemde büyük emek sahibi olan dedem Nazmi ÇİĞDEM'e ve Babaannem Sevdije ÇİĞDEM'e her zaman, her koşulda yanımda oldukları için minnet duygularıyla teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Serpil ÇİĞDEM

19.06.2019

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	vi
TABLO LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xii
GRAFİK LİSTESİ.....	xiii
ÖZET.....	xiv
SUMMARY	xv

GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: MEDYA ENDÜSTRİSİNDE İŞGÜCÜ PİYASASI DURUMU VE FREELANCE GAZETECİLER.....	12
1.1 Medya ve Medya Endüstrisi Kavramı	12
1.1.1 Medya Kavramı	12
1.1.2 Medya Endüstrisi Kavramı	14
1.2 Medyanın Tarihi Gelişimi.....	17
1.2.1 Dünyada Medya Endüstrisinin Gelişimi.....	17
1.2.2 Türkiye’de Medya Endüstrisinin Gelişimi.....	20
1.3 Dünya’da ve Türkiye’de Medya Endüstrisinin Mevcut Durumu	23
1.3.1 Dünya’da Medya Endüstrisinin Mevcut Durumu.....	23
1.3.2 Türkiye’de Medya Endüstrisinin Mevcut Durum	29
1.3.2.1 İktisadi Büyüklük	29
1.3.2.2 Medya Endüstrisinde İstihdam	33
1.4 Medya Endüstrisinin Alt Sektörleri	33
1.4.1 Televizyon Yayıncılığı.....	34
1.4.2 Yazılı Basın.....	35
1.4.3 Radyo Yayıncılığı	35
1.4.4 İnternet Yayıncılığı	35
1.5 Medya Endüstrisinde Değişim	36
1.5.1 Medya Endüstrisinde İletişim Teknolojilerindeki Değişim	36
1.5.1.1 Geleneksel ve Yeni Medya Teknolojileri.....	36
1.5.1.2 Dijital Devrim ve “Yeni Normal”	39
1.5.2 Medya Endüstrisinde Mülkiyet İlişkilerindeki Değişim	41

1.6 Gazetecilik Kavramı ve Türleri.....	43
1.6.1 Gazetecilik Kavramı	43
1.6.2 Basının İşlevi ve Önemi.....	44
1.6.3 Gazetecilik Türleri.....	46
1.6.3.1 Freelance Gazetecilik	46
1.6.3.2 Kadrolu Gazetecilik.....	46
1.6.3.3 Kaşeli Gazetecilik.....	46
1.6.3.4 Girişimci Gazetecilik.....	46
1.6.3.5 Yurttaş Gazeteciliği	47
1.6.3.6 Ajans Gazeteciliği	47
1.7 Gazeteciliğin Dönüşümü ve İnternet.....	48
1.8 Değişen Gazetecilik Kimliği ve Yetenekleri	54
1.8.1 Gazeteci Kimliğindeki Değişim.....	54
1.8.2 Gazeteci Yeteneklerindeki Değişim	57
1.9 Freelance Gazetecilik Kavram ve Kapsamı	60
1.9.1 Freelance Gazetecilik Kavramı	60
1.9.2 Freelance Gazeteciliğin Kapsamı	63
1.9.3 Freelance Gazeteciliğin Yapısı ve Organizasyonu	66
1.9.4 Freelance Gazeteciliğin Yasal Statüsü	68
1.9.5 Freelance Gazetecilerin Yaşamı ve Motivasyonu	72
1.9.5.1 Özerklik ve Kontrol İlişkisi	75
1.9.5.2 Girişimci Emek Ruhu ve Gig Ekonomisi	79
1.9.5.3 Sosyal İzolasyon ve Yalnızlık	82
1.10 Freelance Gazeteciliğe Yönelik Eleştiriler	84
1.10.1 Freelance İstihdam Statüsü: Portföy Kariyer ya da Güvencesiz İstihdam? ..	84
1.10.2 Freelance Emek Süreci ve Kendi Hesabına Çalışmanın Çelişkileri	89
1.10.3 Kayıt Dışı Girişimciliğin Yüceltilmesi	91
1.10.4 Bireyselleşen İş ilişkileri ve Ticari Sözleşmeler	93

BÖLÜM 2: İŞGÜCÜ PİYASASINDA ESNEKLEŞME, GÜVENCESİZ

İSTİHDAM ve FREELANCE ÇALIŞMANIN ANALİZİ	95
2.1 İşgücü Piyasasında Esnekleşme ve Esnek Çalışma Biçimleri	95
2.1.1 Esnek Çalışma Kavramı.....	95

2.1.2 Esnek Çalışmanın Gelişimi	101
2.1.3 Esnek Çalışma Türleri	106
2.1.3.1 4857 Sayılı İş Kanununda Esnek Çalışma Türleri	108
2.1.3.2 Diğer Esnek Çalışma Türleri	117
2.2 Güvencesiz İstihdam	136
2.2.1 Güvencesiz İstihdam Kavramı	136
2.2.2 Güvencesiz İstihdamın Gelişimi.....	143
2.2.3 Güvencesiz İstihdamın Özellikleri ve Düzgün İş İlişkisi	145
2.2.4 Esnek Çalışma Biçimleri ve Güvencesiz İstihdam İlişkisi.....	148
2.2.5 Güvencesiz İstihdamın Etkileri	152
2.2.5.1 Güvencesizliğin Nitelikler Üzerine Etkileri	153
2.2.5.2 Güvencesizliğin Ücretler Üzerine Etkileri	153
2.2.5.3 Güvencesizliğin Sosyal Haklar Üzerine Etkileri	154
2.2.5.4 Güvencesizliğin Ayrımcılık Üzerine Etkileri	155
2.3 Esnek Bir Çalışma Türü olarak Freelance Çalışmanın Analizi	158
2.3.1 Freelance Çalışma Kavramı	158
2.3.2 Freelance Çalışmanın Kapsamı.....	158
2.3.3 Freelance Çalışmanın Yasal Statüsü	160
2.3.4 Freelance Çalışmanın 4857 Sayılı İş Kanunun'da Yer alan Diğer Esnek Çalışma Türleri ile İlişkisi	162
2.4 Kendi Hesabına Çalışmanın Yükselen Trendi ve Yeni İşgücü.....	163
2.4.1 Durgunluk İticiliği Teorisi Çerçevesinde Kendi Hesabına Çalışma	167
2.4.2 Girişimci Çekiciliği Teorisi Çerçevesinde Kendi Hesabına Çalışma.....	168

BÖLÜM 3: FREELANCE GAZETECİLERİN İŞGÜCÜ PİYASASI ANALİZİ 170

3.1 Genel Olarak Medya Endüstrisinin İşgücü Piyasası Analizi	170
3.1.1 Medya Endüstrisi İşgücü Piyasasının Özellikleri	170
3.1.2 Medya Endüstrisi İşgücü Piyasasına Yönelik Mevzuat	173
3.1.2.1 Borçlar Kanunu	173
3.1.2.2 Basın İş Kanunu	174
3.1.2.3 Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu.....	174
3.2 Medya Endüstrisi İşgücü Piyasası Verileri	175
3.2.1 Dünyada Medya Endüstrisi İşgücü Piyasası Verileri.....	175

3.2.1.1 İstihdam	175
3.2.1.2 Cinsiyet.....	183
3.2.1.3 Endüstri İlişkileri	186
3.2.1.4 Kayıt dışılık	188
3.2.1.5 Meslek Örgütleri.....	189
3.2.1.6 Ayrımcılık.....	190
3.2.2 Türkiye’de Medya Endüstrisi İşgücü Piyasası Verileri.....	191
3.2.2.1 İstihdam	191
3.2.2.2 İşsizlik.....	195
3.2.2.3 Cinsiyet.....	196
3.2.2.4 İş Kazaları ve Meslek Hastalığı.....	197
3.2.2.5 Kayıtdışılık	198
3.2.2.6 Endüstri İlişkileri	199
3.2.2.7 Meslek Örgütleri.....	199
3.2.2.8 Ayrımcılık.....	200
3.3 Freelance Gazeteciliğin İşgücü Piyasası Analizi	201
3.3.1 İşgücü Sayıları	203
3.3.2 Çalışma Süreleri	205
3.3.3 Sözleşme Kapsamı.....	205
3.3.4 Ücret.....	206
3.3.5 İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları	208
3.3.6 Sosyal Güvenlik.....	209
3.3.7 İş-Yaşam Dengesi.....	209
3.3.8 Endüstri İlişkileri	210
3.3.8.1 Sendikal Temsil	210
3.3.8.2 Toplu Pazarlık	216

BÖLÜM 4: MEDYA ENDÜSTRİSİNDE FREELANCE GAZETECİLERİN

İŞGÜCÜ PİYASASI ARAŞTIRMASI.....	221
4.1 Araştırmaya İlişkin Genel Bilgiler	221
4.1.1 Araştırma Sorusu ve Varsayımlar	221
4.1.2 Araştırmanın Yöntemi	223
4.1.2.1 Nicel Veri Aşaması.....	227

4.1.2.2 Nitel Veri Aşaması	235
4.2 Nicel Analiz ve Değerlendirme.....	242
4.2.1 Demografik Özellikler	242
4.2.1.1 Yaş ve Cinsiyete Göre Freelance Gazetecilerin Dağılımı	242
4.2.1.2 Eğitim ve Medeni Duruma Göre Freelance Gazetecilerin Dağılımı	243
4.2.1.3 Hizmet Yılına Göre Freelance Gazetecilerin Dağılımı	244
4.2.2 İstihdam ve İşsizlik ve Durumları	246
4.2.3 Freelance Gazetecilerin Ücret Durumu.....	249
4.2.4 Freelance Gazetecilerin İş Bulma Stratejileri ve Sözleşme Biçimleri	250
4.2.4.1 İş Bulma Stratejileri.....	250
4.2.4.2 Sözleşme Biçimleri.....	255
4.2.5 Freelance Çalışma Motivasyonları.....	256
4.2.6 Çalışma Süreleri.....	260
4.2.7 Örgütlenme ve Toplu Pazarlık	261
4.2.8 Freelance Gazetecilerin Sahip Olması Gereken Nitelikler ve Kariyer Yönetimi	262
4.2.9 Sosyal Güvenlik Durumu ile İş Sağlığı ve Güvenliği.....	270
4.2.10 Ayrımcılık	273
4.2.11 İş-Yaşam Dengesi	275
4.3 Nitel Analiz ve Değerlendirme	278
4.3.1 Freelance Gazeteci Kavramının Tanımlanması Sorunu	278
4.3.2 Freelance Çalışma Paradoksu: Özgürlük ya da Güvencesizlik	283
4.3.3 Çalışma Zamanı ve İş Yükü: İş - Yaşam Dengesi Sorunu	290
4.3.4 Finansal Zorluklar ve Baş etme Yöntemleri	294
4.3.5 Sosyal Güvenlik Riskleri ve Sağlık	298
4.3.6 Değişen Kariyer Algısı ve Nitelikler	301
4.3.7 Sosyal İzolasyon ve Örgütlenme Sorunu	305
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	308
KAYNAKÇA	321
EKLER.....	352
ÖZGEÇMİŞ.....	360

KISALTMALAR

AA	: Anadolu Haber Ajansı
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AFP	: Agence France Presse
AFVPA	: Reklam Filmi ve Video Bantlar Üreticileri Derneği
AP	: Associated Press
BECTU	: Yayıncılık, Eğlence, İletişim ve Tiyatro Birliği
BK	: Birleşik Krallık
CAGR	: Bileşik Yıllık Büyüme Oranı
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
ÇGD	: Çağdaş Gazeteciler Derneği
DHA	: Demirören Haber Ajansı
DJV	: Almanya Gazeteciler Federasyonu
EFJ	: Avrupa Gazeteciler Federasyonu
EIRO	: Avrupa Endüstriyel İlişkiler Gözlemevi
EUROSTAT	: Avrupa İstatistik Ofisi
FG	: Freelance Gazeteci
FNSI	: Ulusal İtalyan Basın Federasyonu,
GSMH	: Gayri Safı Milli Hasıla
IAB	: İnteraktif Reklamcılık Bürosu
ICLS	: Uluslararası Çalışma İstatistikçileri Konferansı
IFJ	: Uluslararası Gazeteciler Federasyonu
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
IMF	: Uluslararası Para Fonu
IMWF	: Uluslararası Medya Kadınları Vakfı

ITUC	: Uluslararası Sendikalar Konfederasyonu,
İHA	: İhlas Haber Ajansı
KG	: Kişisel Görüşme
KMSfB	: Sanat, Medya, Spor, Liberal Meslekler Sendikası
LAREG	: İşçi Hakları Uzman Grubu'nu
M.Ö.	: Milattan Önce
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TGC	: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TGS	: Türkiye Gazeteciler Sendikası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
vd.	: Ve diğerleri
WWW	: World Wide Web

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Değişen Dijital İstatistiki Göstergeler	50
Tablo 2: Türkiye’de Dijital İstatistiki Göstergeler, 2016.....	53
Tablo 3: Tucker’in Güvencesizlik Göstergeleri	151
Tablo 4: Basın Sektöründe İstihdam 2002-2004.....	177
Tablo 5: AB Ülkelerinde Yayıncılık ve Bilgi Hizmetleri Faaliyetlerinde İstihdam (Bin), 2016.....	178
Tablo 6: Kültürel İstihdam (2010, 2013, 2015)	180
Tablo 7: Kültürel İstihdamda Kadın (Bin)	184
Tablo 8: Cinsiyet ve Ayrıntılı Ekonomik Faaliyete Göre İstihdam (15 yaş üstü) Bin, 2016	185
Tablo 9: Ulusal Sendikalar ve İşveren Dernekleri - Pazarlık Düzeyleri	187
Tablo 10: Merkezi Brüksel’de Olan Gazeteci Birlikleri	189
Tablo 11: Yazılı Medya Çalışanlarının Eğitim Durumuna ve Çalıştıkları Birime Göre Dağılımı	192
Tablo 12: Gazete ve Dergilerin Yayın Bölümünde Çalışan Personelin Kadrolarına Göre Sayısı, 2012 ve 2017	193
Tablo 13: Yazılı Medyada Çalışanların Mezun Oldukları Bölüme Göre Gazete ve Dergilerde İstihdamı, 2012 ve 2017	194
Tablo 14: Basın Kartı Olan Yazılı Medya Çalışanlarının Dağılımı, 2012 ve 2017	195
Tablo 15: En Son Mezun Olunan Okul Türüne Göre İstihdam ve İşsizlik Oranı, 2017	195
Tablo 16: Gazetecilik ve Enformasyon Bölümü Mezunlarının İstihdam ve İşsizlik Oranı	196
Tablo 17: Yazılı Medyada Kadın İstihdamı, 2017	197
Tablo 18: Basın Sektöründe Sendikalar	199
Tablo 19: Yayıncılık Alanında Kadınların Yönetim Kademelerindeki Temsili, 2017	200
Tablo 20: Bazı Avrupa Ülkelerinde Toplam Gazeteci ve Freelance Gazeteci Sayısı..	204
Tablo 21: Freelance Gazetecilerin (FG) Ortalama Yıllık Brüt Ücretleri	207
Tablo 22: Freelance Gazetecilerin (FG) Sendikalara Üyelik Durumu.....	211
Tablo 23: Sendikaların Freelance Gazetecilere Yönelik Faaliyet Alanları	213
Tablo 24: Bazı Ülkelerde Freelance Gazeteciler için Sendikal Temsil ve Toplu Pazarlık	214
Tablo 25: Freelance Gazetecilerin Toplu Pazarlık Kapsamı.....	217
Tablo 26: Araştırma Sorularının Oluşturulmasına Yönelik Sınıflandırma	237
Tablo 27: Freelance Gazetecilerin Cinsiyete Göre Dağılımı	242

Tablo 28: Freelance Gazetecilerin Yaş Dağılımı (%)	243
Tablo 29: Freelance Gazetecilerin Eğitim Durumu (%)	244
Tablo 30: Freelance Gazetecilerin Medeni Durumuna Göre Dağılımı	244
Tablo 31: Daha Önce Gazetecilik Alanında, Belirli Bir İş Sözleşmesine Bağlı Olarak; Güvenceli, Tam Zamanlı ve Sürekli Bir İşte Çalışma Durumu	245
Tablo 32: Tablo: Freelance Gazetecilerin Hizmet Yılına Göre Dağılımı	245
Tablo 33: Freelance Gazeteciliği Asıl İşiniz Olarak Görüyor musunuz? Sorusunun Dağılımı	246
Tablo 34: Freelance Gazeteci Olarak Yaptığınız İş Nedir?	246
Tablo 35: Freelance Gazetecilik Yapmaya Başlamadan Önce Hangi İş Yapıyordunuz?	247
Tablo 36: Freelance Gazeteciliğe Ek Olarak Hali Hazırda Yaptığınız Başka Bir İş Var mı? Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı	247
Tablo 37: Freelance Gazeteciliğe Ek Olarak Çalıştığınız İstihdam Biçimini Tanımlayabilir misiniz? Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı.....	247
Tablo 38: Freelance Gazeteci Olarak Çalışırken Son 4 Hafta İçinde Başka Bir İş Arama Girişiminde Bulundunuz mu? Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı.....	248
Tablo 39: Başka bir İş Bulmanız Halinde Freelance Gazeteciliği Bırakıp Tam Zamanlı ve Sürekli Bir İşte Çalışır mısınız?	248
Tablo 40: Freelance Gazeteciliğin Sahip Olduğunuz Niteliklerinize Uygun Yeterlilikte Bir İş Olduğunu Düşünüyor musunuz?	249
Tablo 41: Freelance Gazetecilerin Yıllık Gelir Durumu ve Yıllık Gelirin Freelance Çalışma Payı	249
Tablo 42: “Freelance Gazeteci Olarak Ücretimi Belirlenen Tarihte Alabiliyorum” Yargısına Katılım Düzeyi.....	250
Tablo 43: “Freelance Gazeteci Olarak Çevremden Aldığım Duyumlar (Aktif Ağ Değil) Doğrultusunda İş Buldum” Yargısına Katılım Düzeyi	251
Tablo 44: Freelance Gazeteci Olarak Online Ağ Üzerinden (Örneğin Sektörel Ağlar, Platformlar) Bağlantılar Kurarak İş Buldum.”Yargısına Katılım Düzeyi....	251
Tablo 45: “Freelance Gazeteci Olarak Tavsiye Üzerine (Meslek Otoriteleri, Meslek Örgütleri, Aile, Arkadaşlar, Akademisyenler... vd) İş Buldum” Yargısına Katılım Düzeyi	252
Tablo 46: “Freelance Gazeteci Olarak Profilimi Sosyal Medya Yoluyla Tanıtarak İş Buldum” Yargısına Katılım Düzeyi	253
Tablo 47: “Freelance Gazeteci Olarak Daha Önceki Ücretli İş Deneyimlerimden Faydalanarak İş Buldum.” Yargısına Katılım Düzeyi.....	253
Tablo 48: “Freelance Gazeteci Olarak Sektördeki Bağlantılar (Örneğin Mesleki Etkinlikler) Yoluyla İş buldum.” Yargısına Katılım Düzeyi.....	253
Tablo 49: “Freelance Gazeteci Olarak Yazılarımı Blog Yoluyla Sergileyerek İş Buldum” Yargısına Katılım Düzeyi	254

Tablo 50: “Freelance Gazeteci Olarak Stajda Tanıştığım Kişiler Yoluyla İş Buldum” Yargısına Katılım Düzeyi.....	254
Tablo 51: “Freelance Gazeteci Olarak İş Anlaşmam Yazılı Şekildedir”Yargısına Katılım Düzeyi	256
Tablo 52: “Freelance Gazeteci Olarak İş Anlaşmam Sözlü Şekildedir” Yargısına Katılım Düzeyi	256
Tablo 53: “Çalışma Saatleri Konusunda Daha Fazla Esneklik Sunduğu İçin Freelance Gazeteciliği Seçtim” Yargısına Katılım Düzeyi.....	257
Tablo 54: “Düşünce ve İfade Özgürlüğüne Yönelik Baskılardan Kurtulmak için Freelance Gazeteciliği Seçtim” Yargısına Katılım Düzeyi	258
Tablo 55: “Daha Fazla Özerklik ve Özgürlük Sağladığı için Freelance Gazetecilik Yapıyorum” Yargısına Katılım Düzeyi.....	258
Tablo 56: “Kurumsal Gazetecilikteki Bürokratik Sorumluluklar Beni Freelance Gazeteci Olmaya Yönlendirdi” Yargısına Katılım Düzeyi	259
Tablo 57: “Gazetecilik Alanından Gelmeyen Yöneticiler ile Fikir Uyuşmazlığı Yaşadığım İçin Freelance Gazetecilik Yapıyorum” Yargısına Katılım Düzeyi	259
Tablo 58: “Girişimcilik (Fırsatları Görüp Paraya Çevirebilme) Özelliğine Sahip Olduğum için Freelance Gazetecilik Yapıyorum”Yargısına Katılım Düzeyi	260
Tablo 59: Gazetecilik Alanında Kendi Niteliklerime Göre İş Bulamadığım ve Farklı Bir Sektörde Çalışmak İstemediğim İçin Freelance Gazetecilik Yapıyorum” Yargısına Katılım Düzeyi.....	260
Tablo 60: Freelance Gazetecilerin Çalışma Saatleri	261
Tablo 61: Freelance Gazeteci Olarak Gece Çalışması Da Yapiyor Musunuz? Sorusuna Katılım Düzeyi	261
Tablo 62: Freelance Gazetecilerin Sendikaya Üyelik Durumu.....	262
Tablo 63: “Freelance Gazetecilik, Portföyümü Arttırma İmkânı Sunmaktadır.” Yargısına Katılım Düzeyi.....	263
Tablo 64: “Freelance Gazetecilik, Emeklilik Sonrasında Gazeteciliğe Devam Etme imkânı Sağlamaktadır.” Yargısına Katılım Düzeyi.....	263
Tablo 65: “Freelance Gazetecilik, İşi Öğrenme ve Tecrübe Etme Fırsatı Sağlamaktadır“ Yargısına Katılım Düzeyi.....	264
Tablo 66: “Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Hem Metin Yazarlığı, Hem Videografi, Hem Fotoğraf Çekebilme Konusunda Nitelikli Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi.....	265
Tablo 67: “Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Etkin Sosyal Medya Kullanımına Sahip Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi	265
Tablo 68: “Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Web ve Mobil İçin İçerik Geliştirme Yeteneklerine Sahip Olunmalıdır”Yargısına Katılım Düzeyi.	266

Tablo 69: “Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Girişimci Özelliklere Sahip Olunmalıdır.” Yargısına Katılım Düzeyi.....	267
Tablo 70: “Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin İnternetteki Arama Kanallarını (Google vs) Etkin Kullanabilme Becerilerine Sahip Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi.....	268
Tablo 71: “Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Yaratıcı Düşünme ve Bunu Haber İçeriğine Dönüştürme Becerisine Sahip Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi.....	268
Tablo 72: “Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Pazarlama Becerisine Sahip Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi.....	269
Tablo 73: “Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Etkin İletişim Becerilerine Sahip Olunmalıdır.” Yargısına Katılım Düzeyi.....	270
Tablo 74: “Freelance Gazetecilerin Sosyal Güvenlik Durumu.....	271
Tablo 75: “Freelance Gazetecilik Faaliyetleriniz Sırasında Bir İş Kazası Yaşadınız mı?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı	272
Tablo 76: “Freelance Gazetecilik Faaliyetlerinizden Dolayı Bir Meslek Hastalığına Yakalandınız Mı?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı	272
Tablo 77: İş Sağlığı ve Güvenliği Tedbirleri	273
Tablo 78: “Freelance Gazeteci Olarak Yasalarca Tanımlanan İş Kazası ve Meslek Hastalığı Tanımlarının İçeriği, Kapsamı Hakkında Eğitim Aldınız mı?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı	273
Tablo79: “Freelance Gazeteci Olarak Diğer Kurumsal Gazetecilere Kıyasla Ayrımcılığa Maruz Kaldığınızı Düşünüyor Musunuz?Yargısına Katılım Düzeyi.....	274
Tablo 80: Hangi Konularda Ayrımcılık Yaşadığınızı Düşünüyorsunuz? Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı	275
Tablo 81: “Freelance Gazeteci Olarak Çalışma Saatleri Yaşam Kalitemi Olumsuz Etkilemektedir. “Yargısına Katılım Düzeyi	276
Tablo 82: “Freelance Gazeteci Olarak Çalışma Saatleri Kendime Daha Çok Zaman Ayırmamı Sağlamaktadır.” Yargısına Katılım Düzeyi.....	276
Tablo 83: “Freelance Gazeteci Olarak Çalışma Saatleri Aileme Daha Fazla Zaman Ayırmamı Sağlamaktadır.” Yargısına Katılım Düzeyi.....	277
Tablo 84: “ Gazetecilik Yapararak Daha İyi İş-Yaşam Dengesi Kurabiliyorum” Yargısına Katılım Düzeyi	277
Tablo 85: “Freelance Gazeteci Olarak Çalışma Saatlerinden Memnunum” Yargısına Katılım Düzeyi	277

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Türkiye’de Sosyal Medya Kullanım Oranları, 2016 %.....	120
Şekil 2: Bağımlı Kendi Hesabına Çalışma, Bağımlı İstihdam ve Kendi Hesabına Çalışma	123
Şekil 3: Portföy Çalışma Modeli	128
Şekil 4: Güvencesiz Çalışma –Standart Dışı İstihdam	140
Şekil 5: Araştırma Soruları	222
Şekil 6: Araştırma Deseni.....	227
Şekil 7: Anket Araştırması Sürecinde Adımlar	229



GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: 2017 Medya Yatırımları (%).....	31
Grafik 2: 2016-2017 Medya Yatırımlarındaki Değişim	32
Grafik 3: Yazılı Medya Yayın Sayısı 2013-2016 (Bin).....	33
Grafik 4: Mobil Haber Uygulamalarını Kullanan İnternet Kullanıcıları 2012-2016 (%).....	46
Grafik 5: ABD’de Sosyal Medya Kullanıcılarının Site Üzerinden Haberlere Erişim Oranı (2013,2016) (%)	51
Grafik 6: ABD ‘de Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanıcılarının Site Üzerinden Haberlere Erişim Oranı (2016) (%).....	52
Grafik 7: Türkiye’de Sosyal Medya Kullanım Oranları, 2016 (%).....	53
Grafik 8: Toplam Kültürel İstihdam (%) (2015)	181
Grafik 9: Kültürel İstihdamda Kendi Hesabına Çalışma ve Tam Zamanlı Çalışma, 2015.....	182
Grafik 10: 2015 yılı Kendi Hesabına Çalışan Yazar, Sanatçı ve Gazetecilerin Toplam İstihdam ile Kıyaslaması (%)	183
Grafik 11: Kültür, Sanat, Eğlence, Dinlence ve Spor Faaliyet Kolunda Kayıt Dışı Çalışma, 2017	198

Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Özeti

Yüksek Lisans	☐	Doktora	☒
Tezin Başlığı: Medya Endüstrisinde Serbest (Freelance) Gazetecilerin İşgücü Piyasası Analizi			
Tezin Yazarı: Serpil ÇİĞDEM		Danışman: Doç.Dr. Ekrem ERDOĞAN	
Kabul Tarihi: 19 Haziran 2019		Sayfa Sayısı: xvii (ön kısım)+ 351 (tez)+9(ek)	
Anabilim Dalı: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri			
Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de medya sektöründe freelance gazetecilerin işgücü piyasasını analiz etmektir. Son yıllarda, başta Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) olmak üzere Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) ve Avrupa Gazeteciler Federasyonu (EFJ) tarafından yayımlanan raporlarda, medyada işin doğasının değiştiği ve güvencesiz çalışmanın arttığı vurgulanmaktadır. Sektörde esnek çalışma biçimlerinin yaygınlaşmasıyla iş gücü piyasası ve iş organizasyonu yapısında değişimler meydana gelmektedir. Medya sektörünün belirsiz sözleşmelerle ve esnek çalışma ile karakterize güvensiz bir çalışma geleneği bulunmasına rağmen, son yıllarda medya endüstrisinin liberalizasyonu ve dijital teknolojilerin etkisiyle ortaya çıkan yeni iş modelleri ve istihdam biçimleri, sektörde güvencesizliğin normalleşmesine yol açmaktadır. Özellikle freelance gazeteciliğin geleneksel kimliği, hızlı değişim geçiren endüstri tarafından yeniden şekillendirilmekte ve freelance çalışma, yeni bir prekarizasyon sürecinin parçası haline gelmektedir. Bu süreç, haberin kalitesini aşındırarak demokrasi kültürüne ve dolayısıyla demokratik toplum yapısına da zarar vermektedir. Bu çalışmada veri toplama tekniği olarak açıklayıcı-sıralı karma yöntem deseni kullanılmıştır. Bu yöntem, Türkiye’de freelance gazeteciliğin profesyonel gerçekliğini ortaya koymada tek başına niceliksel ve niteliksel yöntemlerin yeterli olmadığı düşünüldüğü için tercih edilmiştir. Niteliksel ve niceliksel araştırma yöntemleri bir arada kullanılarak her iki yaklaşımın da avantajlı yönleri araştırmanın sonucunu daha net görmeye imkan sağlamaktadır. Anket verileri SPSS 20.0 paket programına aktarılarak analiz edilmiştir. Freelance gazetecilerin işgücü piyasası analizini ölçmek için hazırlanan ölçeğin Cronbach’ın Alpha Değeri 0,950 olarak bulunmuştur. Nitel veriler, betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular, freelance gazetecilerin medya endüstrisindeki rollerinin değiştiğini, medya endüstrisindeki dijital gelişmelerin freelance gazeteciler açısından yeni iş ve freelance gazetecilerin kariyerlerinde yeni beceriler geliştirme şansı yarattığını; fakat aynı zamanda sektörde güvencesiz çalışmanın yaygınlaştığını ortaya koymuştur. Freelance gazeteciler açısından ücret konusunun en büyük sorunu oluşturduğu ve ücret konusundaki sorunlara bağlı olarak sosyal güvenlik ödemelerinin gerçekleşmediği ve iş güvenliği tedbirlerinin de ihmal edildiği görülmüştür.			
Anahtar Kelimeler: Medya Endüstrisi,, Gazetecilik, Güvencesiz Çalışma, Freelance Çalışma,Freelance Gazetecilik, Kendi Hesabına Çalışma			

Sakarya University
Institute of Social Sciences Abstract of Thesis

MasterDegree	☐	Ph.D.	☒
Title of Thesis: Labor Market Analysis of Freelance Journalists in the Media Industry			
Author: Serpil ÇİĞDEM Supervisor: Assoc. Prof. Ekrem ERDOĞAN			
Date: June, 19 th , 2019 Number of Pages: xvii (pre text) + 351 (main body)+8(App.)			
Department: Labour Economics And Industrial Relations			
The aim of this study is to analyze the labor market of freelance journalists on media industry in Turkey. Recently, it has been emphasized on the reports by International Federation of Journalists (IFJ), European Federation of Journalists (EFJ) and especially International Labor Organization (ILO) that the nature of media has changed and precarious employment has increased. Changes in the structure of the labor market and work organization occur with the expansion of flexible employment arrangements styles in the sector. Media industry already has a long and unreliable working hours characterized with employment contract of indefinite duration and flexible working. However, in recent years new business models and employment forms emerging from the liberalization of media industry and digital technologies have had an important role in the normalization of precarity. Especially the traditional identity of freelance journalist has been reshaped by the rapidly changing industry and it has become a part of a new precarisation process. This process, by eroding the quality of the news, also harms the democracy culture and hence the democratic society structure. In this study that mentions about labor market status of freelance journalists connected with changes in media industry, exploratory sequential mixed method design have been used as data collection tool. This method has been selected because of the fact that only quantitative and qualitative research methods are not enough to find out the professional reality of freelance journalist in Turkey. The advantageous aspects of both approaches by using quantitative and qualitative research methods together help us to see the result of the research clearly. The data of the questionnaire were transferred to SPSS 20.0 package program and analyzed. The Cronbach's Alpha value of the scale, which was prepared to measure the labor market analysis of freelance journalists, was found to be 0.950. Qualitative data were analyzed by descriptive analysis method. The findings have showed that the roles of freelance journalists in media industry have changed and digital developments in media industry have created a chance of finding new job and developing new skills in the careers of freelance journalist and that precarious work has become widespread. . In addition to this, the wage for freelance journalist has been a big problem and due to this, social insurance payments and labor safety precaution have remained outstanding.			
Anahtar Kelimeler: Media Industry, Journalism, Precarious Work, Freelance Work, Freelance Journalism, Self-Employment			

GİRİŞ

Araştırmanın Konusu

Medya endüstrisi; ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler nedeniyle, son yirmi yılda önemli bir değişim geçirmiştir. Bu değişim, işgücü piyasasının yapısında da değişiklikler anlamına gelmektedir. Gazeteciler ve medya çalışanları, atipik ve sözleşmeye bağlı işlerde giderek daha fazla çalışmak zorunda kalmaktadır. Özellikle yaşanan mali kriz, gazetecilerin istihdam olasılığını azaltmakta ve freelance çalışanlar gibi atipik çalışanların sayısının artmasına yol açmaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Avrupa Gazeteciler Federasyonu (EFJ) ve Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ), medya endüstrisindeki değişen istihdam ilişkilerine yönelik çalışmalar yapmakta ve bu konuya özel ilgi göstermektedir. Medya endüstrisinde gazeteciler ve diğer medya çalışanları için standart dışı istihdam biçimlerinin yaygınlaştığı ve normalleştiği belirtilmektedir. Bir çok ülkede medya endüstrisinde, işgücü piyasasının esnekleştirilmesine ve yeniden yapılandırılmasına, yeni istihdam olanakları ve çalışma biçimleri eşlik etmektedir. Bu, sektörde tam zamanlı ve güvenceli çalışanların sayısının azaltılması, dış kaynak kullanımı, off-shoring ve atipik işlerin büyümesi gibi diğer ana eğilimlere paralel olarak ilerlemektedir. Büyük şirketler, iş sürecinin büyük bir bölümünü dışarıdan temin etmektedir. Nitekim neoliberal ideoloji, işgücü piyasalarının esnek ve rekabetçi hale gelmesini zorunlu kılmaktadır ve esnek çalışma biçimleri, çalışanları, güvencesiz çalışma koşullarının var olduğu yeni bir düzenin içine itmektedir.

İşgücü piyasasındaki eğilimler, sadece çalışma hayatı üzerinde bir etkiye sahip değildir. Henrik Örnebring (2009:2), son yıllarda özellikle profesyonel gazeteciliğin ve etik habercilik anlayışının öneminin azaldığına vurgu yapmaktadır. Gazetecilik mesleğindeki bu değişimin nedeni, yeni dünyada meslek ve profesyonellik kavramlarındaki değişimin nedenlerinden farklı değildir. İşgücü piyasalarının esnekleşmesi, yeni istihdam biçimlerinin yükselişi, teknolojik gelişmeler ve işgücünün beceri ve nitelik olarak yetersizliği konusundaki eğilimler, bu değişimin nedenleri olarak görülmektedir. Dolayısıyla gazetecilerin işgücü piyasasındaki genel durumu, gazetecilik mesleğindeki dönüşümü ve haberin niteliğini de doğrudan etkilemektedir.

Freelance gazeteciler; herhangi bir işverene uzun vadeli sözleşmelerle bağlı olmayan, çeşitli müşteriler için kısa vadeli projelerde çalışan ve ücretini ürettiği içerik başına alan kişilerdir.

Freelance gazetecilik, işgücü piyasası koşullarına göre yeniden yapılandırılarak günümüzde esneklik uygulamalarının bir aracı haline gelmiştir. Özellikle tam zamanlı haber muhabirlerinin profesyonel kimlikleri aşınarak, günlük çalışan, çok yönlü yeteneklere sahip freelance gazeteciler piyasada yaygınlaşmaktadır. Freelance çalışmanın sektörde yaygın bir çalışma biçimi haline geldiği ve bir çok kişinin freelance çalıştığı görülmektedir (ILO, 2014; Walters, Warren ve Dobbie, 2006).

Medya endüstrisinde freelance çalışma, 1920 ve 1930'larda profesyonel gazetecilerin tercih ettiği bir çalışma biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Fakat, medya alt sektörleri ve işverenler arasındaki hareketlilik yüksek olmasına rağmen, 1980'lere kadar sektörde hakim olan çalışma biçimi, tam zamanlı istihdam olmuştur. Bununla birlikte, 1980'lerin ortalarından itibaren, sektörün serbestleştirilmesi, rekabetin yoğunlaşması, toplu pazarlıkların zayıflaması ve hızlı teknolojik gelişmeler gibi bir dizi köklü değişim gerçekleşmeye başlamıştır. 1990'ların ortalarına gelindiğinde ise, bir zamanlar kalıcı olan pek çok iş artık freelance çalışanlar tarafından yapılmaya başlanmıştır. Örneğin, yayıncılık alt sektöründe freelance çalışanlar 1989'da toplam iş gücünün % 39'undan 1994 'te % 54'e yükselmiştir. Bu eğilimler yalnızca televizyonda, film ve video alt sektörlerinde değil, aynı zamanda kitap yayıncılığı ve dergi yayıncılığı alanında da benzer biçimde gerçekleşmiştir (Platman, 2004:578). Dolayısıyla freelance çalışma, medya sektöründe geleneksel olarak var olan bir çalışma biçimi olsa da, zaman içerisinde güvencesizliğin bir aracı haline gelmiştir. Özellikle son yıllarda krizin etkisiyle artan işsizliğe bağlı olarak yaygınlaşmıştır. Bu konuda gerçekleşen popüler söylem, özellikle ekonomik durgunluk ve teknolojik gelişmelere dayalı olarak freelance çalışmanın sektörün genelinde düşük ücretli, güvencesiz bir çalışma biçimi olarak normalleştiği yönündedir (Deuze, 2007; Baumann, 2002:28).

Freelance çalışmanın ülkeler açısından tanımlanmış yasal bir statüsü yoktur. Fakat freelance çalışmanın yaygınlaşması ve ekonomik performans üzerindeki katkısının artmasıyla birlikte, ülkelerin bu konuyu gündemlerine almaya ve bu yönde düzenlemeler yapmaya başladıkları görülmektedir.

Özellikle ILO, son beş yılda bu konuda çeşitli raporlar yayımlayarak freelance çalışmanın sektördeki etkilerini araştırmaktadır.

IFJ ve EFJ de freelance gazetecilerin çalışma hayatında karşılaştıkları zorluklara ilişkin raporlar hazırlayarak konunun önemine vurgu yapmaktadır (ILO, 2014; Walters, Warren, Dobbie, 2006; Nies ve Pedersini, 2003). Medya sektörü, dijital teknolojilerin gelişmesiyle giderek büyümekte ve artık daha fazla sayıda insan gönüllü ya da zorunlu olarak sektörde freelance olarak çalışmaktadır (Spilsbury, 2016).

Medya çalışanlarının girişimcilik, özerklik, kendi patronu olma gibi olgularla süslenerek portföy kariyer adı altında kamufle edilen bu sisteme gönüllü olarak katıldığı ve yeni çalışma biçimlerinin geleneksel kalıpları yıktığı iddia edilmektedir (Stanworth ve Stanworth, 1997). Freelance çalışanların, kendi yaşam ve çalışma koşullarını kendilerinin seçtiği, bunları nispeten özgürce ve özerk bir biçimde yaptığı ifade edilmektedir. Oysa çalışma hayatına ilişkin veriler, medya kuruluşlarının işgücü maliyetlerinden kurtulmak için freelance gazetecileri tercih ettiklerini göstermektedir. Nitekim gazeteciler, ticarileşen geçici sözleşmeler ile yasal haklarından mahrum bırakılmaktadır (Nies ve Pedersini, 2003; Bibby, 2014). Özneler gerçekte özerklik, özgürlük sağlamak yerine özgür ve özerk olduklarına ilişkin bir ilişki düzlemi tesis edilmektedir. Böylece “normal” in bu olduğuna yönelik ortak kanaat oluşturularak öznelerin kendi kendilerinin girişimcileri olmaları sağlanmaktadır (Kelly, 2016:37; Lemke, 2015:27).

Yeni iletişim teknolojileri, özellikle internet teknolojisinin ortaya çıkışıyla gazetecilik faaliyetlerinin, yazılı medya haricinde çeşitli dijital platformlarda da yapılması olanaklı hale gelmiştir. İnternet teknolojilerinin gelişmesi, yeni medyanın oluşumundaki en önemli etmen olmuştur. Özellikle mobil teknolojilerin gelişmesiyle birçok genç gazetecinin, kariyer tercihi olarak freelance çalışmaya yöneldiği de göz ardı edilmemesi gereken bir seçenektir. Nitekim, yeni dünyanın yeni yükselen işgücü, girişimci ruha sahip, ebeveynlerinin geleneksel çalışma pratiklerini yadsıyan, hayatı boyunca tek bir kurumda belirli bir zaman dilimi içinde çalışmayı kabullenmeyen, esnek bir çalışma anlayışına sahip olmaktadır. Dijital teknolojileri etkin bir şekilde kullanan ve eğlenceli boş vakit etkinlikleri için daha fazla iş dışı zamana sahip olmak isteyen yeni mezun genç gazeteciler için freelance çalışma, yeni bir kariyer hedefi olarak da sektörde yerini almaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma; medya endüstrisinde meydana gelen değişimler temelinde Türkiye’de freelance gazetecilerin işgücü piyasasını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Freelance gazetecilerin istihdam, işsizlik, ayrımcılık, ücret, çalışma saatleri, iş yaşam dengesi, motivasyonu, kayıt dışılık, iş sağlığı ve güvenliği durumu ile başarılı bir kariyer yaratma ve sürdürme fırsatları tespit edilerek değişen medya ortamına nasıl adapte oldukları (veya olmadıkları) ortaya koyulmaktadır.

Araştırmanın Önemi

Bilimsel araştırmalar genel olarak literatüre sağladığı katkı ölçüsünde önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın da, hem kuramsal hem de pratik olarak literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Gazetecilik özel ve toplumsal önemi olan bir meslek olarak görülmekte ve günlük gerçeklerin yaratılmasında büyük bir role sahip olduğu kabul edilmektedir. ILO 1928 yılında "gazetecilerin yaşam ve çalışma koşulları üzerine" bir rapor yayımlamış ve burada, gazetecilerin çalışma yaşamında özel bir yerinin olduğu vurgulanmıştır. Rapora göre, gazeteciler ne el emeği ile çalışan kişilerdir, ne de tam anlamıyla fıkren çalışanlara benzemektedir. Bu yüzden gazeteciler için özel bir statü tanınması zorunlu olmuştur. Çünkü basın, toplumsal yapılanmaya ve demokrasinin gelişmesine katkıda bulunma sorumluluğu ve görevi açısından önemli bir araçtır. Kamuoyu oluşturarak ya da oluşturmada toplumları ve kültürel değerleri etkileme işlevlerine sahiptir. Gazetecilere yönelik yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak gazetecilik pratikleri ve etik üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Fakat çalışma hayatındaki değişimlerin gazetecilerin çalışma pratiklerine ve mesleki kimliklerine etkisi oldukça fazla olmaktadır. Dolayısıyla son yıllarda medyada işin yapısının değişerek yeni esnek çalışma biçimlerinin yaygınlaşması (ILO, 1928;Walters, Warren ve Dobbie, 2006), özellikle son yıllarda işten çıkarılan gazetecilerin esnek çalışmaya yönelmesiyle paralel biçimde gerçekleşmektedir. Bu, şimdiye kadar olduğundan daha fazla freelance gazetecinin işgücü piyasasında bulunduğunu göstermektedir (O’Donnell, Zion ve Sherwood, 2016:36). Franklin (2005), endüstriyel faktörlerin birçoğunun, gazetecilik alanında rekor sayıda freelance çalışmaya yol açtığını, bazılarının kolejden veya üniversiteden mezun olan genç ve tecrübesiz gazeteciler olduğunu ileri sürmektedir (Franklin 2005:89).

Bununla birlikte, uluslararası araştırmalarda freelance gazetecilerin sayılarının arttığına yönelik bulgulara sıklıkla rastlanmasına rağmen (ILO, 2014; Walters, Warren ve Dobbie, 2006; Storey, Salaman ve Platman, 2005; Nies ve Pedersini, 2003), Türkiye’de freelance gazeteciliğin haber endüstrisinde oynadığı role ilişkin çalışmaların yetersiz olduğu görülmektedir. Günümüz medya endüstrisinde editöryal kaynaklardaki mali kesintiler, iş yükü artışı, reklam taleplerindeki düşüş ve pazardaki şiddetli rekabet gibi durumlar gazeteciler açısından dezavantajlı bir durum yaratsa da yeni medya ortamında ortaya çıkan fırsatlar, gazetecilere bir takım avantajlar sunmaktadır (Dunston, 2011; Benton, 2013). Freelance gazeteciler artık, kendi içeriklerini bir blog biçiminde veya sosyal medya (Shin, 2014; Beecher, 2013) gibi diğer yöntemleri kullanarak evrimii olarak da oluşturabilmekte ve yayınlatabilmektedir. Mesleki beceriler, "sadık bir okuyucu oluşturmak ve evrimii olarak izleyicileriyle bağlantı kurmak" için kullanılabilmektedir (Simon, 2012). Endüstrideki değişimlere paralel olarak ortaya çıkan bu zorluklar ve fırsatlar, küresel düzeyde benzerlikler taşımaktadır. 2013 yılında Chicago Sun Times, 28 tam zamanlı çalışan fotoğrafısını görevden alarak yerine freealnce çalışanları ikame etmiştir. Son yıllarda haber endüstrisinde bağımsız gazetecilere ve freelance çalışanlara her zamankinden daha fazla güven duyulmakta ve bu trend bütün dünyada yaygınlaşmaktadır (Stearns, 2013).

Özellikle freelance gazeteciliğe yönelik akademik çalışma, gazetecilik işgücünün esnekleştirilmesine yönelik artan eğilime rağmen bugüne kadar ihmal edilmiştir. Medya endüstrisinde 'freelance ekonomi' konusuna ilgi artarken, gazetecilerin bu alandaki akademik araştırmalara dahil edilmesi oldukça sınırlı kalmıştır (Hanusch, 2015:40). Karen, (2001:100) " *son yirmi yılda hızla artan freelance gazeteci sayısına rağmen, medya sektöründeki rolleri hakkında araştırmalarda eksik var*" diyerek bu yöndeki görüş birliğine dahil olmaktadır. Karen (2001), freelance çalışmanın sadece istihdam güvensizliği ve düşük ücret nedeniyle değil, aynı zamanda eğitim fırsatlarına erişilememesi nedeniyle de tehlikeli olduğunu ifade etmektedir.

Atipik alışma biçimlerinin artması sonucu gazetecilerin çalışma koşullarının kötüleşmesi toplumsal rolünü etkin yerine getirme noktasında da sorunlar oluşturmaktadır. Çünkü gazetecilik salt ticari amaçla gerçekleştirilen bir meslek olarak görülmemektedir.

Esnekleşmenin yaygınlaştığı sektörde, gazetecilerin belirsiz istihdam statülerinde çalışması, aynı zamanda yasal haklarından da yoksun kalmalarına yol açmaktadır. Özellikle internet ve dijital medya, yeni tip iş düzenlemeleri yaratarak çalışma koşullarını önemli ölçüde değiştirmektedir. Tam zamanlı istihdamın azaldığı ve esnek çalışmanın yaygınlaştığı basın sektöründe özellikle kendi hesabına çalışmanın yaygınlaşmasıyla çalışma pratiklerinde ve gazetecilik kimliğinde önemli değişimler gözlenmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın uygulama kısmında medya endüstrisinde freelance gazetecilerin işgücü piyasası durumu nedir? araştırma sorusu temelinde on üç alt soru sorulmuştur. Freelance gazetecilerin demografik özellikleri, istihdam ve işsizlik durumu, çalışma süreleri, ücret durumları, iş kazaları ve meslek hastalıkları durumu, sosyal güvenlik durumu, kayıt dışılık durumu, kariyer ve nitelikler, motivasyon, ayrımcılık ve endüstri ilişkileri durumu nedir? alt başlıkları çerçevesinde freelance gazetecilerin işgücü piyasası analizi geniş boyutta gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada öncelikle, freelance çalışma konusuna yönelik genel bir bakış sağlamak ve freelance gazetecilikle ilgili bilgileri doğru yorumlayabilmek için derin bir literatür taraması yapılmıştır. Verilerin toplanması, analizi ve yorumlanması aşamalarında literatür taraması araştırmanın en önemli payını oluşturmaktadır. Glaser ve Strauss'un (1967) gömülü teori yaklaşımı, nitel araştırma alanı dahil olmak üzere çok çeşitli disiplinlerde ve konu alanlarında geniş çapta belirtilen ve sıklıkla kullanılan keşifsel bir yaklaşımdır. Gömülü teori araştırmasında araştırmacının kesin hükümden kaçınmak için, literatür taramasını analizin sonuna kadar geciktirmesi gerektiğine dair yaygın bir fikir vardır. Oysa Thornberg (2012)'in gömülü teorideki literatür incelemesinin geciktirilmesi konusundaki iddiayı sorunsallaştırarak kavramsallaştırdığı 'Bilgilendirilmiş Gömülü Teori' yaklaşımı, literatür taramasının araştırmacıya ilham kaynağı olduğu ve yeni keşifler yapmasına olanak sağladığı görüşünü benimsemektedir. Bilgilendirilmiş Gömülü Teori yaklaşımı, nitel araştırmalarda literatür ve veriler arasındaki analitik ilişkiyi daha geniş bir şekilde ele almaktadır. Bu yüzden literatür taraması son derece önemlidir. Bu çalışmada literatür taraması, her aşamada etkin bir şekilde uygulanmıştır.

Dolayısıyla veriler, tümevarımcı bir yaklaşımla elde edilerek analiz edilmiştir. Çalışmada, araştırma sorusuna en doğru yanıt bulma noktasında fayda sağlayacak araştırma yönteminin karma yöntem olduğuna kanaat getirilmiştir. Nitel ve nicel teknikleri bir arada kullanan karma yöntem araştırma tasarımı, araştırma sorusu ile ilgili daha derin ve bütüncül bir bakış açısı sağlamak için tercih edilmiştir. Karma yöntem, araştırmacının konu hakkında fazla bilgi sahibi olmadığı ya da araştırılan konunun yeni olduğu durumlarda araştırmacıya konuyu farklı bakış açılarıyla değerlendirebilme imkanı sunmaktadır. Mevcut araştırmada, sıralı açıklayıcı karma yöntem deseni kullanılmıştır. Sıralı açıklayıcı karma yöntemde öncelikle araştırma sorusuna yönelik bir ön bilgi elde etmek amacıyla nicel veriler toplanarak analiz edilmiştir. Bu çalışma, Sakarya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu tarafından desteklenmiştir¹. Araştırmanın nicel araştırma sürecinde 300 freelance gazeteciden oluşan örneklem grubu ile çalışılmıştır. Fakat öncesinde araştırmacı ile sorulara cevap veren kişiler arasında problem olabilecek unsurların olup olmadığının ve olası problemlerin neler olabileceğinin belirlenmesi amacıyla görüşmeler yapılmış ve pilot test uygulaması gerçekleştirilmiştir. Böylelikle güvenilirlik ve geçerlilik açısından doğru sonuçların elde edilmesinin sağlanması ve soruların anlaşılır olup olmadığının tespit edilerek daha sağlıklı veri edilmesi için gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Anket sorularının değerlendirilmesine ilişkin önce kişisel görüşmeler yapılmıştır. Bu süreçte Türkiye Gazeteciler Sendikası, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Sakarya Gazeteciler Cemiyeti yöneticileri ve çeşitli freelance gazetecilerle görüşme yapılmıştır. Aynı zamanda Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik ve Sakarya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünde görevli akademisyenlerle görüşülmüştür. Görüşmelerin ardından anket tekrar ele alınmış, anlaşılmayan kelimeler anketten çıkarılmış, seçenekler tekrar gözden geçirilerek eksiklikler giderilmiş, önyargı içeren sorular düzeltilerek anket yeniden düzenlenmiştir. Nicel aşamada, son anket uygulaması başlamadan önce 126 freelance gazeteci üzerinde pilot test uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket soruları google form aracılığıyla çevrimiçi ankete dönüştürülmüş ve hazırlanan anket, temas halinde olunan freelance gazeteciler aracılığıyla zincirleme olarak diğer freelance gazetecilere email yoluyla gönderilmiştir.

¹ Proje Numarası:2018-2-9-27'dir.

Bu uygulama 3 ay sürmüştür. Anketler üzerinde yapılan analizler sonrasında anket soruları tekrar revize edilerek ankete son şekli verilmiştir. Ardından son anket çalışması 300 freelance gazeteci ile gerçekleştirilerek tamamlanmıştır. Freelance gazetecilerin herhangi bir kurumda kayıtlı olarak çalışmamaları nedeniyle ana kütlenin belirlenmesi mümkün olmamıştır. Bunun için olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme tekniği tercih edilmiştir. Anket verileri SPSS 20.0 paket programına aktarılarak analiz edilmiştir. Freelance gazetecilerin işgücü piyasası analizini ölçmek için hazırlanan ölçeğin Cronbach"s Alpha Değeri 0,950 olarak bulunmuştur.

Ardından, elde edilen bulgulara göre sorunlar hakkında daha derin verilere ulaşmak için görüşme soruları oluşturulmuştur. Nitel veri toplama aşamasında freelance gazetecilerle görüş ve deneyimlerini ifade etme özgürlüğü veren yarı yapılandırılmış sorularla görüşmeler yapılmış ve toplanan nitel veriler, betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Araştırmacı betimleme yaparken kendi görüş ve yorumlarından bağımsız olarak veri setini, tırnak içinde "alıntı" şeklinde göstermiştir. Araştırmanın nitel aşamasında görüşme yapılacak katılımcılar, amaçlı örnekleme yoluyla seçilmiştir. Araştırmanın nitel sürecinde 15 freelance gazeteci ile görüşme yapılmıştır. Araştırmacı, katılımcıları, katılımcıların sektördeki tecrübelerini esas alarak seçmiştir. Gönüllük esasına dayalı mülakatlara katılanlar arasında sektörün önde gelen isimleri de yer almaktadır. Derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmeden önce Sakarya Üniveritesi Etik Komisyonu'ndan gerekli izin alınmıştır. İletişime geçilen gazetecilerin önemli bir bölümü son yıllarda gazeteciler üzerindeki siyasi baskıyı ve gelişmeleri mazeret göstererek mülakata katılmak istememiştir. Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme soruları, önceden yapılan alanyazın taramaları sonucunda elde edilen verilere ve anket sonuçlarına dayanmaktadır.

Araştırmanın Katkısı

Çalışma, üç açıdan katkı sağlamaktadır. Birincisi, freelance çalışma ve freelance çalışmanın özellikleri, freelance gazetecilik ve freelance gazetecilerin işgücü piyasası durumları, güvencesiz çalışma, yeni istihdam biçimleri ve medya endüstrisindeki dönüşüm temelinde dijital teknolojilerin etkisi konularında geniş bir literatür sunmaktadır. Çalışma, bu konuda yapılacak sonraki çalışmalara temel bilgi sağlama özelliğine sahip olmaktadır.

İkincisi; çalışmada, dünyada medya endüstrisindeki değişimler ve bu değişimler çerçevesinde freelance gazetecilerin farklı ülkelerde yaşadıkları zorluklar ve fırsatlar incelenerek freelance gazetecilerin Türkiye medya endüstrisindeki mevcut durumu analiz edilmektedir. Özellikle ülkelerde freelance gazetecilerin yasal statüsü ve işgücü piyasası özellikleri incelenerek Türkiye'deki freelance gazetecilerin mevcut durumu daha geniş boyutta ele alınmaktadır. Aynı zamanda ülkelerdeki freelance gazetecilerin çalışma koşulları tespit edilerek Türkiye'de freelance gazetecilerin işgücü piyasası sorunlarına ilişkin daha sonuç odaklı çözümlemeler yapmak mümkün olmaktadır. Hızla değişen medya ortamı; değişen istihdam modelleri, yeni teknolojiler ve yeni iş modelleri de dahil olmak üzere bir dizi etkenle şekillenmeye devam ederken, freelance gazetecilerin, hızlı bir değişim geçiren böyle bir sektörde, bu koşullardan nasıl yararlanacaklarını ve yerlerini nasıl bulabileceklerini bilmeleri önemlidir. Dolayısıyla çalışma, pratik açıdan da katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmayı farklı kılan üçüncü husus ise çalışmada kullanılan yöntemdir. Bu çalışma, bütün olarak eleştirel araştırma yaklaşımı benimsenerek hazırlanmıştır. Freelance gazetecilerin işgücü piyasası analizine yönelik daha önce yapılmış sınırlı sayıda çalışma olması dolayısıyla araştırmada veri toplama yöntemi olarak açıklayıcı karma yöntem yaklaşımı tercih edilmiştir. Öncelikle nicel araştırma sürecinde anket uygulaması gerçekleştirilerek freelance gazetecilerin işgücü piyasası durumlarına ilişkin genel bir fotoğraf elde edilmiştir. Ardından derinlemesine mülakatlarla freelance gazetecilik pratiğine ve freelance gazetecilerin çalışma sorunlarına ilişkin detaylı veriler elde edilmiştir. Nicel veriler SPSS 20.0 programı ile analiz edilerek freelance gazetecilerin işgücü piyasası durumlarına ilişkin genel durum ortaya konulmuştur. Bu çalışmanın temelini oluşturan araştırma paradigması ise Bilgilendirilmiş Gömülü Teori (Informed Grounded Theory)dir. Thornberg (2012) tarafından kavramsallaştırılan Bilgilendirilmiş Gömülü Teori yaklaşımı, literatür incelemesinin, çalışmanın başından sonuna kadar her aşamada yapılmasının araştırmacıda yeni fikirler, ilham kaynakları, yaratıcı çağrışımlar ve farklı bakış açıları ortaya çıkaracağını iddia etmektedir. Bu doktora tezinin başlangıcından sonuna kadar her aşamasında var olan literatür incelemesi, tezin bir parçası olmuş ve tezin oluşumuna önemli bir katkı sağlamıştır. Nitekim bilgilendirilmiş gömülü teori, araştırmanın bir süreci olduğu kadar aynı zamanda araştırmanın bir ürünüdür.

Araştırmanın İçeriği

Araştırmanın birinci bölümde, medya endüstrisi ve ilintili kavramlar ele alınarak medya endüstrisinde işgücü piyasasının genel görünümüne ilişkin bilgi verilmektedir. Enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki gelişme ve çeşitlenmenin doğal bir sonucu olarak medya, büyük bir endüstri haline gelmiştir. Buna rağmen medya endüstrisinde çalışma hayatına ilişkin araştırmaların yetersiz olduğu görülmektedir. Medya ve özellikle gazetecilik alanında gerçekleşen bilimsel çalışmalar; sosyoloji, ekonomi ve yönetim disiplinlerindeki geniş literatür ile doğrudan ilişkilendirilmemektedir. Gazeteciliğin durumu hakkında yapılan araştırma ve tartışmaların, genellikle, gazetecilik işinin örgütlenmesindeki değişim çerçevesinde gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla gazetecilik çalışma ve emeğinde meydana gelen değişimleri araştıran çalışmaların hala sınırlı olduğu ve bu yüzden medyadaki değişimlerin doğasını, kapsamını ve sonuçlarını anlamakta güçlüklerle karşılaşıldığı görülmektedir. Bu nedenle, önce medya endüstrisi kavramı açıklanarak dünyada ve Türkiye’de medya endüstrisinin mevcut durumu analiz edilmektedir. Ardından gazetecilik kavramı ve gazetecilik mesleğinin geçirdiği dönüşüm süreci, dijital teknolojilerdeki gelişmelerle ilintili olarak açıklanmaktadır. Son olarak, freelance gazetecilik kavram ve kapsamı detaylı olarak incenerek, freelance gazeteciliğe yönelik yapılan eleştirilere yer verilmektedir.

İkinci bölümde, işgücü piyasasında esnekleşme süreci ve güvencesiz istihdam kavramları incelenerek freelance çalışmanın analizi yapılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde genellikle esnek, atipik ve geçici istihdam biçimleri şeklinde ortaya çıkan güvencesiz çalışma, gelişmekte olan ülkelerde ise istihdamın enformelleşmesi veya marjinalleşmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bunlar geçici çalışma, belirli süreli çalışma, kısmi süreli çalışma, freelance çalışma biçimi şeklinde olabilmektedir. Bu çerçevede; güvencesiz çalışma ve esnek çalışma ilişkisini doğru analiz edebilmek için bu bölümde 4857 Sayılı İş Kanunu’nda yer alan esnek çalışma biçimleri ve diğer yeni istihdam biçimleri incelenmiştir. Ardından güvencesiz çalışma ve düzgün iş ilişkisi açıklanmakta ve bir esnek çalışma biçimi olarak freelance çalışmanın analizi yapılmaktadır. Son olarak da kendi hesabına çalışmadaki yükseliş durgunluk iticiliği ve girişimci çekiciliği çerçevesinde incelenmektedir.

Freelance çalışma bir kendi hesabına çalışma biçimi olarak görülmekte ve yeni kendi hesabına çalışma biçimleri kapsamında ele alınmaktadır. Son yıllarda tarım dışı kendi hesabına çalışmanın artışı freelance çalışma gibi yeni çalışma biçimlerinin artışıyla bağlantılı olmaktadır.

Üçüncü bölümde ise dünyada ve Türkiye’de istihdam, cinsiyet, kayıt dışılık, endüstri ilişkileri, ayrımcılık ve meslek örgütleri bileşenleri çerçevesinde medya endüstrisinin iş gücü piyasası analizi yapılmaktadır. Ardından freealnce gazetecilerin işgücü piyasasına ilişkin veriler sunulmaktadır.

Son bölümde ise medya endüstrisinde freelance gazetecilerin iş gücü piyasası analizi yapılmaktadır. Türkiye’de freelance gazetecilerin işgücü piyasası analizini yapmaya yönelik gerçekleştirilmiş derinlemesine mülakat görüşmelerinin ve anket uygulamasının analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular ışığında sonuç ve öneriler kısmı değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Freelance gazetecilerin belirli bir kuruma bağlı olarak çalışmamaları nedeniyle gazetecilere ulaşma noktasında büyük zorluk yaşanmıştır. Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS) yöneticileri ile yapılan görüşmeler neticesinde iletişim adresleri alınan 15 freelance gazeteci ile önce telefonda görüşme yapılarak randevu talep edilmiş, olumlu yanıt alınması halinde görüşmecinin belirlediği bir mekanda görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın diğer önemli sınırlılıklarından biri ise pek çok gazetecinin ülkenin çeşitli yerlerindeki hapisanelerde tutuklu olması nedeniyle tanımadıkları kişilerle görüşme yapma konusunda yaşadıkları tedirginlik hali olmuştur. Sınırlılıklarına rağmen bu çalışma, ele aldığı konular yönünden Türkiye’de freelance gazetecilerin işgücü piyasası analizine ilişkin yapılan ilk çalışmalar arasındadır.

BÖLÜM 1: MEDYA ENDÜSTRİSİNDE İŞGÜCÜ PİYASASI DURUMU VE FREELANCE GAZETECİLER

Son yıllarda, medyada önemli bir değişim yaşanmaktadır. Dijital teknolojilerin gelişiminin, hem sektörün bileşimi hem de işgücü piyasası üzerinde önemli etkileri olmaktadır. Medya endüstrisinde işin organizasyonu değişerek yeni istihdam biçimleri ortaya çıkmaktadır. Bu bölümde, öncelikle, medya ve medya endüstrisi kavramı açıklanarak medya endüstrisinde işgücü piyasası durumu incelenmektedir. Ardından freelance gazetecilik kavramı ve freelance gazetecilerin özellikleri incelenerek freelance çalışmaya yönelik yapılan eleştiriler ele alınmaktadır.

1.1 Medya ve Medya Endüstrisi Kavramı

Burada medya ve medya endüstri kavramı üzerinde durulmaktadır.

1.1.1. Medya Kavramı

Medya, haberlerden, reklamlara, filmlerden müziğe, tartışma programlarından yarışmalara, sanata ve spora kadar uzanan çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır. Bütün bu faaliyetler, toplumdaki bireylerin kültürel ve düşünsel dünyasıyla ilgili olmaktadır. İnsanların algı, düşünce ve değerlerini biçimlendirebilme gücü dolayısıyla kültürün ve gündelik gerçeklerin oluşmasında medya, büyük bir öneme sahiptir (Sözeri ve Güney, 2015:13-15).

Danesi (2014:192) , medya kavramını, bilgi iletme aracı olarak tanımlamaktadır. Kitle iletişim araçları olarak da adlandırılan medya, geniş bir kitle içindeki insanlarla bilgi, haber, düşünce, görüş alışverişini sağlamaktadır (Türkoğlu, 2010:70). Söylemez'e (1998:8) göre ise medya; sözlü, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri içeren çeşitli iletişim araçlarını kapsamaktadır. Medya kavramı kapsamına gazeteler, dergiler, kitaplar, broşürler gibi basılı; televizyon, sinema gibi görsel-işitsel ve radyo gibi işitsel kitle iletişim araçları girmektedir. Günümüzde ise internet, en önemli medya araçlarından biri haline gelmiştir.

Medya, latince kökenli bir kavramdır. Latince 'medius' sözcüğü, 16. yüzyılın sonlarında ingilizce'ye 'medium' olarak girmiştir. Sanskritçe "**Madhya**" ve Yunanca

“**Mesos**” kelimelerinin köklerinden oluşan Latince “medius” sıfatı, ‘ortasında’ ya da ‘ortada’(Kafka, 2014:626) anlamlarına gelmektedir. Medya sözcüğünün İngilizce karşılığı olan media, ‘araç’, ‘ortam’, ‘ortam aracı’ anlamlarına gelen ‘medium’ sözcüğünün çoğuludur. “Medium” kavramının iki çoğul hali vardır : “Media” (Latin çoğul) ve “Mediums. Medium kavramının çoğulları olan “media” ve mediums” kavramları arasında gri alan bulunmakta, çeşitli bağlamlarda farklı alanlarda kullanılmaktadır. Media (medya) ise, gazete, televizyon, radyo, internet ve benzeri kitle iletişim araçlarına referans olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla medya, bir ortam aracı olarak genellikle bir mesajın iletildiği ortam anlamına gelmektedir. Fakat **Marshall McLuhan**’ın, 1964 yılında kayda geçirdiği ‘the medium is the message (araç, mesajın kendisidir)’sözündeki (Tunçdemir, 2014), “medium” kavramı, fikirlerin veya etkilerin ortaya çıkabileceği bir ortam aracına atıf yapmakla birlikte, onları ortaya çıkarmanın bir yolu haline geldiğine de vurgu yapmaktadır. Bu düşünce, Aristoteles’in *"sözcükler düşüncelerin görüntüleridir ve harfler, kelimelerin görüntüleridir"* iddiasına yer veren Bacon'un Öğrenmeyi Geliştirme (1605) adlı kitabında da yer almaktadır(Kafka, 2014:626).

Medya kavramına geniş anlamı ile bakıldığında birden çok kişiye ulaşan sözlü, yazılı, basılı ve görsel metin ve imgeleri kapsayan her türlü iletişim aracı ifade edilmektedir. Kitle iletişim araçları çeşitlilik arz etmektedir ve genellikle “kitle medyasını” kastetmektedir. Kitle iletişimi, çok yönlü mesajları aynı anda ileten ve aynı anda çok sayıda insana ulaşmayı mümkün hale getiren herhangi bir mekanik aygıt olarak tanımlanmaktadır. Mesaj çok sayıda kişiye veya bir kitleye iletildiği için buna kitle iletişimi denilmektedir.

Kitle iletişimi, özellikle 19. yüzyıldan itibaren sanayi devriminin gerçekleşmesine bağlı olarak değişen üretim şekillerinin, toplumsal yapıyı da değiştirirerek insan gruplarını kitleler haline dönüştürmesiyle önemli hale gelmiştir. Kentlerde, üretim ve tüketimdeki gelişmelerle birlikte nüfus artmış, insan toplulukları kitlesel özellikler göstermeye başlamıştır. Böylelikle kitle toplumu oluşarak iletişim de kitlesel bir özellik kazanmıştır. Bir kişi ya da kuruluşun kitle iletişim araçlarını kullanarak iletişimi geniş kitleleri etkileyecek biçime getirmesine “kitle iletişimi” denilmektedir. Kitle iletişimi ifadesini 1940 yılında ilk kez Harold D. Laswell kullanmıştır (Kılıç, 2012:73).

Dolayısıyla kitle iletişim araçlarıyla gönderilen mesaj sadece bir kişiye ya da belirli bir bölgede yaşayan kişilere yönelik değildir. Bir kimlik belirleyeni olmayan, sınırları ve tanımlaması belirsiz bir kitleye yöneliktir. Böyle olunca medya; telefon, ses kaseti ve CD, teyp ve müzik seti, fotoğraf makineleri, pikap ve plak, VCD ve DVD'yi de içermekte, bunun dışında işitsel bir araç olan radyoyu, işitsel-görsel bir araç olan televizyon, video, film ve müzik endüstrisini ve interaktif ortam olan interneti de kapsamaktadır (Nalçaoğlu, 2003:45).

1.1.2. Medya Endüstrisi Kavramı

Yazılı basın ile başlayan medya kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak zaman içerisinde geniş bir alanı kapsar hale gelmiştir. Özellikle iletişim ve teknoloji alanındaki gelişmeler, medyanın bir endüstri haline gelmesine önemli katkı sağlamıştır. Çeşitli alt sektörlerden oluşan medya, pek çok ticari işletmelerin bir araya geldiği bir endüstri ve bu özelliği ile ciddi bir ekonomik aktör olarak görülmektedir.

Bilginin üretilmesi ve dağıtımından sorumlu olan medya endüstrisi, tek bir bilgi ürününü, piyasadaki çok sayıda insanın tüketmesiyle diğer endüstrilerden ayrılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, medya endüstrisinde bilgi, potansiyel bir kitleye dağıtılmaktadır. Bilginin temel alındığı faaliyetleri içeren medya, kitle iletişiminin gerçekleştiği bir endüstriyi karakterize etmektedir. Bir örnek verirse; hem radyo yayıncılığı hem de sabit hatlı telefon görüşmeleri sesli iletim ile ilgilidir; ancak sabit hatlı telefonlar bire bir ya da tekli değişime örnektir. Dolayısıyla medya endüstrisinin dışında kalmaktadır. Radyo istasyonlarında ise bilgi, toplu bir kitleye açıktır ve medya endüstrisi kapsamına girmektedir. Bir diğer önemli unsur, medya ile halka açık konuşmalar ya da tiyatro gösterileri gibi doğrudan bire bir gerçekleştirilen iletişim biçimleri arasındaki sınırdır. Medyanın "iletişim aracı" olarak tanımlanması kabul edildiğinde, yalnızca birçok alıcıya bilgi sağlanmasının gerekliliği değil, aynı zamanda bu bilgiyi taşıyacak bir tür araç olması gerektiği de vurgulanmaktadır. Örneğin; kitap, gazete, radyo, televizyon veya internet gibi iletişim araçlarının varlığı gerekmektedir. Bu nedenle, genellikle bilginin kendisi ve kullanılan dağıtım yöntemleri arasında, doğru bir ayırım yapmak gerekmektedir. Bir müzik parçasının belirli bir kaydı, bir bilgi ürünü ya da medya içeriğidir.

Fakat aynı kayıt fiziksel olarak bir CD veya ses bandı olarak internet veya radyo istasyonlarından dağıtıldığında farklı bir niteliğe bürünmektedir. Kısaca medya bir araçtır ve bilginin dağıtılmasında rol oynamaktadır (European Economics, 2002:7).

Medyada, televizyonlar, gazeteler, dergiler ve radyo gibi çok sayıda iletişim aracıyla kitlelere ulaşılmaktadır . Böylece, medya endüstrisi, bir çok temelde bilgi üretilmesi ve dağıtımı ile ilgilenmektedir. Varian (1999:10)'a göre, "bilgi ürünleri" prensipte dijital olan her şeyi kapsamaktadır. Tüm basılı, sesli, görsel veya görsel-işitsel içeriğin bilgi ürünleri ve dolayısıyla medya endüstrisinin bir parçası olduğunu ifade etmektedir.

Medya endüstrisinin özelliklerinden biri sabit maliyetlerin diğer endüstrilere kıyasla yüksek olmasıdır. Bunun sebebi yatırımların sermaye yoğun bir nitelik taşımasıdır. Bir medya ürünü olarak gazete üretmek için bile kişinin bir matbaa kurması ve diğer üretim araçlarına sahip olması gerekmektedir. Haber üretimi için ayrıca diğer araç gereç malzemeye ve bunu kullanacak işçüne ihtiyacı vardır. Aynı zamanda, piyasaya giriş maliyetleri de oldukça fazladır. Özellikle gazetelerde ilk kopya için katlanılan maliyet yüksektir. Fakat, ilave kopya maliyetleri oldukça düşüktür. İşletmeler, piyasaya giriş açısından ilk kopya maliyetlerinin yüksek olması dolayısıyla önemli ölçüde bir finansman desteğine ihtiyaç duymaktadır. Benzer durum televizyon ve sinema filmlerinin yapım maliyetlerinin oldukça yüksek düzeyde gerçekleşmesiyle görsel ve işitsel medyada da görülmektedir (Söylemez, 1997:217). Bu durum medya sektöründe farklı iç dinamikler oluşturarak sektöre giriş şartlarını daha çok büyük sermayeye sahip olan işletmeler lehine çevirmektedir (Sayılğan, 2010:80).

Medya endüstrisinin kendine has diğer özellikleri şöyle açıklanmaktadır:

- Medya endüstrisi, maliyet yapısı açısından bakıldığında, önemli ölçek ekonomilerine sahiptir. Bu durum hem medya içeriğinin niteliğinden, hem de dağıtım düzeyinden kaynaklanmaktadır. Medya içeriği, rekabetçi olmayan mallar olarak tanımlanmaktadır. Çünkü bir kez yaratıldıktan sonra bilgi ürününün kendisi, sıfır marjinal üretim maliyetinde çok kişi tarafından tüketilebilmektedir. Bu, medya endüstrisinin temel ekonomik özelliğidir. Bir şarkı kaydedildikten sonra, bir film çekimi veya bir yazı yazıldıktan sonra, ek bir harcama veya çaba harcamadan bir çok kişi tarafından dinlenebilmekte, görülebilmekte veya okunabilmektedir. Bir kişinin bir bilgi ürününü tüketmesi, bir başkasının da aynı ürünün tüketmesini engellememektedir.

- Medya endüstrisi genellikle bir takım üretim aşamalarını içeren karmaşık tedarik zincirleri ile karakterize edilmektedir.

Örneğin, futbol maçlarının yayınlanması tipik olarak çekim süreci; video içeriğinin paketlenmesi (canlı maçlar, öne çıkanlar, vb.); bu paketler için televizyon kanallarına satış; dağıtım için uydu veya kablo ağlarına erişim vb. faaliyetleri gerekli kılmaktadır.

- Medya endüstrisindeki pazarların birçoğu hızlı değişim yaşamaktadır. Değişiklik, pazarın büyüklüğü, piyasa katılımcılarının kimliği ve tercihleri, inovasyon ile yeni ürünlerin ve hizmetlerin tanıtılması yoluyla gerçekleşmektedir. Medya endüstrisindeki inovasyon, içeriğin kendisinin oluşturulmasından ziyade içeriği dağıtma yöntemlerinde daha geniş kapsamlı olmaktadır. Örneğin internet, müzik içeriğinin doğrudan MP3 dosyaları olarak tüketicilerin evlerine dağıtılmasına, haber içeriğinin bir WAP mobil cihazından okunmasına olanak tanımaktadır.

- Medya endüstrisindeki birçok firma birbiriyle ilişkili birçok pazarda faaliyet göstermektedir. Örneğin, bir gazete okuyucuya ve reklam verene hizmet etmekte ve reklamın değeri gazetenin okuyucuları cezbetme kabiliyetine bağlı olmaktadır (European Economics, 2002:7-9).

Bu özellik, medyada üretilen ürünün ikili yapısıyla ilgili olmaktadır. Nitekim, medya işletmeleri tüketicilere satmak için çeşitli medya ürünleri (TV programları, Gazeteler) üretmektedir. İlgili faaliyette iki farklı ürün, iki farklı tüketici tarafından satın alınmaktadır. Tüketicilerden biri medya ürünü satın alan kişidir. Diğeri ise reklamcıdır. Üretilen medya ürünü ne kadar çok alıcıya ulaşırsa reklamcıya o kadar fazla sayıda tüketici (medya ürünü satın alan) satılmaktadır. Önemli olan medya işletmesinin ürettiği medya ürünü çok sayıda kişiye ulaştırabilmesidir (Sayılğan, 2010:4).

Medya endüstrisinin sahiplik konusunda ise iki önemli özelliği bulunmaktadır. Birincisi, genellikle medyada yoğunlaşma söz konusudur. Medyada yoğunlaşma, basit olarak medya sahipliğinin bir veya bir kaç şirket elinde toplanması şeklinde tanımlanmaktadır(Avşar, 2004:89). İkincisi, gazeteler, dergiler ve ticari televizyon kanalları gibi medya şirketleri, iki alt pazarda aynı anda faaliyet göstermektedir. Ürünlerini sadece okuyuculara, izleyicilere ya da dinleyicilere satmamakta, aynı zamanda firmalara reklam alanı da satmaktadırlar (Ray, 1951:444; Häckner ve Nyberg, 2000:1).

Picard'a göre (1989: 59); medya sektöründe dört farklı grubun ihtiyaç ve isteklerini karşılanmaktadır.

Diğer bir ifadeyle medyada 4 farklı aktör bulunmaktadır:

1. Medya sahipleri bireyler veya pay sahipleri,
2. İzleyici ve/ veya okurlar,
3. Reklamcılar,
4. Medya firmalarında çalışanlar (Söylemez, 1997:214).

1.2 Medyanın Tarihi Gelişimi

Bu bölümde dünyada ve Türkiye’de medyanın tarihi gelişimi açıklanmaktadır.

1.2.1. Dünyada Medya Endüstrisinin Gelişimi

15. yüzyılda matbaanın icadı, iletişim tarihinin başlangıcı olarak düşünülmektedir. Oysa iletişim tarihi çok daha eskilere dayanmaktadır. Yaklaşık MÖ 50.000’den 10.000’e kadar süren prehistorik çağ, hem iletişim hem iletişim araçları açısından önemli kanıtlar sunmaktadır. Alexander Marshack, “Buz Çağı İnsanın Sanatı ve Simgeleri” adlı makalesinde Avrupa’da bulunmuş kemikten yapılmış aletleri ve duvar yazılarının bir sanat eserinden ziyade bilgileri kaydetmek amacıyla yapıldığını ileri sürmektedir (Crowley ve Heyer, 2011:18).

İletişim araçları, ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkmış ve zaman içerisinde değişen ihtiyaçlara bağlı olarak değişmiştir. İnsanların birbirleriyle haberleşmek için kullandığı işaret tekniklerinin bazı durumlarda yetersiz kalması, insanları farklı arayışlara itmiş ve yeni haberleşme teknikleri ortaya çıkmıştır. Özellikle yazı, insanlık tarihinin en büyük buluşları arasında yer almaktadır. Konuşma yoluyla bilgilerin aktarıldığı sözlü kültürlerden, yazının kullanıldığı yazılı ve basılı kültürlere geçişle beraber düşünce sistemlerinde de değişimler ortaya çıkmıştır (Öztürk, 2017:319). En eski mısır yazısı örneği, MÖ 2500, Girit yazısı için MÖ 1900, Çin yazısı için MÖ 1200, Orta Amerika yazısı için ise MÖ 600 yılıdır. Basım fikrinin Çin’den Avrupa’ya ulaşması 600 yıl sürerken, kağıt fikrinin ulaşması daha da uzun sürmüştür (Crowley ve Heyer, 2011:7).

Bazı tarihçiler Baskı Devrimini, ‘erken modern’ olarak adlandırmaktadır. Bu, 1450 yılından yaklaşık 1789 yılına kadar olan dönemi kapsamaktadır. Matbaanın buluşundan Fransız ve Endüstri Devrimlerine kadarki dönemi kapsamaktadır (Burke ve Briggs, 2005).

Avrupa’da 1450’lerin başında ortaya çıkan hızlı kültürel değişim, yazılı belgelerin hızlı ve ucuz üretimine yönelik ihtiyacı tetiklemiştir. Güney Almanya’daki madencilik kasabası Mainz’de bir kuyumcu ve işadamı olan Johannes Gutenberg, bu ciddi ekonomik tıkanıklığı giderebilecek bir teknoloji geliştirmek için bir baskı makinesi yapmış ve iki yıl sonra 42 satırlık bir İncil’i basmıştır. Bu gelişme, gazetelerin, dergilerin ve kitapların seri üretimine öncülük etmiştir. 12. yüzyılda ilk olarak Avrupa’da başlayarak, yazılı iletişim için standart araç-gereç olarak kullanılan hayvan derisi ve parşömen yerine kağıt kullanılmaya başlanmıştır(Dittmar, 2009:1-2). Baskı ile, toplumun birçok katmanına bilgi yayılımı olanaklı hale gelmiştir. Baskı, büyük siyasi, dini, ekonomik, değişimlere yol açmıştır. Bu değişiklikler, Reformasyon, Rönesans, Hümanizm olarak adlandırılmaktadır. Dolayısıyla baskı tekniğinin gelişimi, modern dünyanın başlangıcı olmuştur (Fang, 1997:vii).

Kitaplar, M.Ö. 1400 yıllarında Mısır’da yazılan ilk bilinen kitapla birlikte, medyanın en eskisi olarak kabul edilmektedir. Fakat kitaplar, 1456’da matbaanın buluşuna kadar kitleler için çoğaltılmamıştır. Aksi takdirde gazeteler en eski kitle medyası olarak düşünülmüdü. Roma’da haber tabakaları, M.Ö. 100 gibi erken bir saatte ortaya çıkmıştır. Ancak, ilk düzenli gazeteler 1600’lü yıllara kadar piyasaya çıkmamıştır. Dergi gelişimi de yavaş gelişmiştir (Lee, 2009:159).

Yazının buluşu, ilk devrim (Chirografik devrim), matbaanın buluşu, ikinci devrim (Gutenberg devrimi) olarak görülürken üçüncü devrim telgraf, radyo, televizyon gibi kitle iletişim ortamına çıkması olarak kabul edilmektedir (Baldini, 2000:5). Kitle iletişim devrimi, 19. yüzyılın ortasında, Batı Avrupa’da ve Doğu Amerika Birleşik Devletleri’nde, kağıt üretiminde ve baskıda ilerleme kaydedilmesi ve bilginin iletme biçimini değiştiren telgrafın icadı ile başlamıştır. Telgrafın icadı ve telgraf ağının büyümesi aslında bir patlama olarak görülmektedir. En hızlı yayılma Birleşik Devletler’de gerçekleşmiş ve telgraf sistemi, dünyanın herhangi bir yerindeki benzerlerinden daha büyük çaplı hale getirilmiştir.

1846 yılında Morse'un Washington ve Baltimore arasında kurduğu 40 mil uzunluğundaki deney hattı, iki yıl sonra 2000 mil uzunluğā ulaşmıştır (Crowley ve Heyer, 2011:200). Telgraf, İngiltere Başbakanı tarafından garip ve büyüleyici bir keşif" olarak tanımlanmıştır (Burke ve Briggs, 2005:159).

Kitle toplumuna geçiş 1920 'lerde radyo yayınının doğuşuyla birlikte daha da hızlanmıştır. Radyo yayınının doğuşu Marconi tarafından icat edilmiş olan telsiz telgrafın doğal bir sonucu olarak görölmektedir. Bu teknolojiler insanların uzakta olup biten olayları, gerçekleştikleri anda deneyimlemesine olanak sağlamıştır (Crowley ve Heyer, 2011:302).

Hangi aracın hangi ülkede hangi dönemde ortaya çıktığı önemli değildir. Bütün kitle iletişim araçlarının varlık nedeni görölmeyen bir kitleye bilgi sunmak olmuştur (Burke ve Briggs, 2005:245).

Kitle iletişim tarihçesi ise, dünya tarihi açısından nispeten kısadır. Her ne kadar gazetelerin ortaya çıkışı milattan önce 100. yıllar olarak görölse de, çok sayıda insana ulaşan bir çok iletişim şekli, ancak son 500 yılda gelişmiştir. Uluslar, tarımdan endüstriyel kökenli topluluklara doğru ilerledikçe, ortaya çıkan muazzam toplumsal değişimler, kitle iletişim araçlarının gelişimini de etkilemiştir. Sanayi Devrimi sırasında eğitim ve ulaşım alanlarındaki gelişmelerin yanı sıra, boş zaman ve kentleşmede yaşanan artışlar, okuyucu talebinin artmasına ve dolayısıyla gazetelerin, kitapların ve dergilerin büyümesine yardımcı olmuştur. Kamuoyunun bilgi ve eğlence için duyduğu iştah arttıkça, teknolojik yenilikler yirminci yüzyılın elektronik kitle iletişim araçlarının oluşturulmasına ön ayak olmuştur(Lee, 2009:158).

Oxford İngilizce Sözlüğü'ne göre 'Medya' sözcüğünün kullanılması 1920'lerde başlamasına rağmen' iletişim devrimi' 1950'lerde gerçekleşmiştir. Çünkü 1950'ler televizyon çağının başlangıcı olmuş ve medyanın kuramsal açıdan multidisipliner alanda ele alınmasına öncülük etmiştir (Burke ve Briggs, 2005:7-8). Televizyonun icadı, ani bir buluş ya da anlık bir ilham dürtüsüyle gerçekleşmemiştir. Daha önceki keşif ve gelişmeler televizyonun icadına öncülük etmiştir.

Aslında elektronik televizyon, ilk olarak 7 Eylül 1927'de San Francisco'da başarıyla sergilenmiştir.

Sistem, 14 yaşında oluncaya kadar elektriksiz bir evde yaşamış olan 21 yaşındaki bir mucit olan Philo Taylor Farnsworth tarafından tasarlanmıştır. Farnsworth, hareketli görüntüleri radyo dalgalarına kodlanabilecek bir biçimde yakalayabilen ve daha sonra bir ekranda bir resme dönüştürülebilen bir sistem düşünmeye başlamıştır. Farnsworth'un icadı modern televizyonun doğrudan atası olarak kabul edilmektedir. İki NBC ağı ile Amerika Birleşik Devletleri'nde radyo sektörüne hükmeden şirket olan RCA, elektronik televizyonun geliştirilmesine 50 milyon dolar yatırım yapmıştır. Ancak 1947'ye kadar Amerika Birleşik Devletleri'nde tam anlamıyla ticari televizyon yayını başlamamıştır (Stephens, 1999).

İnternetin gelişiyile birlikte, artık sadece eski kitle iletişim araçlarından daha hızlı değil, aynı zamanda geniş bir yelpazeye sahip olan ileri teknoloji ile donanımlı bir yeni medya mecrası oluşmuştur. İnternet ilk olarak 1968/69 yıllarında ABD hükümetinin Savunma Araştırma Projeleri biriminde (ARPA) kullanılmış; fakat internet hamlesi, Eylül 1993 ile Mart 1994 yılları arasında gerçekleşmiş ve aynı yıllarda halka açık bir yazılım olan MOZAIK, New York Times gazetesinde ‘siber uzaya açılan ilk pencere’ olarak tanımlanmıştır (Burke ve Briggs, 2005:331).

1.2.2. Türkiye’de Medya Endüstrisinin Gelişimi

Türkiye’de basının doğuşu ve gelişim süreci, Osmanlı İmparatorluğu döneminde 1727’de ilk Türk matbaasının İbrahim Müteferrika tarafından kuruluşu ile başlamaktadır. Bu gelişmeyi bazı Avrupa tarihçileri islam dünyasının rönesansının başlangıcı olarak nitelenmiştir. Fakat o dönemlerde okur yazar sayısının azlığı ve haber yayıncılığı alanına girilememesi nedeniyle, matbaanın yaygınlaşması için bir yüzyıl daha beklenmiştir (Koloğlu, 2013). Türkiye’de gerekli teknolojik, ekonomik, toplumsal ve hukuksal gelişmelerin henüz uygun şartları oluşturmaması ve yeterli sermaye birikiminin olmayışı nedeniyle basının gelişimi, Batıdan farklı biçimde ortaya çıkmıştır. Devlet’in egemenliğinde doğmuştur ve gelişmiştir.

Basın üzerinde devlet baskısı ve otoritesi her dönem olmuştur ve basının gelişimi bu çerçevede gerçekleşmiştir. 1857 yılında ‘Matbaa Nizamnamesi’ ile matbaa açmak isteyenlere önce devletten izin alma zorunluluğu getirilerek o dönem sayıları hızla artan gazetecilerin önüne geçilmek istenmiştir.

1864 yılında ise ‘ Basın Tüzüğü’ oluşturularak gazetecilik faaliyetleri düzenlenmeye çalışılmıştır. 1867 yılında da hükümete gazete kapatma yetkisi veren ‘Ali Kararnamesi’ yürürlüğe girmiştir. Cumhuriyet döneminde de basın üzerindeki baskı devam etmiş ve özellikle 1925 yılında ortaya çıkan Şeyh Sait Ayaklanması sonucunda ‘Takrir-i Sükun’ yasası ile basın daha da sıkı denetim altına girmiştir. Bu baskı 1950’li yıllara kadar devam etmiş ve çok partili döneme geçişle birlikte basın üzerindeki baskılar azalmıştır. 1950 yılında 5680 sayılı Basın Kanunu kabul edilerek Türk basını üzerindeki baskı oldukça azalmıştır. Bu kanun günün şartlarına göre üzerinde bir takım değişiklikler yapılarak halen daha günümüzde yürürlükte dir (Sezgin, 2003:9-10).

1946 ve 1950 yılları Türkiye’de çok partili hayatın başlangıcı olan canlı bir dönemi yansıtmaktadır. Bu dönemde CHP hükümeti, seçim hazırlıkları dolayısıyla basına ödünler vermek zorunda kalmıştır. Bu dönemden itibaren gazetecilik anlayışı değişmeye başlamış, baş yazıya dayanan gazetecilik anlayışı yerine habere ve resme öncelik taşıyan anlayışa geçilmiştir. Gazeteler, yönetimin mesajlarını halka ulaştıran araçlar olmaktan çıkıp, halkın sorunlarını yönetime yansıtan araç rolünü üstlenmiştir (Koloğlu, 2006:125). 1 Mayıs 1948 yılında çıkartılan *Hürriyet*, Babıali’de çığır açan bir gazete olmuştur. Gazeteyi çıkartan Sedat Simavi, karikatür yaparak gazeteciliğe yönelmiştir. Sedat Simavi, yirmi yaşında *Hande* adlı haftalık bir mizah dergisi yayınlamış, iki yıl sonra da *Diken* adlı başka bir mizah dergisi çıkarmıştır. 3 Mayıs 1950 yılında Babıali’de çığır açan ikinci gazete ise Ali Naci Karacan tarafından kurulan *Milliyet* gazetesidir. Karacan hem gazetenin sahibi, hem de başyazarı olmuştur (Topuz, 2003:186).

Türkiye’de ilk TV yayıncılığı da 1968 yılında başlamasına rağmen, 1930’lu yıllardan itibaren televizyonun dünyadaki gelişimi sürekli olarak takip edilmiştir. Özellikle 1950’li yıllarda televizyon tüm dünyada giderek daha fazla ön plana çıkmaya ve geleceğin yayın teknolojisi olarak görülmeye başlanmıştır. Bu yıllarda Türkiye’de de televizyon kurma isteğinde artış olmuş ve 1960’lı yıllarda bu istek Birinci ve İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planları çerçevesinde ele alınan gündem konuları arasında yer almıştır. Televizyon kurma isteğinin bu dönemlerde artış göstermesi tesadüf değildir. Zira Demokrat Parti hükümetinin dışa açılım politikaları doğrultusunda artan dış yardımlar, tarımda yaşanan verim artışı ve artan döviz stokları ithalata yönelişi hızlandırmıştır.

Bu gelişmelere bağlı olarak yaşanan gelir artışı ithal edilen ürünlere karşı talebin oluşmasına da yol açmıştır (Sönmez, 2010:9 ; İlaslan, 2014:482). Televizyon'a yönelik talebin yaratılmasında ihtiyaçtan ziyade siyasi beklentiler ve uluslararası ve yerli sermayenin pazar arayışlarının da etkin olduğu görülmektedir. 1980'li yıllar, medya endüstrisinin radikal biçimde dönüşümüne sahne olmuştur. 24 Ocak Kararları ve 12 Eylül darbesiyle birlikte hayata geçirilen politikalarla, IMF ve Dünya Bankası gibi kuruluşlarla gerçekleştirilen yapısal uyum programları çerçevesinde ekonomide liberal uygulamalara ağırlık verilerek medya alanında da özelleştirme uygulamalarına hız verilmiştir. Böylece yeni bir medya mimarisine yol vermek suretiyle bu sektör iktisadi, siyasi ve ideolojik olarak yeniden yapılandırılmıştır.

Basın endüstrisinde yer alan sermaye grupları, medyanın farklı sektörlerine yayılırken, 80 öncesinde basın endüstrisinde yer almayan bazı büyük sermaye grupları da giderek kâr beklentisi yükselen medya endüstrisinin oluşumunda aktif roller üstlenmiştir. Özellikle yayıncılık alanında, sahiplik başta olmak üzere pek çok konuda kamu hizmeti ve kamu yararına dayalı düzenleyici kural neredeyse ortadan kaldırılarak, medya sermayesi tekelleşme ve uluslararasılaşma yönünde ivme kazanmıştır (Adaklı, 2010:68). 1980'lerden sonra sermaye yapısının ve mülkiyet ilişkilerinin değişmesi, küreselleşme, rekabetin artması ve deregülasyon gibi unsurlar medyada yeni bir sürecin başlamasında etkili rol oynamıştır. Basın sektörü dışından yer alan sermaye güçleri, sektöre girerek tekelleşmiştir (Tokgöz, 1991:100). Kıbrıslı bir işadamı olan Polly Peck'in patronu Asil Nadir, 1988 yılında türkiye'deki bazı gazeteleri almaya yönelmiştir. İlk olarak Haldun Simavi'nin elindeki *Veb Grubu* ile *Tan* ve *Günaydın* gazetelerini satın almıştır. Medyada ilk büyük holdingleşme ise Aydın Doğan tarafından gerçekleştirilmiştir. Milliyet gazetesinin yöneticisi Abdi İpekçi'nin 1979 yılında öldürülmesinden sonra gazetenin sahibi Ercüment Karacan basın sektöründen çekilme kararı almıştır. Koç Grubunun satın alması beklenen Milliyet gazetesi, 1980 yılında Aydın Doğan tarafından satın alınmıştır ve Koç Grubu da Aydın Doğan'ı bu konuda desteklemiştir. 1994 yılı ise Aydın Doğan için yeni bir dönemin başlangıcını temsil etmektedir. O dönemde Hürriyet'in sahibi Erol Simavi, 55 yaşında gazetenin yönetimini oğlu Sedat Simavi'ye bırakmıştır. Erol Simavi döneminde Hürriyet zarar etmeye başlamış ve gazetenin borçları 71 milyon dolara yükselmiştir. Bu durumda Erol Simavi, 1994 yılında gazeteyi Aydın Doğan'a satmıştır (Topuz, 2003:331-336).

1990'ların başından itibaren medya endüstrisinde yaşanan birleşme ve satın almalar daha da yükselmiştir. Sadece Türkiye'de değil tüm dünyaa bu eğilimin var olduğu görülmektedir. Örneğin ABD'de 1990 ile 1995 arasında, önceki 30 yılda gerçekleşen sayıda birleşme ve satın alma olduğu görülmektedir (Greco,1996:5).

Kısaca 1980'li ve 90'lı yıllar, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kamu yayıncılığı anlayışının yerine özel sermaye tahakkümünün aldığı, büyük sermaye gruplarının medyanın bütün alanlarında yatay, dikey ve çapraz bütünleşmeye yöneldiği bir dönemin başlangıcı olmuştur. Neoliberal politikalar aracılığıyla medya endüstrisinin neredeyse tamamen kuralsızlaştırıldığı, medya gruplarının özelleştirme ihalelerinde önde olduğu yeni bir dönem başlamıştır (Adaklı, 2010:75).

1990'lı yıllarda görsel medyada, çeşitli televizyon kanalı yayına geçmiştir. Bununla birlikte yabancı uydular sayesinde yüzlerce kanala ulaşmak mümkün hale gelmiştir. Şifreli kanallar ilk kez 1993 yılında yayın hayatına başlamıştır. Türkiye'de ilk abone sistemli televizyon olan Cine 5 bu dönemde faaliyetlerine başlamıştır. Dönemin sonlarına doğru ise Çukurova (Digitürk) ve Uzan grubu (Star digital) dijital yayıncılık sistemine adım atmıştır (Toruk, 2005:503).

1.3 Dünya'da ve Türkiye'de Medya Endüstrisinin Mevcut Durumu

Bu bölümde dünyada ve Türkiye'de medya endüstrisinin mevcut durumu çeşitli alt başlıklar altında incelenmektedir.

1.3.1. Dünya'da Medya Endüstrisinin Mevcut Durumu

Medya dünyası hızla değişmektedir. İş modelleri, medya segmentleri ve içerikle ilgili uzun vadeli inançlar değişime uğramaktadır. Aslında medya endüstrisinde büyük bir değişimin gerçekleştiğine yönelik ifadeler artık bir klişe haline gelmiştir. Bu değişim, içerik ve dağıtım olmak üzere öncelikli olarak iki açıdan ele alınmaktadır. Fakat, yeni medya ortamının yaygınlaşmasıyla birlikte, içerik üretimindeki ve dağıtımındaki değişimin yanında , artık üçüncü bir kullanıcı deneyimine de yoğun olarak odaklanmak gerekmektedir. Medya harcamaları gelenekselden dijital ürünlere ve hizmetlere doğru hızlı bir şekilde geçiş yapmaya devam etmektedir. Günümüzün hızla değişmekte olan medya ortamında gelenekselden dijital medyaya geçiş, en az gelişmiş bölgelerde bile önemli bir yer tutmaktadır.

Yeni teknolojiler, iş modelleri ve sosyal medyadaki gelişmeler, hem olgun hem de gelişmekte olan pazarlarda daha fazla değişiklik meydana getirmektedir (McKinsey&Company, 2016:1). Yeni medyanın gelişimini sağlayan en önemli unsur internet teknolojisinin yaygınlaşması ve mobil teknolojilerin gelişmesi olmuştur.

Basılı gazete ve dergilerin satışları Avrupa ve Kuzey Amerika'da giderek azalmakta, elektronik haberlere daha fazla erişim gerçekleşmektedir. Bu durum, aynı zamanda, geleneksel reklamcılık gelirlerinin düşmesine yol açmakta ve çevrimiçi reklamların basılı yayınlardan elde edilen gelirlere erişemediği iddia edilmektedir. Atipik çalışma biçimlerinin yaygınlaşmasıyla bazı geleneksel gazetecilerin rolleri tehdit altına girerken kullanıcı tarafından oluşturulan içerik (“vatandaş gazeteciliği”) hem editoryal standartlara hem de profesyonel işlere meydan okumaktadır (Bibby, 2014:vii).

Pavlik (2001:xi), “*Yeni medya ve Gazetecilik*” adlı kitabında, özellikle gazeteciliğin , on dokuzuncu yüzyılın ortalarındaki basınının yükselişinden bu yana belki de en büyük dönüşümden geçtiğini ifade etmektedir. Küresel bilgi erişimi, anlık raporlama, etkileşim, çoklu ortam içeriği ve aşırı içerik tüketimi gibi gelişmelerle karakterize yeni bir gazetecilik biçiminin doğuşunu açıklamaktadır. Birçok yönden bu durum, potansiyel olarak daha iyi bir gazetecilik biçimini temsil etse de gazetecilik standartlarına karşı birçok tehdidi de beraberinde getirmektedir. İçeriğin gerçekliği, kaynak doğrulaması, doğruluk konusunda belirsizlikler sunan yeni gazetecilik uygulaması, bilgisayar ve modem içeren herkesin küresel bir yayıncı olabileceği bir ortam sunmaktadır.

Reuters Gazetecilik Araştırma Enstitüsü tarafından gerçekleştirilen ‘Dijital Haber Raporları 2017’ adlı çalışmada, sosyal medyanın, haberler için önemli bir platform haline geldiği vurgulanmaktadır. Cep telefonu sayısının artmasına bağlı olarak daha fazla insan haberler için internet erişiminden faydalanmaktadır. Mobil haber bildirimleri, her geçen yıl önemli ölçüde artmaktadır. Bu gelişme, daha çok sosyal medya üzerinden gerçekleşmektedir. En büyük değişiklik, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya siteleri aracılığıyla erişilen haberlerin büyümesi olmuştur (Newman vd., 2017:9).

Bu hızlı dijital değişim, artan sayıda bağlı tüketicinin, cep telefonu kullanımının artışının bir parçası olarak görülmektedir. Örneğin, geleneksel kablolu TV’nin sunduğu “paketlenmiş” ortamdan, “self servis yeniden paketleme” olarak adlandırılacak bir

ortama, yani çeşitli çevrimiçi yayın hizmetlerinden, seçim yapan alıcılara doğru giderek büyüyen bir hareket görülmektedir. Kullanıcılar kendi kişisel programlama paketlerini oluşturmaktadır. Tüketicilere yönelik dijital hizmetlerin ve akıllı cihazların sayısı da arttıkça, tüketicilerin istedikleri eğlenceye kendi kendine hizmet etme kabiliyeti de artmaktadır. Buna paralel olarak gerçekleşen en önemli gelişme, geleneksel reklamdan dijital reklama geçiştir. Dijital medyada reklam, 2014'te yüzde 16,1 oranında artarken, geri kalan medyadaki reklamlar yüzde 1,6'lık bir artış göstermiştir. Son beş yılda dijital reklamcılık, dijital olmayan reklamcılıkta yıllık olarak yüzde 2,2 büyümeye ile karşılaştırıldığında, yüzde 16,1'lik bir CAGR'de genişlemiştir. Bu trend, geniş bant evrenindeki muazzam büyümeyi yansıtmaktadır. 2009 ve 2014 yılları arasında sabit geniş bant hane sayısı yaklaşık 233 milyon ve mobil genişbant abone sayısı 1,3 milyar artmıştır. Sabit ve mobil geniş bant evren büyüdükçe, medya kullanımı gelenekselden dijitale doğru sürekli olarak değişmektedir. Reklam verenler, dijital kanalları daha fazla kaynak ayırarak tüketicilerin eğilimlerini takip etmektedir. Dijital reklamcılık, 2009 yılında yüzde 17,2'iken 2014 yılında toplam küresel reklamcılığın yüzde 28,2'sini oluşturmaktadır (McKinsey&Company, 2016:14).

Medya gelirlerinin yarısı satış gelirlerinden ve abonelerden oluşurken, diğer yarısını reklam gelirleri oluşturmaktadır. Medyadaki ekonomik baskı ve geleneksel finansman modelinin çöküşüyle dağıtımdan elde edilen gelir, özellikle GAFA'nın (Google-Apple-Facebook-Amazon) gücünün artması sonucu, reklam gelirlerindeki düşüşe bağlı olarak önemli ölçüde azalmıştır. İnternet reklamcılığı, internet kullanıcılarının bazen zorlayıcı bulmasına rağmen, gelir açısından nispeten marjinal kalmaktadır. Amerikan pazarına atıfta bulunursak, basının reklam gelirleri 1999'da 65 milyar dolar iken 2013'te 20 milyara gerilemiştir ve çevrimiçi reklamlardan sadece 3 milyar gelmiştir. Gazete gelirleri 1990'da GSMH'nin% 0,8'inden 2016'da%0,2'ye düşmüştür. Avrupa'da, 2010 ve 2015 yılları arasında gazete tirajı %21, reklam gelirleri ise aynı dönemde% 23 oranında azalırken, dijital medya reklamları gelirlerin %20'sinden fazlasını oluşturmamaktadır (Drobinski-Weiss, 2017:9).

Basın reklam gelirlerindeki çift haneli düşüş, geleneksel medyada konsolidasyona, işten çıkarmaya ve kapanışlara yol açarken, büyük teknoloji platformları dijital reklamcılığın çoğunluğunu çekmek için önemli çalışmalar yapmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde, dijital reklamcılığın büyük bir kısmı (%99), 2015'in üçüncü çeyreği ile 2016'nın aynı döneminde Google'a veya Facebook'a yönelmiştir. Dolayısıyla bu gelişmeler sadece geleneksel medyayı değil aynı zamanda dijital anaakım medyayı ve haber platformlarını da etkilemektedir. Artık insanlar habere sosyal medya üzerinden erişim gerçekleştirmekte ve bu da sahte ve partizan haberlerin artışına yönelik kaygıları artmasına yol açmaktadır (Newman vd., 2017:3-4).

Benzer şekilde Avrupa'da da 1990'ların ortalarından bu yana, internet "bilgi anayolu", bilginin dağıtımı için o güne kadar bilinmeyen imkanlar yaratmıştır. Hem özel sektöre ait televizyonun hem de internetin ortaya çıkması, aynı zamanda reklam endüstrisinin basılı medyadan uzaklaşmasına yönelik dramatik bir değişime de yol açmıştır. Bu durumdan en çok günlük gazeteler zarar görmüştür. Nitelikli ve küçük reklamların çoğunu internet yüzünden kaybederek, sadece birkaç yılda günlük yayınlar yüzde 60 kadar bir gelir kaybına uğramıştır. Bu eğilim kesin görünmektedir. Dolayısıyla, genel olarak basılı medya ve özellikle günlük gazeteler ciddi ekonomik baskı altındadır (Dohnanyi ve Möller, 2003:25-26)

1990'lı yıllarda gerçekleşen teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarının kullanım amaçlarını, şekillerini, boyutlarını genişleterek dev medya yapıları ortaya çıkarmıştır . Enformasyon endüstrisi ile sermayenin bir araya gelmesi, yeni bir sermaye birikim modelini oluşturmuştur. Bu model kapitalizmin ideolojik, sembolik ve siyasal yeniden yapılanmasına tam bir uyum sağlamıştır. Medya, teknolojinin gelişmesine bağlı olarak büyümüş ve sermaye birikimine alternatif bir sektör haline gelmiştir. Aynı zamanda medya, sermayenin sahip olduğu ideolojiyi yeniden üretmekte kullandığı bir araç haline dönüşmüştür (Kaya, 2009:18).

Dan Schiller, yeni medya düzenini, kapitalizmin dijitalleşmesi olarak açıklamakta ve internet ve iletişim teknolojilerinin yöndeşmesini, küreselleşmeyle birlikte finans ve ekonomik sermayenin uluslararası akışkanlığının artmasını, önemli dönüm noktaları olarak görmektedir. Çünkü teknolojik gelişmeler, piyasaların hakim olabileceği alanı genişletmektedir. Ağlar aracılığıyla, kapitalist ekonomi, sosyal ve ekonomik genişlemesini daha da yaymaktadır. Schiller kapitalizmin bu yeni haline dijital kapitalizm adını vermektedir (Chakravartty ve Schiller, 2010:672).

“2017 Dijital Medya Raporu’na göre, medya sektöründe, 2017’de 100.25 milyar ABD doları olan dünya çapındaki gelirin, 2022’ye kadar 130.7 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Statista,2017).

2018’de toplam reklamcılık gelirinin %33’ünün, tüketicilerden sağlanan gelirin ise %17’sinin dijital araçlardan sağlanacağı öngörülmektedir. Aynı zamanda mobil internet’i kullananların oranı %55 ‘lere ulaşacak olması 2018 yılında internet reklamcılığının payının %33 ‘lere yükseleceği tahmin edilmektedir (PwC, 2014:5).

Küresel medya harcamaları, 1,6 trilyon ABD doları ile 2015 yılında yüzde 6,4 oranında artmıştır. 2014’de bu oran %7,4 olarak tespit edilmiştir; ancak 2010-2013 döneminde harcamaların %6 oranında bileşik yıllık oranda (CAGR) arttığı görülmektedir. 2015 yılında geleneksel medyadan dijital medyaya geçiş devam etmiştir. Dijital harcama akımlarının egemen olduğu segmentler gelişmiştir. Dijital reklamcılık, 2015 yılında %19.4’lük artışla en hızlı büyüyen segment olmuştur. Sırayla yüzde 12,6 olan video oyunları ve yüzde 10,7’lik geniş bant, büyüyen segmentler olmuştur . Video oyunları söz konusu olduğunda, dijital bileşenler (çevrimiçi ve mobil oyunlar ve video oyunu reklamcılığı) toplam harcamaların %82’sini oluşturmaktadır.

Hem dijital reklamcılık hem de geniş bant tamamen dijitaldir ve video oyunlarındaki büyüme dijital bileşenler tarafından desteklenmektedir. Bu örüntü, piyasanın gelenekselden dijital medyaya geçişini yansıtmaktadır. Geleneksel bileşenler yavaş yavaş büyürken ya da azalırken, dijital bileşenlerin hızla genişlediği bu model, hemen hemen tüm medya sektörlerini karakterize etmektedir. Genel olarak, segmentin toplamında dijital harcamaların (tüketici veya reklam) payı ne kadar büyükse, büyüme o kadar hızlı olmaktadır. Tüketici dergileri, gazeteler ve eğitim yayıncılığı ile her biri 2015 yılında azalmaya devam eden diğer baskı ağırlıklı bölümler, elektronik kitapların devam etmesine rağmen, 2015 yılında basılı kitap satışlarının artmasıyla birlikte, yüzde 2,4’lük bir artış göstermiştir (McKinsey&Company,2016:7).

PwC tarafından 54 farklı ülkede tüketici ve reklam harcamaları verilerinin 5 yıllık görünümünü analiz eden ‘ **Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış 2016 -2020 Raporu**’na göre, eğlence ve medya sektörünün dünya çapındaki toplam geliri, önümüzdeki beş yıl içinde %4,4 (CAGR) oranında yıllık birleşik büyüme gerçekleştirerek, 2020’de 2,14 trilyon dolara çıkacağı tahmin edilmektedir.

Eğlence ve medya sektörü, geçmiş yıllara göre düşük bir büyüme hızı gösterse de istikrarlı ve sürdürülebilir büyüme ile dinamik bir sektör olarak kabul edilmektedir. Reklam yatırımlarına önemli bir ölçüde yön veren rapora göre, 54 ülkeden 36'sında, eğlence ve medya harcamaları GSYİH'den daha hızlı ve %50'den daha fazla bir oranda artmaktadır.

Venezuela bu listenin başında gelmektedir. Dünya genelinde en hızlı büyüme kaydeden segment , %11,1'lik bir yıllık birleşik büyüme oranıyla internet reklamcılığı olmaktadır. İnternet, sektörün baskın özelliği haline gelmekte ve Web'e erişimi olmaksızın medya'nın işlevi kalmamaktadır. Küresel "bilgi toplumu"nda bugün dünyanın hemen her köşesindeki insanlar ve topluluklar, internet bağlantısı sayesinde istedikleri her türlü bilgiye ve habere anında erişim gerçekleştirebilmektedir (PwC, 2016:8; White, 2012:1).

Dijital medya, doğrudan internet üzerinden dağıtılan görsel-işitsel medya içerikleri ve uygulamaları olarak tanımlanmaktadır. Buna dijital video içeriği, dijital müzik, farklı cihazlar için dijital oyunlar ve elektronik olarak yayınlanan yazılı içerik de dahil edilmektedir. 2016 yılı "Küresel Medya Raporu"na göre dijital medya, günümüzde hem tüketici harcamalarında, hem de daha da büyük ölçüde reklam harcamalarında sektördeki genişlemenin arkasındaki itici güç olarak görülmektedir. Bu büyüme, özellikle yeni gelişmekte olan pazarlardaki mevcut mobil genişleme patlamasının ve diğer dijital servislerin yanı sıra, üst düzey (OTT) ses ve videonun sürekli olarak gelişmesiyle de artmaktadır.

Dünyanın dört bir yanındaki tüketiciler, her geçen gün daha fazla sayıda dijital içeriği indirmektedir. Medya şirketleri bu talebi karşılamak için yeni hizmetler ortaya koymaktadır. Tüketici teknolojisi ve medya harcamaları son beş yılda GSYİH'nın % 29 üzerinde bir artış göstermiştir. Dijital reklamcılığının, 2020 yılına kadar TV reklamcılığından üçte bir büyüyeceği öngörülmektedir. Latin Amerika, 2015 yılında yüzde 12,8'lik bir artışla medya sektöründe en yüksek büyüme gösteren bölge olmuştur. Batı Avrupa'da, son beş yılda gerçekleştirdiği en yüksek artışla yüzde 4,8 oranında büyümüştür. Orta ve Doğu Avrupa'da, Rusya'daki düşüş nedeniyle son beş yılın en küçük artışı olan yüzde 3,2 oranında artmıştır. Kuzey Amerika'da, 2014'deki %5'lik artışla %4,4 oranında büyümüş, ancak medyadaki büyüme 2011 ve 2012'de kaydedilen artışların üzerinde gerçekleşmiştir (McKinsey&Company, 2016:5-9).

1.3.2. Türkiye’de Medya Endüstrinin Mevcut Durum

Medya sektörü yapısı gereği birbiri ile girift farklı alt sektörleri bünyesine barındırmakta ve özellikle diğer sektörlerden yatırımcıların da ilgi duyduğu bir sektör niteliği taşımaktadır. Türkiye’de çapraz birleşmeler altında ortaya çıkan yoğunlaşma dolayısıyla medya, bir kaç büyük grubun denetimi altında olmaktadır.

Bilginin üretilmesinden ve dağıtılmasından sorumlu olan medyanın faaliyette bulunduğu ekonomik ortamın kimler tarafından kontrol edildiği konusu, medyanın kamuoyunu etkileme işlevi açısından ayrı bir önem arz etmektedir. Çünkü, medya üzerinde kontrole sahip olan güçler, toplumun düşünceleri ve algıları üzerinde de etkili olmaktadır (Kuyucu, 2013b:145; Sözeri ve Güney, 2015:11).

Türkiye’de medya, dünyadaki gelişmelere paralel olarak liberal politikaların uygulanmaya başlamasıyla uluslararası alana açılmıştır. Özellikle teknolojide meydana gelen gelişmeler neticesinde medya günümüzün en önemli endüstrilerinden biri haline gelmiştir.

Medyada, 1952 yılında yürürlüğe giren 5953 Sayılı Basın İş Kanunu ve 212 sayılı düzenleme bugün medyada çalışma ilişkilerini düzenleyen önemli kaynaklardır. Ancak, Türk medya sektöründe, çalışanların çoğunluğu bu kanun kapsamında çalıştırılmamaktadır. 212 sayılı düzenlemenin gazetecilere sağladığı pek çok hak, gazetecilerin 5953 Sayılı Kanun yerine İş Kanunu hükümlerince gazeteci çalıştırma gibi uygulamalarla ellerinden alınmaktadır (Sözeri ve Güney, 2015:32).

1980’li yıllardan itibaren diğer sektörlerde olduğu gibi medya sektöründe de sendikasılaştırma faaliyetleri hız kazanmış ve sendikalara üye olan gazeteciler istifa ettirilmiştir İşten atılma korkusuyla sendikalara üye olmaktan kaçınan gazetecilerin örgütsüzlüğü giderek yapısal hale gelmiştir (Öztürk, 2017: 96).

1.3.2.1 İktisadi Büyüklük

Türkiye’de 2001 yılından bu yana hızlı büyüme trendi içinde olan eğlence ve medya endüstrisi, ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerle birlikte, sürekli ve hızla değişen bir sektör haline gelmiştir. Özellikle gittikçe büyüyen orta sınıf, büyümenin itici gücü olmaktadır. Bununla birlikte dijital teknolojinin gelişmesine paralel olarak eğlence ve medya endüstrisi genişlemiş ve çeşitlenmiştir (PwC, 2014:3-4).

Medya sektörü, 2002 yılından bu yana Türkiye'de ekonomik kalkınmaya paralel olarak istikrarlı bir büyüme eğrisi üzerinde olmuştur. 2002'de yıllık reklam harcamaları % 262 oranında artmış ve 2002 yılında 953 milyon USD'ye karşılık 2,5 milyar USD'ye yükselmiştir. 2012 yılının yarısı sektörde 1,3 milyar dolarlık bir büyüme gerçekleşmiştir.

Yeni medya olarak tanımlanan web-casting ve mobile-casting gibi dijital medya kanallarının, reklam gelir paylarında önemli artışlar kaydetmiştir.

Yeni medya, 2012 yılında reklam pastasının % 8'ini almıştır. Medyada reklam gelirleri açısından ilk sırayı % 57 ile televizyon, ardından sırasıyla gazeteler (%22), internet (%8), reklam panoları (%7), radyo (%3), süreli yayınlar (%2) ve sinema (%1) gelmektedir (Başaran vd., 2013:12).

Dünyada eğlence ve medya endüstrisi büyüklüğü 2013 yılında yaklaşık 1,78 trilyon dolar iken, bu rakam Türkiye için 12 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir(PwC, 2014:8). 2002-2007 yılları arasında gerçekleşen büyüme döneminde, artan tüketim harcamalarına paralel olarak reklam harcamaları da artmıştır. 2002 yılında özel tüketim harcamalarının % 0,45'i olan reklam harcamaları, 2007'de 3,3 milyar YTL ile % 0,55'e kadar çıkmıştır. Fakat krizin etkisiyle Türkiye'de ekonominin kötüye gidişi ile birlikte reklam yatırımları da 2008'den başlayarak azalmıştır. Bu durum, gelirlerinin yüzde 80'ini reklamdan sağlayan Türk medya endüstrisinde de hızlı bir inişe sebep olmuştur (Kara, 2009:75).

Türkiye Reklamcılar Derneği verilerine göre medya endüstrisi, 2015 yılının ilk 6 ayında %14 büyürken, medya yatırımları, 2016 yılının ilk 6 ayında 3.662 milyon TL'ye ulaşmıştır. Dijital mecralardaki yükselişte (%22) en büyük payı ise “mobil” almıştır. Yatırımların %53.2'sini televizyon, %14.75'ini basın, %22.07'sini dijital, %6.42'sini açık hava, % 2.27'sini radyo ve %1.3'ünü ise sinema reklamları oluşturmuştur (Reklamcılar Derneği, 2016).

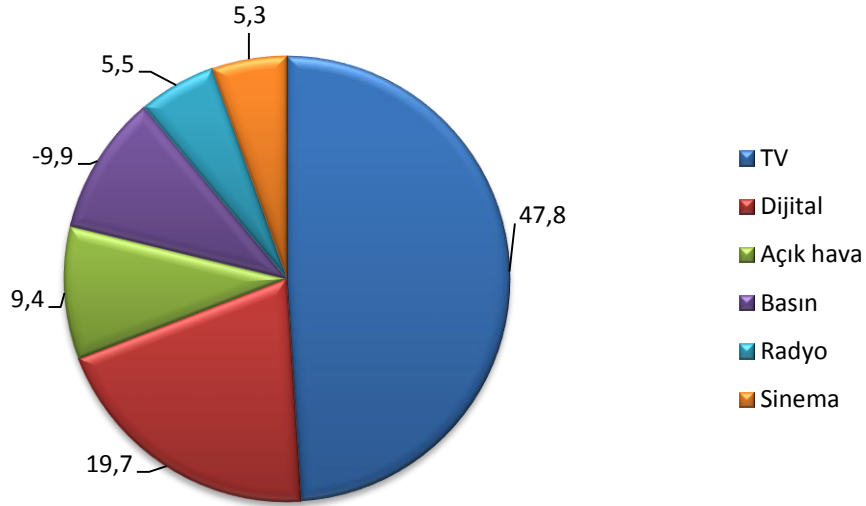
İnternet, Türkiye'de medya sektörünü dünyada olduğu gibi derinden etkilemiştir. İnternet kullanımındaki artış ve yayın teknolojilerindeki hızlı gelişmeler klasik yayıncılık yaklaşımını değiştirmiştir. Türkiye, dünyada olduğu gibi webcast ve moca'ta hızlı bir değişim geçirmektedir.

Medya şirketleri, gün geçtikçe web tabanlı yatırımları artırmaktadır. İnternetin hem nitelik hem de nicelikteki hızlı büyümesi, dijital reklam yatırımlarında da hızlı bir artışa neden olmuştur.

IAB (Interactive Advertising Bureau)' ye göre Türkiye, 2012 yılının ilk yarısında dijital reklam yatırımlarının geçen yılın aynı dönemine göre % 34,4 artışla 416,77 milyon TL'ye ulaştığını açıklamıştır (Başaran vd., 2013:14). İab. Turkey tarafından yapılan araştırmaya göre ise dijital yatırımların 2015'te ekonomiye katkı oranı, %1,4 veya 24 milyar TL'dir. Medya yatırımlarındaki büyümenin lokomotifi olarak dijital medya yatırımları görülmektedir (İab.Turkey, 2017:16).

Türkiye Reklamcılar Derneği'nin 2017 yılına ait verilerine göre toplam medya ve reklam yatırımları 10,693 milyon TL olarak tespit edilmiştir. Bunun 8,020 milyon TL 'sini medya yatırımları oluştururken, 2,673 milyon TL'sini reklam yatırımları oluşturmaktadır. 2017 yılında medya yatırımlarında en büyük payı %47,8 ile TV başı çekerken, % 25,9 ile dijital ikinci sırada yer almaktadır (Reklamcılar Derneği, 2018:4).

Grafik 1:
Medya Yatırımları, 2017 %

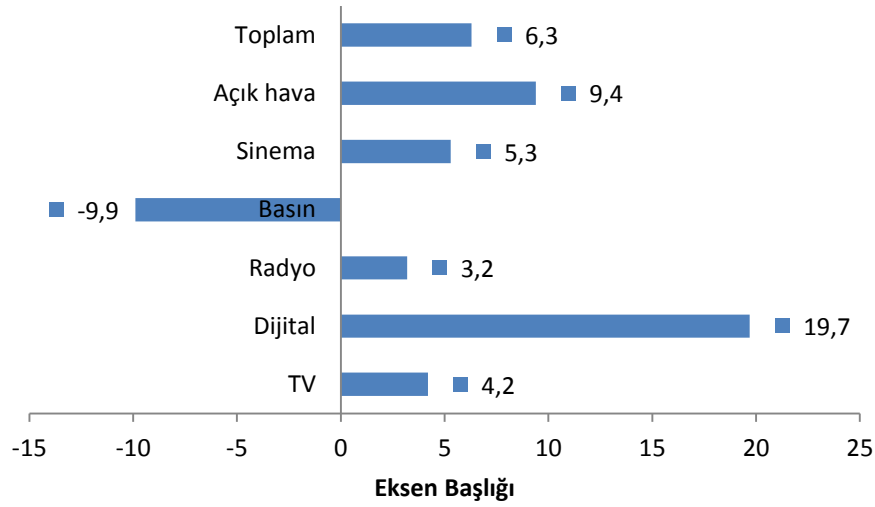


Kaynak: Türkiye Reklamcılar Derneği ,2018

*** 2017 dönemine ilişkin tahmini rakamlardır.**

2016 yılında basın, medya yatırımlarında %14,88 ‘lik bir orana sahipken ve bunun % 13,56’sını gazete oluştururken, 2017 yılında basına yapılan yatırımlarda azalma olduğu görülmektedir. 2017 yılında toplam medya yatırımlarında %4 büyüme gerçekleşirken bu yatırımların % 38’si dijital mecralara yapılmaktadır. Dijital büyüme payını, yazılı basın ve TV ‘den alarak gerçekleştirmektedir (Reklamcılar Derneği, 2018:6).

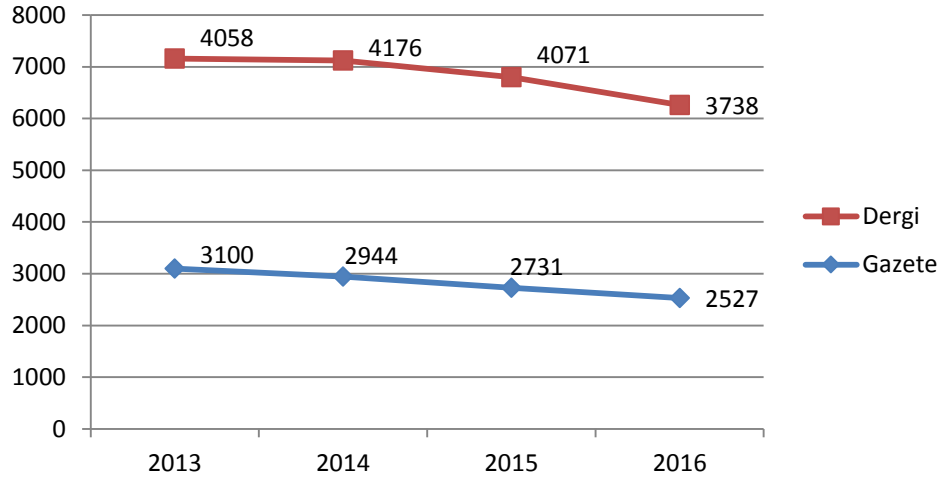
Grafik 2:
2016-2017 Medya Yatırımlarındaki Değişim



Kaynak: Türkiye Reklamcılar Derneği, 2018

Yazılı basında ise yıllar itibariyle belirgin bir gerileme görülmektedir. TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri verileri, gazete ve dergi yayın sayısında yıllar itibariyle düşüş olduğunu ortaya koymaktadır. 2013 yılında yayınlanan gazete sayısı 3100 iken 2016 yılında bu sayı 2527’ye düşmüştür(Grafik 3). Gazete ve dergilerin tirajı, 2015 yılında 2014 yılına göre %6,3 azalmıştır. Ülkemizde 2015 yılında yayımlanan gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajı 2 milyar 132 milyon 242 bin 338 olup, bunun %93,5’ini gazeteler oluşturmaktadır (TÜİK ,2015a).

Grafik 3:
Yazılı Medya Yayın Sayısı 2013-2016 (bin)



Kaynak: TÜİK, "Yazılı Medya İstatistikleri, 2016

1.3.2.2 Medya Endüstrisinde İstihdam

Yazılı medyada, kayıt dışı çalışmanın önemli bir problem olarak yer alması dolayısıyla Türkiye’de medya sektöründe istihdama dair güvenilir kaynak bulmak sıkıntılıdır. Bu konuyla ilgili olarak SGK verileri ve TÜİK yazılı medya istatistikleri bulunmaktadır.

Türkiye İstatik Kurumu (TÜİK) Yüksekokul veya fakülte mezunları FOET 1999’a (Eğitim ve Öğretim Alanları Sınıflaması) göre 2015 yılına ait istihdam ve işsizlik oranları incelendiğinde, “Gazetecilik ve enformasyon”un %50,6 ile istihdam oranının en düşük, %29,1 ile de işsizlik oranının en yüksek gerçekleştiği alan olduğu görülmektedir. Toplam 24 bin işgücü arasından 17 bin gazeteci istihdam edilirken 7 bin gazeteci işsiz kalmıştır. Türkiye’de en fazla işsizliğin olduğu mesleğin "gazetecilik" olduğu belirtilmektedir(TÜİK, 2015b). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden yapılan derlemeye göre, 2016 itibarıyla Türkiye’de 27 milyon 205 bin kişi istihdam edilmiştir. Gazetecilerin istihdam oranı ise yüzde 19.2 ile son sıralarda yer almaktadır (TÜİK, 2016).

1.4 Medya Endüstrisinin Alt Sektörleri

Medya endüstrisi, farklı alt sektörlerden oluşmuştur. Gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon etkin kitle haberleşme araçları olarak toplumdaki bireylere hem enformasyon sağlamak hem de eğlendirmek misyonlarını üstlenmiştir.

Bu bölümde medya endüstrisinde yer alan alt sektörler açıklanmaktadır.

1.4.1. Televizyon Yayıncılığı

Televizyon, keşfedildiği ilk günden bu yana diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha popüler olmuştur. Bu popüleritenin sağlanmasının altında birçok neden yatmaktadır. Bunlardan en önemlisi televizyonun hem göze hem de kulağa hitap edebilmesidir.

Türkiye’de televizyon yayını ilk olarak 1968 yılında başlamıştır. 1960 ihtilalinden sonra TRT kurularak kamu yayıncılığı faaliyetine başlamıştır. TRT kurumu 24 Aralık 1963’de Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde kabul edilen ve 2 Ocak 1964 tarihinde yürürlüğe giren 359 sayılı kanunla kurulmuştur ve 1 Mayıs 1964’de resmen kurularak faaliyetine başlamıştır (Uyguç ve Genç, 1998:75). Televizyon toplumların eğlenceye olan düşkünlükleri ve bilgiye olan gereksinimleri dolayısıyla yeni iletişim araçlarının ortaya çıkmasına rağmen değerini ve önemini kaybetmeyerek popülerliğini devam ettirmektedir. Sadece gelişmiş ülkelerde değil, dünyanın fakir ülkelerinde dahi yayın teknolojileri içerisinde hala en çabuk yayılan araç özelliğini korumaktadır (Fidler,1997:195).

Neoliberal politikaların medya pazarında da hakim duruma gelmesi ve pazarın uluslararası alana açılması, Türkiye’de medya politikalarını değiştirmiştir. Daha çok kamu yayıncılığı temelinde düzenlemeler içeren medya, Avrupa Birliği ile uyumlu hale gelme çabaları neticesinde ticari yayıncılığın düzenlenmesine odaklanmıştır (Sözeri ve Güney, 2015:19).

Türkiye’de de neoliberal politikaların uygulayıcısı konumunda olan Özal hükümeti, televizyon yayıncılığı alanında hukuksal düzenlemelerin başlatılmasına öncülük etmiştir. Kamu TV Yayıncılığının hakim olduğu dönem, özel tv kanallarının uydu teknolojisi sayesinde yayına başlamasıyla sona ermiştir. TRT sırasıyla önce ikinci bir kanalı, sonra da Güney Doğu bölgelerine yönelik yerel amaçlı üçüncü bir kanalı yayına sokarak televizyonu özel girişimciler için de cazip hale getirmiştir. 1990’ların başında, 10 özel kanal yayına başlayarak tv yayıncılığında yeni format ve içeriklerin de ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu durum iletişim endüstrisinde rekabeti arttırarak daha da endüstrinin canlanmasını sağlamıştır (Tanrıöver, 2011:14).

Dijital teknolojinin yayıncılıkta yerini alması ile birlikte dijital televizyon yayıncılığı hizmete girerek üçüncü nesil olarak adlandırılan dijital televizyonculuk altın çağını yaşamaya başlamaktadır (Fidler, 1997:196).

1.4.2. Yazılı Basın

Basın kavramı, başta gazete, dergi, broşür, kitapları ifade etmek için kullanılmaktadır. Zaman içerisinde televizyon, radyo gibi görsel-işitsel kitle iletişim araçları için de basın kavramı kullanılmıştır. Bu nedenle radyo, televizyon gibi görsel işitsel olmayan, gazete, dergi ve benzeri basılı nesneleri, bunları yayımlayanları ve burada çalışanları ifade etmek için yazılı basın kavramı kullanılmaktadır (Akarcalı, 1989:266).

1.4.3. Radyo Yayıncılığı

Kamu yayıncısı olarak uzun yıllar devlet tekelinde yayın yapan radyo, TRT'nin kurulmasıyla kurumsal ve özerk bir yapıya kavuşmuştur. Radyo yayıncılığının 1990 yıllarda özelleşmesiyle birlikte özel sermayeli radyo kanallarının da kurulması hızlanmıştır. 1980'lerden itibaren neo-liberalizmin yaygınlaşması neticesinde radyo, özel kuruluşlar tarafından yönetilmeye başlamıştır (Kuyucu, 2013c:136). Türkiye'de ilk radyo yayını 1927'de, Ankara ve İstanbul'da bir Fransız şirketi olan TTTAŞ tarafından kurulan beşer kilovatlık telsiz istasyonlarından gerçekleştirilmiştir (Kocabaşoğlu, 2010:16). 1964'de TRT'nin kurulmasıyla devlet tekelindeki faaliyetlerine devam etmiştir. Türkiye'de 1992'de özel sermayeli radyo yayıncılığı başlayarak TRT'nin tekelinde olan kamu yayıncılığı bertaraf edilmiştir. Böylece mecra da çok seslilik etkin kılınarak radyo yayıncılığın gelişimi rekabetçi bir ortamda devam etmiştir.

1.4.4. İnternet Yayıncılığı

Yayın, okunmak için basılıp dağıtılan ya da televizyon ve radyo aracılığıyla halka iletilen ürünler olarak tanımlanmaktadır. Oysa zaman içerisinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak bu ürünler çeşitlenmiştir. Özellikle internetin 1990'lı yıllarda toplum yaşamına girmesi ve yaygınlaşmasıyla yeni bir mecra oluşmuştur. Bundan önceki kitle iletişim araçları geleneksel medya olarak tanımlanırken internet, yeni medya olarak tanımlanmaya başlamıştır.

Yeni medyada elektronik kitaplar ve süreli yayınlar ile beraber bloglar, sosyal ağlar, web siteleri, oyunlar da yayıncılık alanında yerini almıştır (Birsen, 2013:3).

Türkiye’de 1993’de ODTÜ üzerinden ilk internet bağlantısı gerçekleşmiştir. 1995 yılında Aktüel dergisi, Boğaziçi Üniversitesi Bilgi-İşlem Merkezi üzerinden üzerinden, yine bu üniversitenin öğrencileri tarafından faaliyete başlamıştır (Uzunoğlu, 2017). Dolayısıyla Türkiye’de haber yayını yapan web sitelerinin faaliyete başlamasıyla internet yayıncılığı başlamıştır. 1996’da Milliyet Gazetesi, tüm içeriğini internet ortamına taşımıştır. Hürriyet ve Sabah ise 01.01.1997 yılı itibari ile internet yayıncılığına başlamıştır. Radikal Gazetesi 28.03.1997, Cumhuriyet Gazetesi ise 1998 yılında internet ortamında yayınlarına başlamıştır.

1.5 Medya Endüstrisinde Değişim

Bu bölümde medya endüstrisindeki değişim, iletişim teknolojileri ve mülkiyet ilişkilerindeki değişimler alt başlıkları altında incelenmektedir.

1.5.1 Medya Endüstrisinde İletişim Teknolojilerindeki Değişim

Medya endüstrisinde iletişim teknolojilerindeki değişim, geleneksel ve yeni medya teknolojilerinin gelişimi ve yeni normalin oluşum süreci çerçevesinde açıklanmıştır.

1.5.1.1 Geleneksel ve Yeni Medya Teknolojileri

İnsan, sosyal bir varlıktır ve iletişim, insanın en temel ihtiyaçlarından biridir. İnsanlık tarihi boyunca kişinin kendini ifade etmesi için iletişim her zaman var olmuştur. İnsan, tarihsel süreç içerisinde varlığını sürdürmek ve yaşamını kolaylaştırmak için değişik icatlar yapmıştır. Yeni icatlar, yeni kavramlar, yeni anlamlar ve yeni iletişim biçimleri de yaratmıştır. Dolayısıyla, iletişimin şeklinde de değişiklikler meydana gelmiştir. Her dönem kendine özgü görünüm sergilemiş; aynı zamanda kendisinden önceki dönemlerden de farklılık göstermiştir. Yeni iletişim araçları, iletişimi kendine özgü şekle sokarak sosyo-kültürel değişime de aracılık etmiştir.

Genel olarak, “endüstriyel”, “mass” veya “broadcast” gibi kavramlarla da ifade edilen geleneksel medya (Yurdigül ve Zinderen, 2012:84); gazete, dergi, radyo, televizyon gibi iletişim sistemlerinden oluşmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte geleneksel medyadan yeni medya ortamına geçiş yaşanmıştır. İletişim teknolojilerinin gelişimi kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesine ve haber anlayışının da değişmesine yol açmıştır. Yeni çıkan her yeni teknoloji yeni bir iletişim aracının da ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu gelişmeler, geleneksel medya için hem yeni fırsatlar hem de zorlukları beraberinde getirmiştir. Yeni medyanın varlığı, geleneksel medyaya, özellikle basılı gazeteciliğe meydan okumaktadır. Sanayi kuruluşları ve işletmelerde analistler, basılı gazeteciliğin, büyük buhrandan bu yana yaşadığı en kötü mali kriz ile karşı karşıya olduğunu vurgulamaktadır (Salman vd., 2011:2).

Günümüzde insanların haber tüketimleri, sabah gazetelerinden veya televizyonda belirli saatlerde yayınlanan akşam haberlerinden ibaret değildir. Artık haber tüketimi, 24 saat, dünya çapında yaşanan olaylara anında ulaşabildiği internet aracılığıyla gerçekleşmektedir. Televizyon, gazete ve radyo hala mevcut; ancak interaktif online medyadan geleneksel medya araçlarına yönelen bir rekabet ortamı söz konusu olmaktadır (Alejandro, 2010:5).

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak habere ulaşma biçimlerinde olduğu gibi ve haberi yayma yöntemlerinde de değişimler meydana gelmiştir. Özellikle yeni medya ortamı, habere ulaşma ve yayılım maliyetlerini düşürmüştür ve medya endüstrisinde çalışanların da bu değişimlere uyum sağlamalarını zorunlu hale getirmiştir. Günümüzde artık bir muhabirin teknolojiyi kullanarak haber ve fotoğrafları dünyanın herhangi bir yerinden internet aracılığıyla gazetesine gönderebilme imkânı oluşmuştur (Gönenç, 2004:438). Nitekim, internet teknolojilerinin gelişmesi, yeni medyanın gelişimindeki en önemli etken olmuştur. İnternet terimi, “international” (uluslararası) ve “network” (ağ yapısı) sözcüklerinin birleşmesiyle oluşmuş bir terimdir (Karabulut, 2009:109). Bilgisayarların iletişim teknolojileri ile uyumlu hale gelmesiyle birlikte farklı iletişim ortamları arasındaki kesin çizgiler ortadan kalkarak iç içe geçmiş yeni iletişim ortamları meydana gelmiştir. Birbirinden farklı niteliklere sahip olan kitle iletişim araçları olan telekomünikasyon ve bilgisayar sistemleri iç içe geçerek yöneşme içerisine girmişlerdir

Yeni medya ortamı, farklı iletişim boyutlarının aynı anda gerçekleşmesine olanak sağlamasıyla geleneksel medyadan ayrılmaktadır.

Merril Moris ve Christin Ogan’a göre,

“İnternet doğası gereği, geleneksel kitle iletişim modelindeki ‘kaynak-mesaj-alıcı’ rolünü tek başına üstlenmektedir. Bu doğrultuda, sözü edilen işlevi bazen geleneksel yayıncılık şablonuyla yerine getirmekte; bazen de kaynak-mesaj-alıcı öğeleriyle; yeni iletişim modelleri konfigüre etmektedir. Bu durum, bir tür iletişim ‘dönencesi’ olarak da adlandırılmaktadır. Mesaj, tekilden-gruba, gruptan-kitleye ve ters yönde kitleden gruba ya da gruptan-tekile iletebileceği gibi, kitleden bireye ya da gruptan-kitleye olmak üzere çok değişik şekillere bürünebilmektedir” (Binark, 2007:23).

Yeni medya terimi, birçok yerde farklı şekillerde kullanılmaktadır. Lievrouw ve Livingstone (2002), mesaj (iletişim ve onun pratikleri), teknoloji (diğer bir deyişle ortam) ve kullanılan sosyal bağlam üzerinde durmaktadır. Manovich (2002), yeni medyayı "dağıtım ve gösteri için dijital bilgisayar teknolojisini kullanan" kültürel nesneler olarak tanımlamaktadır (Friedman ve Friedman, 2008:4).

Van Dijk (1999:9-10), yeni medyanın, “iletim linkleri ile metin, veri, görüntü ve/veya ses gibi içeriklerin yüklenmiş olduğu farklı aygıtlara monte edilebilen yapay belleklerin bir birleşimi olduğunu” ifade etmektedir. Yeni medyanın çeşitli tanımlamaları arasındaki karışıklık, çalışma nesnesinin mesaj, ortam, teknoloji, zaman periyodu ve toplumsal bağlamdaki iç karışıklığından kaynaklanmaktadır. Aslında, bugün, medya terimi teknolojiye dolayısıyla iletişim ortamına atıf yapmaktadır.

Son yıllarda gazete, dergi, televizyon, radyo gibi geleneksel medyanın çöküşünden hatta ölümünden bahsedilmektedir. Artık basılı gazetelerdeki haberler, internet üzerinden yapılan haberlere kıyasla çok eski kalmaktadır. Bununla birlikte, genellikle, yeni medyanın, geleneksel medyanın yerini almak yerine, geleneksel medyayı desteklediği ve örgütün amaçlarını daha da ileriye götürmek için birlikte çalıştıkları da görülmektedir. Örneğin New York Times internetten olduğu gibi gazete bayiiilerinden de ulaşılabilir (Friedman ve Friedman, 2008:2). Radyo ve televizyon yoluyla yayın, bölgeye veya küresel olarak bir ülkenin çevresine sinyal gönderen pahalı ekipmanlara dayanmaktadır. Şimdi ise bir kullanıcı internet'e bağlandığında, bir anda global ve ücretsiz olan bir platforma kolaylıkla erişebilmektedir. Bu, bir kişinin iznini almak zorunda olmadan her türlü bilgiye erişmek ve dünyayı keşfetmek anlamına gelmektedir. Kameralı veya klavyeli bir kişi artık kar amacı gütmeyen ve kendi kendine yayın yapan bir kişinin formuna dönüşmüştür (Shirky, 2008:77).

Özellikle Facebook ve Twitter gibi sosyal medya ağlarının yanı sıra bloglar ve google gibi web 2.0 uygulamaları, kullanıcılara müthiş imkânlar sunarken aynı zamanda haber yönetimlerine ve gazetecilere verdiği güçlükler daha önce hiç görülmemiş türdendir. PC, iPhone veya Blackberry kullanan herkes kendi yayıncısı olabildiğinden, kullanıcılar blog, tweet veya facebook'a her zaman, her yerde kolaylıkla ulaşabilmekte ve haberlere anında ulaşabilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde 2008 yılında yapılan bir araştırmaya göre, ankete katılanların %40'ı uluslararası ve ulusal haberlerin % 24'ten fazlasını internetten aldığını belirtmiştir (Alejandro, 2010:10). Nitekim, ABD'li yetişkinlerin %69'u sosyal medya kullanıcısıdır. Özellikle 18-29 yaş grubundaki çocukların %86'sı sosyal medya kullanıcıları olduğundan, genç yetişkinler arasında sosyal medya oldukça popülerdir (Smith,2017). Pew Araştırma Merkezi ile John S. ve James L. Knight Vakfı'nın birlikte gerçekleştirdiği ve 2.000'den fazla ABD'li ile yapılan araştırmada, çevrimiçi haber tüketicilerinden son iki saat içinde haber almak için kullandıkları yolları belirtmeleri istenmiştir. Alınan yanıtların sonuçlarından sosyal medya ve haber kuruluşlarının web sitelerinin çok daha fazla kullanıldığı görülmüştür. Bireyler ortalama çevrimiçi haberlerin %36'sını doğrudan bir haber kuruluşunun web sitesinden alırken, sosyal medya aracılığıyla haber alma oranı %35 olarak tespit edilmiştir (Mitchell vd., 2017:12). Toplumsal Cinsiyete bakıldığında ise, çevrimiçi haberleri tüketen kadınlar (%39) erkek çevrimiçi haber tüketicilerine (%30) göre daha sıklıkla sosyal medya aracılığıyla haber almaktadır. Genç kadınlar özellikle dikkat çekmektedir. 18-29 ve 30-49 yaşlarındaki kadınların yaklaşık yarısı, sosyal medya yoluyla (sırasıyla %47 ve %49) haber alırken, 50 ve daha büyük kadınlar için bu oran %28'dir (Mitchell vd., 2017:19).

1.5.1.2 Dijital Devrim ve “Yeni Normal”

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler yeni iletişim teknolojileri, yeni medya, internet, sosyal medya, sosyal ağlar gibi pek çok yeni kavramı medya literatürüne sokmuştur. Bu yeni oluşumlar sosyolojik, kültürel ve ekonomik alanda değişimlere yol açmıştır. Günümüzde yeni medya teknolojileriyle kurulan ağlar sayesinde yeni ekonomik alanlar ortaya çıkmakta, sermaye interneti etkili bir şekilde kullanarak kapitalist anlayışı sanal ortamın her alanına yaymaktadır (Başlar, 2013:1).

Bugün dijital, elektronik cihazları, bilgisayarları, iPod benzeri taşınabilir çoklu ortam oynatıcıları, dijital fotoğraf-video cihazları, cep telefonlarını, radyo ve TV alıcılarını, küresel konumlandırma sistemlerini, DVD ve BlueRay oynatıcıları, e-kitap okuyucuları ve oyun konsollarını vs bunların hepsini içermektedir. Özellikle dijital, eğlence ve medya sektörlerinde yer alan tüketiciler için yeni deneyim, imkanlar sunmaktadır. Bunun yanında dijitalin neden olduğu dönüşüm daha karmaşık bir dünyayı da beraberinde getirmektedir. İş dünyası artık rekabet avantajını korumak için daha da hızlı hareket etmek zorunda kalmaktadır. Dijitalle birlikte daha kişiselleştirilmiş, müşteri merkezli birimler ve çalışmalar oluşturmak zorunlu hale gelmiştir(PwC, 2014:3). PwC'nin Küresel Eğlence ve Medya Endüstrisi'ne Bakış (2012-2016) raporuna göre “dijital” uygulamaların, artık yenilik olmaktan çıkıp “yeni normal” haline geldiği vurgulanmaktadır. Sektör, bu doğrultuda yenilenmekte ve yeniden şekillenmektedir. Dijital, artık medya endüstrisinin merkezine yerleşerek sektörle bütünleşmiştir (PwC, 2012:23).

Geleneksel medya araçlarının yerini yeni medya araçlarına bıraktığı günümüz dijital çağında, internet, en önemli iletişim araçlarından biri halini almaktadır. İnternetin icadı ve sonrasındaki gelişmeler, toplumlara yeni bir “dijital dünya” ortamı yaratmıştır. Bu yeni dünyaya hızla adapte olabilen toplumlar, teknoloji temelli bir yaşam düzenini benimseyerek yeni dünyanın dijital jenerasyonları olarak yerlerini almaktadır. (Karabulut, 2015:12). Castells'in ‘ağ toplumu’ olarak tanımladığı toplumlarda, bireyler artık küresel ve yerel olarak örülmüş, birbiriyle bağ(ıntı)lı ağ toplumu içinde yaşamaktadır(Binnark vd., 2009:25). Geçicilik üzerine kurulan yeni toplum düzeni, örgütsel yapılardan insan ilişkilerine, tüketim alışkanlıklarından eğitim sistemine kadar tüm süreçler yeniden yapılanmaya gereksinim duymaktadır.

İnsan beyninin düşünme sistematığını inceleyen bilim adamları, eski medyanın zirvede olduğu 20. yüzyıldaki insan beyni ile dijital ortamın yeni medyasının hakim olmaya başladığı 21. yüzyıldaki insan beyninin birbirinden hayli farklı çalıştığını tespit etmişlerdir. Dijitalin hakim olduğu dünyaya doğan kuşak, 20. yüzyılın doğasına ait varsayımlarını kabul etmemektedir. Gerçekten bu kuşak, standart modelde çıkan gazeteleri okumayı tamamen bırakma eğilimindedir. Eski medyanın öldüğü, yeni medyanın ise tüm zenginliği ve çeşitliliği ile fışkırmaya başladığı bu yeni ortam,

ölen medyadan çıkış yapmak zorunda kalan medyacılar ve yeni iş kurarak para kazanmayı düşünen yeni girişimcilere yepyeni imkanlar yaratmıştır (Turgut, 2013:31).

1.5.2 Medya Endüstrisinde Mülkiyet İlişkilerindeki Değişim

Rekabet, piyasa ekonomisinin olmazsa olmazıdır. Ancak, tüketicilerin sayısı ve dolayısıyla pazarın boyutu sınırlı olduğunda, rakiplerin sayısı düştüğünde, tek yarışmacı için hayat şansı daha da artmaktadır. Yoğunlaşma ile ilgili ekonomide “büyük balık küçük balıkları yiyerek kazanır” anlayışı hakimdir. Fakat kontrolsüz yoğunlaşma, belirli bir pazardaki rakip sayısını oligopollerin hakim olduğu ufak bir gruba veya bir tedarikçinin tekeli hakimiyetine düşürmektedir (Dohnanyi ve Möller, 2003:28).

Tekelleşme ve yoğunlaşma kavramları birbirine yakın kavramlar olmakla birlikte farklı anlamlara sahiptir.

Tekel kavramı bir gücün yönetsel egemenliğini ifade etmektedir. Bu egemenlik, ekonomik alanda olabileceği gibi siyasal, kültürel alan da olabilmektedir. İlişkiler ağının yönetimi, tek bir güç (tekel) veya kollektif güç (oligarşi) tarafından kontrol edilmektedir (Erdoğan, 2002:417). Yoğunlaşma kavramı ise, sektörde az sayıda firmanın veya kuruluşun toplam satışlar üzerinde veya istihdam gibi ekonomik aktivitelerde büyük bir paya sahip olmasını ifade etmektedir. Piyasa yoğunlaşması bir piyasadaki büyük kuruluşların göreceli pozisyonlarını ölçmektedir. Piyasa yoğunlaşmasının yüksek olması sektördeki firmaların tekeli davranışlarına yol açarak kaynakların yanlış dağılımına ve ekonomik performansın zayıflamasına yol açmaktadır (OECD, 1993). İktisat literatüründe "tekelleşme" yerine "yoğunlaşma" kavramı kullanılmaktadır. Bir piyasada tekelleşmenin olması bir ya da birkaç firmanın aralarında anlaşma yaparak piyasaya hakim olması demektir (Ekzen, 1999: 87). Özetle, yoğunlaşma, firma sayısı ve firma büyüklüğünün dağılımı ile piyasadaki tekelleşme eğilimlerini yansıtmaktadır. Piyasada yoğunlaşmanın artması durumunda rekabet azalmakta, tekelleşme eğilimi artmakta, piyasaya giriş engelleri oluşmaktadır.

Medyada yoğunlaşma ise medya sahipliğinin bir veya bir kaç şirket elinde toplanması biçiminde tanımlanmaktadır (Avşar, 2004:89). Medyadaki yoğunlaşma yatay medya yoğunlaşması, dikey medya yoğunlaşması ve çapraz medya yoğunlaşması şeklinde gerçekleşmektedir.

Aynı sermaye sahipliğinin birbirinden bağımsız birden fazla yayın organına sahip olması **yatay medya yoğunlaşması** olarak tanımlanırken (Uluç, 2003: 283), televizyon ve radyo yayıncıları ile program üreten firmalar ve dağıtım pazarları arasındaki sahiplik ve sermaye ilişkisi “**dikey medya yoğunlaşması**” olarak tanımlanmaktadır. Televizyon ve radyo yayıncıları ile yazılı basın ve internet sağlayıcıları gibi medya unsurları arasındaki sahiplik ve sermaye ilişkisi ise “**çapraz medya yoğunlaşması**” şeklinde tanımlanmaktadır (Özkan, 2007).

Türkiye’de medyada tekelleşmeye imkan sağlayan koşulların temeli 1950’li yıllarda atılmıştır. Bu yıllar, tekelleşmeye ilişkin emarelerin olduğu; lakin Türk basınında gazetecilikten gelme patronların sektöre hakim olduğu yıllardır (Çelik,2015:738). Basın tarihinin 150 yıllık dönemi devlet baskı ve denetiminde geçmiştir. Tek parti yönetiminin kontrolündeki basın, çok partili döneme geçişle birlikte medyada çoğulculuk başlamıştır. İkinci dünya savaşından sonra gerçekleşen hızlı ekonomik gelişme ve yeni teknolojilerin ithali ile medyada yeni bir döneme girilmiştir. Özellikle basım teknolojisinin gelişmesiyle tirajlar artmış, kalite iyileşmiş ve reklam pastası büyümüştür. Medyada önemli rol oynayan Simavi kardeşler, ticari gazetecilik yaparak medyadan para kazanmanın yolunu açmışlardır (Acar, 1998:9). Yine gazetecilikten gelen Milliyet gazetesinin sahibi Karacan Ailesi, Tercüman gazetesinin sahibi Ilıcak ailesi bu gelişmelere ayak uydurarak basın endüstrisinde büyümeye başlamışlardır. Medyanın bu şekilde büyüyerek holdingleşmesi bu alanda faaliyet göstermeyen diğer holdinglerin de ilgisini çekerek bu alana yönelmesini sağlamıştır. Özellikle 1980’li yıllarda basın bir sektör haline dönüşmeye başlamıştır. Çünkü medya endüstrisine gazetecilik dışından gelen patronlar sektörde güç kazanmaya başlamıştır. Akşam gazetesinin yazarı Malik Yolaç, medya endüstrisine gazetecilik dışından gelen ilk patronudur. 1979 yılında oto yedek parçacısı olan Aydın Doğan Milliyet gazetesinin hisselerinin %75’ini satın alarak sektöre girmiştir. Sermaye sahiplerinin medya endüstrisine girişleriyle birlikte basın alanında giderek tekelleşme artmıştır (Çelik, 2015:738-39).

1990’lı yıllar ise medya endüstrisinde yeni bir dönemin başlangıcını temsil etmektedir. Medya sahipleri, sadece gazete dergi yayımlayarak, TV kanalı işleterek sermayenin büyüyemeyeceğini fark etmişlerdir.

Finans ve Bankacılık gibi diğer sektörlere de girerek holdingleşmeye başlamışlardır. Medya, bu holdinglerin bir parçasına dönüşmüştür. Teknolojilerini yenileyerek ölçeklerini büyütmüşlerdir. Büyük fonlarla finanse edilen medya endüstrisinin mekanı da değişerek dev yapılara dönüşmüştür.

Medyada tekelleşmenin en önemli itici gücü özel TV istasyonlarının faaliyete başlaması olmuştur. Dönemin bankacılık grubu olan Uzanlar ile dönemin Cumhurbaşkanı olan Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal ile ilk özel TV şirketini kurarak bu alana öncü olmuşlardır. 1990'lı yıllarda sektörde en hızlı büyüyen Milliyet gazetesinin sahibi Aydın Doğan olmuştur (Acar, 1998:9-12).

1.6 Gazetecilik Kavramı ve Türleri

Bu bölümde gazetecilik kavramı ve türleri açıklanmaktadır.

1.6.1 Gazetecilik Kavramı

Gazete, 17.yüzyılda, ilk kez Avrupa'da yayımlanmaya başlayan bir kitle iletişim aracıdır. Haber kağıtları ile haber mektupları, gazetenin öncüleri olarak Avrupa'da 14. yüzyıldan itibaren çeşitli işlevler görmüştür. Haber kağıtları, aristokrasi hakkında bilgi taşıma işlevi görürken, haber mektupları, burjuvazinin ticari sorunlarını çözmesinde yardımcı olmuştur(Tokgöz, 1981:63). Gazetelerin öncüleri 13. Yüzyılda görülmeye başlayan haber mektupları olsa da (Özçağlayan, 2008:144) , 15. yüzyılda matbaanın bulunmasıyla yazılı eserlerin ve düşüncelerin geniş kitlelere ulaşması mümkün hale gelmiştir. 17. yüzyıldan itibaren ise ilk gazetecilik örnekleriyle toplumun bilgi edinme, habere ulaşma gereksinimi karşılanmaya başlanmıştır (Bulunmaz, 2012:2).

Gazetecilik, özel ve toplumsal önemi olan bir meslektir ve günlük gerçeklerin yaratılmasında büyük bir role sahiptir. IFJ, gazeteciyi şöyle tanımlamaktadır (Bohere, 1986:8):

“Gazeteci asli, sürekli ve ücretli bir işi veya birkaç yazılı veya görsel işitsel kitle iletişim aracına yazı ya da fotoğrafla katkıda bulunarak yapan ve kazancının çoğunu bu işten sağlayan kişidir”

1936 yılı 3008 sayılı İş Kanunu, gazetecileri “fikir işçisi” olarak tanımlamaktadır. Bu kavram, gazetecinin fikri çalışmasının beden çalışmasından daha fazla olduğunu belirtmek için kullanılmaktadır (Uçak, 2011:386).

5953 sayılı Kanunun 1.maddesinin 1.fıkrası bu durumu açıklamaktadır (İçel ve Ünver, 2009, 219):

“Bu Kanunun hükümleri Türkiye’de yayınlanan ve mevkutelerle (periyodik yayın) haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunundaki-işçi- tarifi şümulu haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu Kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir.”

En genel bir tanımlama ile gazeteciliğin temel işlevi haber vermektir. Günümüzde haber verme işlevini yerine getiren çeşitli gazetecilik araçları bulunmaktadır. Basın, radyo ve televizyon yanında, internetin gelişmesiyle yeni medya da gazetecilik faaliyetlerinde etkin rol almaktadır (Tokgöz, 1981:5).

Gazetecilik her ülkenin sosyal, ekonomik ve siyasal yapısının farklı olması dolayısıyla farklı şekillerde gelişmiştir. Gazetecilik dünya çapında teorik olarak, çok çeşitli disiplinlerden gelen kişiler tarafından araştırılmış, incelenmiş ve eleştirilmiştir. Nitekim, gazetecilik yönündeki araştırmalar, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaygın olarak gerçekleştirilmektedir. Gazetecilik bir disiplin olarak kabul edilmesine karşın, dünyanın çeşitli yerlerinde gazetecilik (eğitim ve öğretim) alanında teori ve metodoloji için farklı kavramsal yaklaşımların varlığı görülmektedir. Gazetecilik araştırmalarında uluslararası bir fikir birliği ve disiplinler diyalog eksikliği çeşitli faktörlere bağlanmaktadır. Akademik bir disiplin olarak gazetecilik hâlâ tartışmalı bir konudur. Gazetecilik alanında, endüstri ile üniversite arasında denge kurulması zordur . Aynı zamanda gazeteciliği anlamak için başka bir tartışmalı faktör ise sosyal bilimlerde eğitim görmüş akademisyenlerin bakış açılarındaki çatışmadır. Özellikle alanın 'folklorik' tutarsızlığı dolayısıyla var olan literatürde fikir birliğinin oluşması güç olmaktadır (Deuze, 2005:442-443).

1.6.2 Basının İşlevi ve Önemi

Basın, toplumsal yapılanmaya ve demokrasinin gelişmesine katkıda bulunma sorumluluğu ve görevi açısından önemli bir araçtır. Basın, habercilik ve eğlence işlevi yanında, kamuoyu oluşturarak ya da oluşturmada toplumlara ve kültürel değerleri etkileme işlevlerine sahiptir. Aynı zamanda toplumu eğiterek toplumsal bir iletişim aracı misyonuna da sahip olmaktadır. Demokratik toplumların kitlelere sunduğu özgürlükçü sistemlerin en önemli araçlarının başında basın gelmektedir.

Basın , toplumdaki bireylerin haber edinme , okuma, öğrenme, kanaat geliştirme, tercih belirleme gibi konulara ilişkin ihtiyaçlarını karşılayarak gerek düşüncelerin oluşmasında gerekse düşüncelerin açıklanması sürecinde önemli bir araç olarak görülmektedir. Demokratik karar verme sisteminin önemli bir parçası olan haber alma, topluma saydamlık getirmekte ve bununla ilgili olarak verilen kararların insanların adalet duygusuyla birlikte ilerlemesini sağlamaktadır (Akarcalı, 1989:265; Vural, 2000:117; Karknu, 2015). Özgürlükçü demokratik rejimlerde bireyin vatandaşların eleştirme hakkı bulunmaktadır. Basın, vatandaşın sözcüsü olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda kamuoyunun sesini duyurma fonksiyonuna sahiptir. Dolayısıyla basın, salt kitle iletişim aracı olarak nitelendirilemez. Toplumsal bir kurum olma özelliğine sahiptir (Birsen, 2005:2).

Gazetecilik, medya evrenine hükmeden konuşma, eğlence, düşünce, reklam ve propagandadan çok daha küçük bir alanı kaplarken, yine de çoğundan daha değerli olarak algılanmaktadır. Çünkü basın, insanlara doğrulanmış bilgiler sunmak durumundadır. Dolayısıyla basın, sadece gerçekleri bulmaz, aynı zamanda basının bu gerçekleri doğru şekilde topluma aktarma misyonu bulunmaktadır .

Demokrasi, anlamlı bir bağlamda güvenilir ve doğru gerçeklere sahip olan vatandaşların varlığına bağlıdır. Gazetecilik, mutlak veya felsefi bir anlamda doğruyu takip etmez, ancak pratik bir şekilde bunu sürdürmeli ve yapmalıdır. Dolayısıyla gerçek gazetecilik, gerçekleri bir araya getirmek ve onları doğrulamak için profesyonel disiplinle başlayan bir süreçtir. Doğruluk, her şeyin inşa edildiği bir temeldir. Bağlam, yorumlama, yorum, eleştiri, analiz ve tartışma bu temel üzerinden oluşmaktadır. Haber ajansları, reklam verenler ve hissedarlar da dahil olmak üzere birçok kişiye cevap verirken, bu kuruluşlardaki gazeteciler vatandaşlara sadakat göstermeli ve haberi korku ya da çıkar sağlama kaygısı olmadan sunmalıdır. Kamu yararını gözetmelidir, bağımsız olmalıdır. Nitekim, bağımsızlık, gazeteciliğin güvenilirliğinin temel taşı olan temel bir gerekliliktir. Tarafsızlıktan ziyade ruhaniyet ve aklın bağımsızlığı, gazetecilerin odakta tutması gereken ilkedir. Aynı zamanda Gazeteci, kişisel bir ahlak ve sorumluluk duygusuna sahip olmalıdır (Kille, 2009).

1.6.3 Gazetecilik Türleri

Gazeteciliğin farklı türleri bulunmaktadır. Bu bölümde gazetecilik türleri hakkında bilgi verilmektedir.

1.6.3.1 Freelance Gazetecilik

Freelance gazetecilik, herhangi bir medya kuruluşu tarafından istihdam edilmeyen bağımsız gazeteciler tarafından yaratılmıştır. Freelance gazeteci, yazı, fotoğraf, alt düzenleme, kemeraman veya bunların bir bileşimi gibi faaliyetlerden gelir elde eden bağımsız bir gazetecidir (Allen, 2011:26).

1.6.3.2 Kadrolu Gazetecilik

Bir basın kuruluşunun kadrosunda haber üretip fotoğraf çekerek geçimini sağlayan kişidir.

1.6.3.3 Kaşeli Gazetecilik

Bir ya da ya da birkaç gazeteye bağlı olarak çalışan kişilerdir. Muhabir olarak çalışan bu gazeteciler hazırladıkları haberleri gazeteye göndermekte ve yayımlanan haber başına ücret ya da maaş almaktadır. Kaşeli gazetecilerin ulaşım ve üretim araçlarıyla ilgili giderleri gazete tarafından karşılanmaktadır (MEB, 2013:17).

1.6.3.4 Girişimci Gazetecilik

Landström ve Johannisson (2001:228), girişimciliği, bireysel nitelik ve yeteneklerin ötesinde bir fenomen olarak görmektedir. Girişimcilik, algılanan fırsatlara göre yeni kaynakların ve işbirlikçilerinin örgütlenmesini kapsamaktadır. Girişimcilik teorisi, Landström ve Johannisson'ın öne sürdüğü toplumsal bir fenomen olarak düşünüldüğünde, toplumdaki bireylere erişimde artık geleneksel bir beceri setine sahip olmanın yeterli olduğunu iddia etmek pek mümkün görünmemektedir. Bu, bilgi toplamak ve organize etmek, kaynakları doğru kullanmak ve birçok potansiyel işbirlikçi ile etkileşimde bulunmayı zorunlu kılmaktadır. Sürekli değişen sistemlere, ağlara ve insanlara rağmen bir yol bulmayı da gerektirmektedir.

Hartley (2007:137)'in ifade ettiği gibi kitle ve yayın iletişimi için tek yönlü 'salt okunur' dönemden, 'okuma-yazma' odaklı multimedya interaktif çağa dönüştürülmektedir. Dolayısıyla bu dönemde gazetecilik yaklaşımları da değişmektedir.

1.6.3.5 Yurttaş Gazeteciliği

Yurttaş gazeteciliği, medyada 90'lı yıllardan itibaren yoğunlaşan tekeleşme ve holdingleşme sürecine bağlı olarak basın özgürlüğüne yönelik tartışmaların gölgesinde, egemen medya basıkısına bir yanıt olarak ilk kez Amerika'da bir kamu kuruluşu olan Pew Center'in destekleriyle ortaya çıkmıştır. Yurttaş gazeteciliği, profesyonel olmayan sıradan insanların da haber içeriği üreterek ve bunu kitle iletişim araçlarını kullanarak çeşitli mecralarda paylaşmasına olanak sağlayan bir gazetecilik türüdür. Artık vatandaşlar sadece haberin pasif bir nesnesi olmanın ötesinde bizzat kendileri haber üretmektedir(Arık, 2013: 274; Uzun, 2006: 634; Durge Aydoğan, 2017: 706). Yurttaş gazetecileri, yurttaş haber siteleri ve bloglar için haber üretebildikleri gibi anaakım ve ticari haber sitelerine de katkı sağlayabilmektedir. Özellikle evrimii haber yayınlarının hızlı artışı, interaktif zelliliğinin çekiciliğini ortaya koymaktadır(Nah vd., 2017: 212).

Yurttaş gazeteci kavramı, dijital teknolojilerin gelişmesi ve yaygınlaşmasına bağlı olarak vatandaşların da haber içeriği üretme ve paylaşma olanağına sahip olmasıyla hayatımıza girmiştir. Yurttaş gazeteci profesyonel olarak bir haber kuruluşunda ya da bir haber ajansında çalışmayan, bulunduğu yerden tanık olduğu bir olayı haber haline getirerek kamuoyuyla paylaşan kişidir (Durge Aydoğan, 2017: 706).

1.6.3.6 Ajans Gazeteciliği

Günümüzde gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde haber alışverişinde etkin rol oynayan hiç kuşkusuz haber ajansları olmaktadır.

Haber ajansı, çeşitli küresel ve yerel müşteriye çok sayıda haber içeriği toplayan, üreten ve dağıtan bir kuruluştur. Günümüzde, haber ajansları özellikle görüntüler etrafında inşa edilmektedir (Gynnild, 2017: 25).

Her gün Associated Press (AP) ve Reuters gibi uluslararası, Anadolu Ajansı, Doğan Haber Ajansı, İhlas Haber Ajansı gibi ulusal kaynaklardan elde edilen önemli sayıda resim ve video tüketilmektedir.

Bu bakımdan, UNESCO'nun verdiği tanıma göre (Tokgöz, 1981: 35):

“Haber ajansı, hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan, aktüalite belgelerini bulup, bunları kitle iletişim araçlarına onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun, olanak verdiği ölçüde tam ve tarafsız bir hizmet götüren kuruluştur”.

Dünyada ilk haber ajansı 1935 yılında Macar asıllı Fransız olan Charles Havas tarafından Havas haber ajansı adıyla kurulmuştur. Daha sonra 1955 yılında Almanya’da Woff, 1957 yılında İngiltere’de Reuter, 1900 yılında ise ABD’de Associated Press faaliyetlerine başlamıştır. Basın ajanslarının temel amacı başka basın kuruluşlarına haber bulmak ve yaymaktır (Tokgöz, 1972: 143-144). Türkiye’de ise ilk haber jansı kurma faaliyetleri 1911 yılında başlamıştır. Yabancılar tarafından ‘ Osmanlı Telgraf Ajansı’ adıyla kurulan ajans önemli katkılar sağlayamamıştır. 1920 yılında Atatürk’ün talimatıyla kurulan Anadolu Haber Ajansı (AA), ilk Türk haber ajansıdır (Bengi, 2012:301-302).

Türkiye’de halen faal olan büyük ve küçük yerli haber ajanslarının sayısı 14, yabancı haber ajanslarının sayısı ise 36 olarak belirlenmiştir . Medya kuruluşlarına haber üreten ve dağıtan konumunda olan haber ajansları, gazeteci istihdamı bakımından da önemli büyüklüğe ulaşmıştır. Türkiye’de haber ajanslarında görev yapan kadrolu ve telifli gazeteci sayısı 4 bini aşmıştır. Telifli, kaşeli haber sağlayan ajans muhbirlerinin sayısı kadrolu ajans gazetecilerin sayısından daha fazladır. Bunun nedeni özellikle taşra bölgelerde ve yurt dışında sürekli kadrolu gazeteci bulundurma maliyetinin yüksekliği ve haber üretim kapasitesinin düşüklüğüdür (Şahin, 2013: 198,208).

1.7 Gazeteciliğin Dönüşümü ve İnternet

Gazeteciliğin dönüşümü, salt teknolojik gelişmelere dayalı olarak değil toplumsal, kültürel ve ekonomik gelişmelerle de paralel biçimde gerçekleşmektedir. Gazetecilikteki dönüşümü kavrayabilmek için okuyucudaki davranış değişikliklerinden, sektördeki eğilimleri, üretim ve dağıtım pratiklerindeki gelişmelere kadar birbirini etkileyen bir çok unsuru bütüncül bir biçimde ele almak gerekmektedir.

Günümüz toplumlarında çok fazla insan bilgi alma yolu olarak bilgisayar, cep telefonları ve Bluetooth cihazlarına yönelmektedir.

Özellikle sosyal ağ patlaması ve akıllı telefonların gelişmesiyle birlikte sadece birkaç saniye içinde dünyada ne olup bittiğini öğrenmek mümkün hale gelmektedir. Basılı gazeteciliğin hakim olduğu geleneksel dönemde insanlar gazete okumak için kendilerine zaman ayırmaya ihtiyaç duymaktaydılar.

Fakat şimdi insanlar bilgi ihtiyaçlarını karşılamak için internete yönelmekte ve basılı gazete, yavaş yavaş kenara itilmektedir (Kaul, 2013: 126).

17 Mayıs 1991 tarihinde, Cenevre merkezli araştırma enstitüsü CERN, World Wide Web standardını yayımlamış ve 1992 yılı Mayıs ayında ise Amerika’da ilk online gazete hizmeti olan Chicago Online, Amerika Birleşik Devletleri’nde Chicago Platformu tarafından başlatılmıştır. Ticari ve bilimsel yayınlar (Bkz: Cooper, 1998; Deuze, 1998; Pavlik,1999) özellikle son on yılın ikinci yarısında ana akım internet gazeteciliğine odaklanmıştır (Deuze, 2001: 2).

Deuze’e göre internetin karakteristik özellikleri dolayısıyla internet gazeteciliği geleneksel yazılı basın, radyo ve televizyon gazeteciliğinden farklı bir işleyişe sahiptir. Çünkü yeni medya ortamı gazetecilere ve medya kuruluşlarına haberlerini hazırlarken ve dağıtırken kullanabilecekleri farklı imkanları sunmaktadır. Örneğin internetin etkileşimsellik, hipermetinsellik, multimedya vb özellikleri haberin üretilmesine ve tasarlanmasına yenilikler katılmasını gerekli kılmaktadır (Deuze, 2001: 3). Yeni medyada haber dijital kodlama sistemine göre tasarlandığı için, çok fazla miktarda enformasyonu aynı anda aktarabilme imkanı vardır. Dolayısıyla enformasyonun düz çizgisel iletiminden hipermetinselliğe geçilmiştir. Yeni medyanın etkileşimsellik özelliği ise, kullanıcı türevli içerik ve ara yüzde birçok kullanıcının eş zamanlı olarak katılımına olanak sağlamaktadır. Hipermetinsellik ise, ağ üzerinden başka alternatif mecralara kolayca erişimin gerçekleştirilmesini sağlamaktadır (Binark,2007: 21).

Web günlükleri, Sosyal bloglar, wikiler, facebook, twitter, instagram, youtube, pinterest ve benzeri sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte okuyucuların haber tüketim alışkanlıkları değişmektedir. İnteraktif yeni medya ortamları okuyucuların haber metinlerine aktif bir biçimde katılımına, hatta internet bağlantısı olan her sıradan vatandaşın bizzat gazetecilik yapmasına imkân sağlamaktadır.

Söz konusu yeni mecra, gazeteciler için sadece yeni bir haber kaynağı değil, aynı zamanda mesleğin interaktif bir biçimde yapılmasına olanak sağlayan yeni bir habercilik ortamı yaratmıştır (Kurt, 2014:821). Dolayısıyla yeni medya, insanların gazeteye erişim ve haberlerin yayılım yöntemini önemli derecede etkilemiştir. Örneğin 1999 yılından bu yana ABD’deki gazetelerin yaklaşık %90’ı, online teknolojiler kullanılmaktadır ve çoğu yeni pazarlara ulaşmak için kendi web sitelerini oluşturmaktadır (Storey, Salaman ve Platman, 2005:2).

Global Web Index verileri ile hazırlanan “Digital in 2016” raporuna göre dünya genelinde 3,419 milyar insan internete bağlanmaktadır. 2,307 milyar kullanıcı aktif olarak sosyal medyada yer almaktadır. 3,790 milyar mobil cihaz kullanıcısının 1,968 milyarı ise sosyal medyayı mobil cihazlar üzerinden kullanmaktadır (Kemp, 2016:7). 2016 Ocak- 2017 Ocak tarihleri arasında ise dünya genelinde internete bağlanan insan sayısına 354 milyon kişi daha eklenerek internet kullanıcı sayısında %10 artış gerçekleşmiştir (Tablo 1). Aktif sosyal medya kullanıcı sayısında da %21 oranında bir artış gözlenmiştir (Kemp, 2017).

Tablo 1:
Değişen Dijital İstatistik Göstergeler

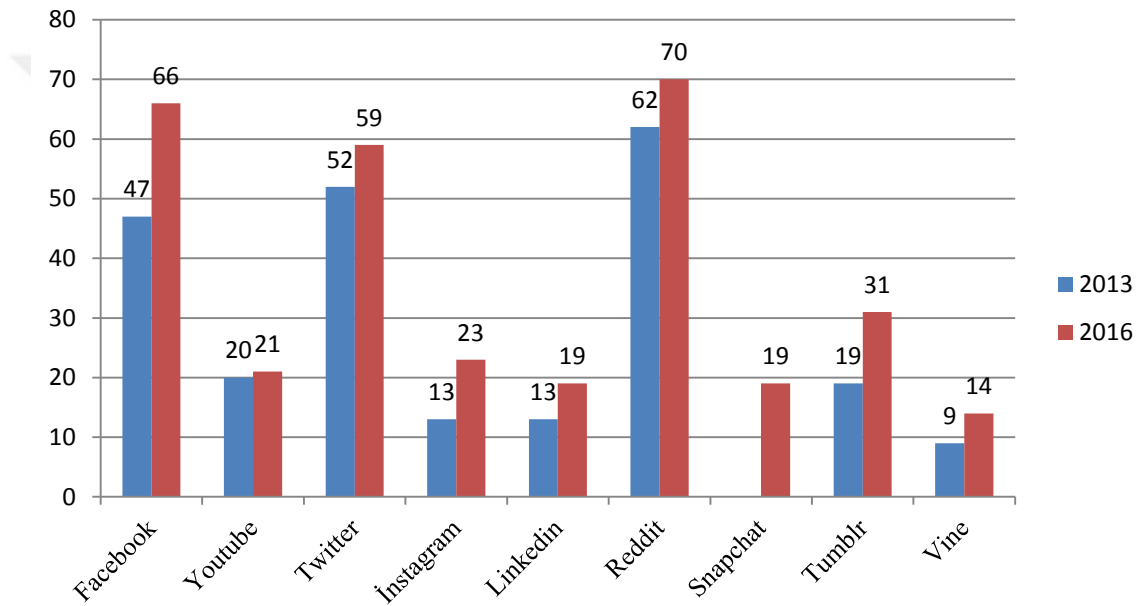
	İnternet Kullanıcısı	Aktif Sosyal Medya Kullanıcısı	Mobil Bağlantılar	Aktif Mobil Sosyal Kullanıcılar
2015 Ocak	3,175	2,206	3,734	1,925
2016 Ocak	3,419	2,307	3,790	1,968
	+354 milyon	+482 Milyon	+222 milyon	+581 milyon
	+ 10%	+21%	+5%	+30%
2017 Ocak	3,773 milyon	2,789 milyon	4,917 milyon	2,549 milyon

Kaynak: Kemp, S. (2017). Digital in 2017: Global overview. *We are social*, 24 s.5., Kemp, S. (2016). Digital in 2016. *We are social*, 27.s.7

Global Web Index’ten alınan dataya göre ise 2016 yılında, yaşları 16-64 arası değişen 10 kullanıcıdan 4’ü haber uygulamalarını tabletleri veya akıllı telefonları üzerinden kontrol etmektedir. 2015 yılına göre kullanımın %7 oranında arttığı görülmektedir. Son yıllarda yayıncılar uygulama kullanımlarını yükseltmek için bildirimleri kullanmaktadır (GlobalWebIndex,2016).

2016 yılında Pew Research Center tarafından yapılan yeni bir ankete göre, ABD'li yetişkinlerin çoğunluğu (%62) haberlere sosyal medya aracılığıyla ulaşmaktadır ve bunun %18'i sosyal medyaya sık sık bakmaktadır. Aynı araştırma sonucuna göre Facebook kullanıcılarının üçte ikisi (%66), haberleri facebook sitesinden alırken, Twitter kullanıcılarının (%59) onda sekizi haberleri Twitter üzerinden almaktadır. ve on Reddit kullanıcılarından yedisi ise bu platform üzerinden haberlere erişim gerçekleştirmektedir (Gottfried ve Shearer, 2016:16).

Grafik 4:
ABD’de Sosyal Medya Kullanıcılarının Site Üzerinden Haberlere Erişim Oranı

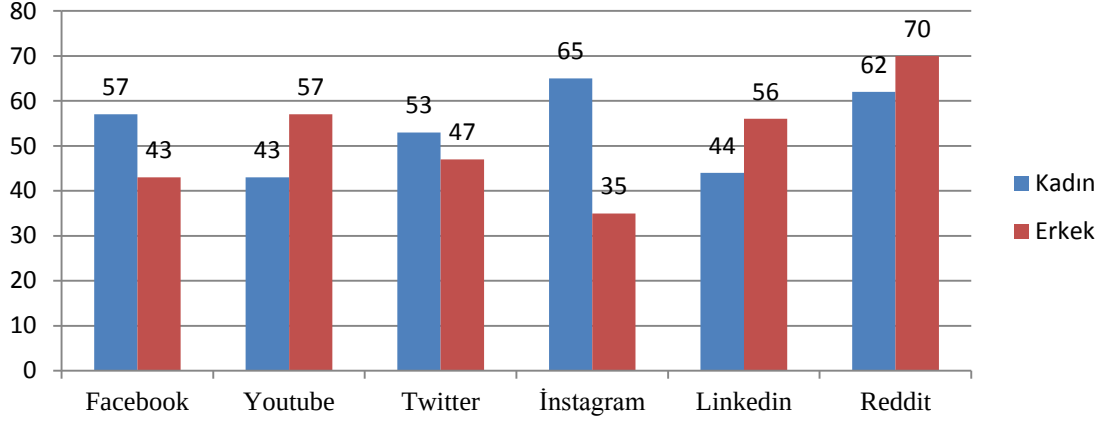


Kaynak: Gottfried, J., Shearer, E. (2016). News Use Across Social Medial Platforms 2016, *Pew Research Center*, s.16

En büyük haber takipçileri olan beş sosyal paylaşım sitesinde haber tüketicilerinin demografik özelliklerine bakıldığında, bazı geçişler olduğu halde, her site farklı bir gruba hitap etmektedir. Instagram ve Facebook siteleri üzerinden haberlere erişimin kadınlar için daha fazla cazip olduğu görülmektedir (Grafik 6).

Grafik 5:

ABD ‘de Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanıcılarının Site Üzerinden Haberlere Erişim Oranı (2016) %

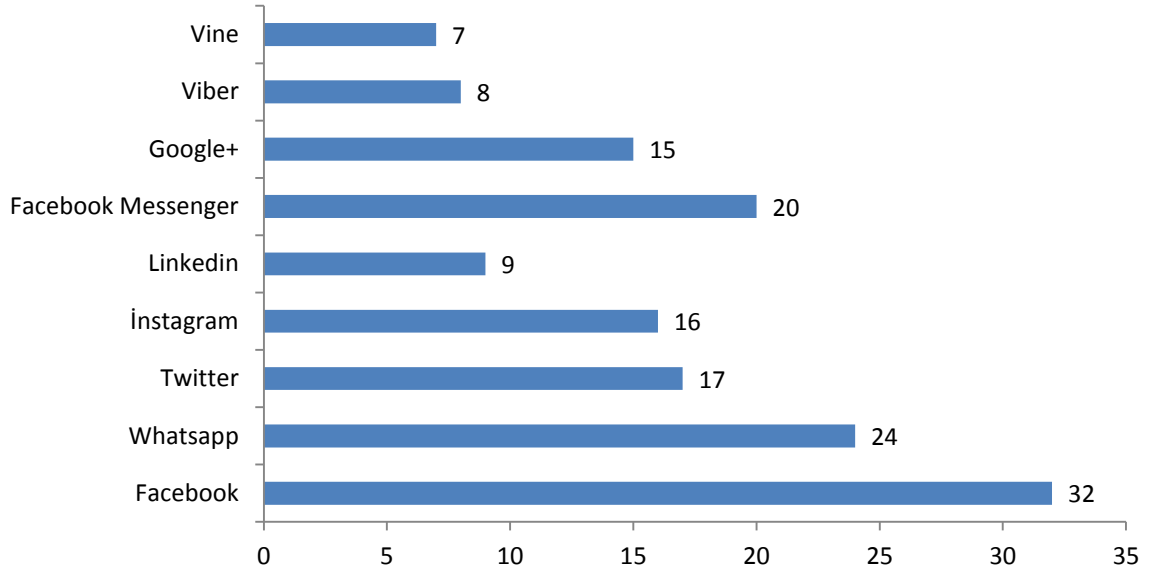


Kaynak: Gottfried, J., Shearer, E. (2016). News Use Across Social Medial Platforms 2016, *Pew Research Center*, s.9

ComScore’un Kasım 2011 tarihinde Avrupa’da 15 yaş üzeri 379 milyon kişi üzerinde yaptığı araştırma raporuna göre, Avrupalıların internette geçirdiği süre artmıştır. Avrupa’daki 18 internet pazarını kapsayan raporda, online gazete ziyaret oranı %47,8’e yükselmiştir. Haziran ayında 167,2 milyon olan online gazete okurlarının sayısı, Kasım ayında 181 milyona çıkmıştır (Demirel, 2012).

Ülkemizde ise Global Web Index verileri ile hazırlanan We Are Social tarafından yayımlanan 2016 yılı “İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri” raporuna göre internet kullanıcılarının %77’si her gün en az bir kez interneti kullanmaktadır. Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak ilk sırada %32 ile Facebook yer almaktadır. Facebook’u %24 ile WhatsApp, %20 ile Facebook Messenger, %17 ile Twitter, %16 ile Instagram takip etmektedir (Grafik 6). Türkiye’deki internet kullanıcılarının %77’si her gün online olmaktadır. Kullanıcıların %16’sı ise haftada en az bir kez internete bağlanmaktadır (Kemp, 2016:450).

Grafik 6:
Türkiye’de Sosyal Medya Kullanım Oranları, 2016 %



Kaynak: Kemp, S. (2016). Digital in 2016. *We are social*, 27, s.450

Türkiye’de 79.14 milyonluk nüfusun, 46.3 milyonu internete bağlanmaktadır. İnternet kullanıcılarının 42 milyonu aktif olarak sosyal medyada yer alırken, bu kullanıcıların 36 milyonu ise sosyal medyaya mobil cihazlardan ulaşmaktadır (Kemp,2016:451).

Tablo 2:
Türkiye’de Dijital İstatistiki Göstergeler , 2016

Toplam Nüfus	Aktif İnternet Kullanıcısı	Aktif Sosyal Medya Kullanıcısı	Mobil Bağlantılar	Aktif Mobil Sosyal Kullanıcılar
79,14 milyon	46,28 milyon	42,00 milyon	71,03 milyon	36,00 milyon
	Nüfusun %58’i	Nüfusun %53’ü	Nüfusun %90’ı	Nüfusun %45’i
	Sabit ve Mobil Bağlantılar	Aktif Kullanıcı Hesabı Olanlar	Mobil Üyelğine Sahip Olanlar	Aktif Kullanıcı Hesabı Olanlar

Kaynak: Kemp, S. (2016). Digital in 2016. *We are social*, 27, s.450

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2016 yılı “*Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*”na göre ise Türkiye genelinde 2016 yılı Nisan ayı internete erişim imkanına sahip hanelerin oranı %76,3 olmuştur. Hanelerin %96,9’unda ise cep telefonu veya akıllı telefon bulunmaktadır. İnternet kullanım amaçları dikkate alındığında kullanıcıların %69,5’i online haber, gazete ya da dergi okumaktadır (TÜİK, 2016).

1.8 Değişen Gazetecilik Kimliği ve Yetenekleri

Dijitalleşme sonucu ortaya çıkan gazetecilikteki radikal değişimler, haber içeriği üretmenin, bunları raporlayıp dağıtmanın her detayını değiştirmektedir. Bu bölümde gazeteci kimliği ve yeteneklerindeki değişim açıklanmaktadır.

1.8.1 Gazeteci Kimliğindeki Değişim

Anthony Giddens (1991:75), “kimlik” kavramını şöyle açıklamaktadır: *“Kimlik kim olduğumuzu tanımlamaktadır; ancak, aynı zamanda, tam anlamıyla olmasa da kimlik kontrol edilebilmektedir”*. Kanadalı sosyolog Erving Goffman (1990:26), “kimliği”, kişiyi başkalarından ayıran özellikler olarak tanımlamaktadır.

Goffman, kişinin bu özellikleri kontrol etmesinin birçok yolunun olduğunu öne sürmektedir. Tiyatro sahnesini, kimlik için bir metafor olarak kullanmaktadır. Goffman’ın teorisinin en sık dile getirilen kısımlarından biri, ön sahne ve sahne arkası kavramlarıdır. Ön sahne, bir oyuncunun seyircinin önünde olduğu ve onlar için performans gösterdiği yer olarak tasvir edilmektedir. Bu, aktiviteyi kontrol etmek için aktörü motive etmektedir. Sahne arkasında ise seyirciler aktörleri görememekte, bu da onların rahatlamalarını ve karakterlerinden kurtulmalarını sağlamaktadır. Goffman, tiyatro sahnesinin, ön sahne ile sahne arkası arasındaki çizginin çizilebilecek tek yer olmadığını belirtmektedir. Bu sınır, toplumumuzda, restoranlarda olduğu gibi her yerdedir. Örneğin, bir garson mutfakta olduğu zaman, sahne arkasındadır, ama müşteriye yiyecek getirdiğinde, ön sahneye girmektedir. Bu, her iki yerde de aynı şekilde davranamayacağı anlamına gelmektedir (Goffman, 1990:110-115). Dolayısıyla aslında kimliğimiz, davranış biçimimiz başkalarına bağlı olarak değişmektedir.

Gazetecilerin profesyonel kimliğine gelince, her ülke ve gazetecileri, kendi tarih ve kültür geleneklerine dayanarak, kendi gazetecilik kültürlerini yaratmaktadır.

Böylece kimlik, medyanın kendi kendini düzenleme mekanizmasından ya da eksikliğinden etkilenmektedir. Wiik’in (2014) öne sürdüğü gibi, gazetecilerin mesleki kimliği “devam eden müzakere sürecidir”. Gazetecilerin mesleki kimliği, gazetecilerin içinde olduğu toplum ve haber endüstrisi değiştiğinde değişmektedir. Gazetecileri tanımlamak için yaygın olarak kullanılan terim “eşik bekçiliği” dir (Wiik, 2014:669).

Eşik bekçiliği kavramı, Alman asıllı Amerikan psikososyolog Kurt Lewin tarafından ve özellikle geleneksel medya için kullanılan bir kavramdır. Lewin, kavramı açıklarken bir ev hanımının eşik bekçisi olarak aile masasına hangi yemeklerin geleceğinde nihai karar verici olduğunu ifade etmektedir (Narmanlıoğlu, 2016:157). Fakat bu son yıllarda değişmektedir. İnternet, özellikle de sosyal medya, gazetecilerin geleneksel rollerine ilişkin algıyı sorgulayarak gazeteciliği dönüşüme uğratmaktadır. Sosyal medya platformları, hem gazetecilerin izleyicilere ulaşmalarına ve hikayeler için fikir bulmalarına olanak sağlama konusunda giderek daha önemli hale gelmektedir hem de vatandaşların sadece tüketici olarak değil aynı zamanda haber içeriği üretme noktasında aktif hale getirmektedir (Grubenmann ve Meckel, 2017:732). ‘Sosyal Gazetecilik Araştırması verilerine göre Gazetecilerin %84’ü, bilgi kaynağı olarak sosyal medya tarafından sunulan fırsatları kullanmaktadır ve bunların %81’i de yayınlanmaktadır (Social Journalism Study, 2012). Dolayısıyla, sosyal medya ürünlerinin kalitesinde düşüş eğilimi görülmektedir. Özellikle genç gazeteciler bu sektörde en aktif olanlardır ve kendilerini siber uzayın “avcıları” olarak nitelendirmektedirler (Szabo, 2013:39).

Yeni medya platformlarının gelişmesi ile birlikte küreselleşen medyada, basın geleneksel habercilik anlayışından uzaklaşarak bir sanayi sektörü haline gelmiştir (Parrish, 2002:259). Geleneksel gazeteciliğin sona yaklaşmakta olduğuna ilişkin görüşler hayli fazladır. Gazetecilik ve diğer kamusal iletişim biçimleri arasındaki sınırlar - halkla ilişkiler veya reklam metinlerinden webloglara ve podcast'lere kadar - ortadan kalmaktadır. İnternet, geleneksel haber türlerini özellikle genç yetişkinler ve gençler için oldukça eski hale getirmektedir. Bu gelişmeler gazetecilerin mesleki kimlikliğini aşamalı olarak aşındırmaktadır (Deuze, 2008:4).

Diğer yandan gazeteciliğin bir zanaat mı, yoksa tıp ve hukuk gibi geleneksel meslekler gibi bir meslek olarak kabul edilip edilemeyeceği konusunda tartışmalar sürmektedir. Freidson (2001)’a göre, mesleki mantık, işi, uzmanların kendileri tarafından tanımlanan kurallar ve standartlarla kontrol etmesinin bir yoludur. İşin kontrolündeki diğer mantıklar, devlet veya kuruluşlar tarafından tanımlanan kurallardan oluşan bürokratik mantık ve tüketicinin elindeki gücü yansıtan piyasa mantığıdır. Bu üç mantık, ideal tipik modellerdir ve çoğu iş, bu üç mantığın bir kombinasyonundan oluşmaktadır. Bir meslek oluşturmak için, meslek mensuplarının kendi işlerini kontrol edebilmeleri, her gün kendi özerkliklerine sahip olabilmeleri gerekmektedir.

Oysa gazetecilik tam olarak bir meslek olarak kabul edilememektedir. Çünkü medyada kendilerini ifade edenlerden bir çeşit meşruiyet talep etmek, ifade özgürlüğüne aykırı olmaktadır. Medya akademisyenleri, gazeteciliği yarı-meslek olarak görmektedirler. Bunun nedeni çoğunlukla profesyonel olmayanların gazetecilik alanından dışlanamamasıdır. Gazeteciliğe girişte her zaman çok sayıda yol olmakta , bu da bir meslek olarak tanımlamayı ve mesleki kimlik oluşturmaya zorlaştırmaktadır (Witschge ve Nygren, 2009:39-40).

Deuze (2005) ise gazeteci kimliği ile ideoloji arasında ilişki kurmakta ve ideolojik olarak gazetecilik kimliğini, gazetecilerin mesleğine nasıl bir anlam yükledikleriyle ilgili olduğunu ifade etmektedir. İdeoloji, örneğin kamu hizmeti ideali, tarafsızlık, nesnellik ve etik anlayış gibi çeşitli özellikler veya değerlerden oluşmaktadır. Bu özellikler ve değerler, hem haber odalarında hem de toplumda çok kültürlülük gibi meydana gelen değişimlerle etkileşim halinde olmaktadır. Ancak ideoloji, “profesyonel gazetecilerin sosyal çimentosu” olarak tanımlanmaktadır (Deuze, 2005, 447-449). İdeolojinin kaybı, kimliğin de kaybı anlamına gelmektedir.

Gelişen iletişim ve enformasyon teknolojileri, sadece iletişim alanında değil insan hayatının neredeyse bütün alanlarına nüfuz etmiş ve önemli değişimlere yol açmıştır. Yeni teknolojiler, yaşam biçimleri ile birlikte meslekler, bilim, sanat ve diğer alandaları farklılaştırmıştır. Gazetecilik de değişim yaşayan alanlardan biridir. Enformasyonun çok az kişide toplandığı ve çok az kişinin gazeteci olduğu bir sistemden herkesin gazeteci olabileceği ve enformasyona ulaşabileceği bir sisteme dönüşüm yaşanmaktadır. Haber sadece içerik olarak değil biçimsel olarak da değişmektedir. Yalnızca metinlerden oluşan gazeteler, ses, görüntü, video, grafik, metin gibi multimedia zeminde oluşmaktadır. Gazetecinin hem kaynakları, hem okuyucusu hem de çalışma biçimi değişmektedir. Aynı zamanda Web 2.0, kullanıcıların da içerik ürettiği ve bunları paylaşabildiği bir ortam yaratmıştır.

Böylece sıradan insanlar da haber üreterek birer gazeteci haline gelmiştir. Gazetecilikte yeni bir yönelim olarak ‘Yurttaş Gazeteciliği’ yaygınlaşmıştır (Uzun, 2006; Hülür ve Yaşın, 2017:9-11).

1.8.2 Gazeteci Yeteneklerindeki Değişim

Yeni medya ortamında dünyadaki olaylara ilişkin anlık bildirimlerin tüketicilere ulaşmasıyla birlikte geleneksel medya kenara itilmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri şüphesiz teknolojidir. Dahası geleneksel , analog medya, bilgi akışını büyük ölçüde tek yönlü olarak gerçekleştirmiştir. Günümüzde bu pasif gazetecilik modeli terk edilerek bireylerle interaktif bir bağ kuran yeni medya ortamının gelişmesi, gazeteciliğin yapısını ve gazetecilerin yeteneklerini de değiştirmektedir (Kaul, 2013:127). Bu gelişme, gazetecilerin sahip oldukları beceri ve rolleriyle ilgili olarak klasik gereksinimlerin ötesine geçen yeni becerilere ihtiyaç duyulduğu anlamına gelmektedir. Eski hiyerarşi yapıları ve iş potansiyelleri ile eski hiyerarşik kariyer yolları ve para kazanma biçimleri yeni işler, yeni meslekler, yeni teknolojiler ve yeni gelir kaynakları ile kesintiye uğramaktadır. Bu değişen yeni medya ortamında, geleneksel gazetecilik yöntemleri ile devam edenlerin başarısız olmaları kaçınılmaz olmaktadır. Günümüz koşulları için adaptasyon yeni bir anahtar kelimedir. Muhtemelen önümüzdeki yıllarda henüz mevcut olmayan işlere sahip olacaklardır. Başarılı olmak için gazeteciler, mevcut eğilimleri tanımak ve insanların beklediği kaliteden fedakarlık etmeden yeni yayın yöntemlerinden yararlanabileceği becerilere sahip olmak zorundadır (Bathke, 2014:1). Haber üretim ve dağıtım süreçleri, radyo, TV ve okuyucuların alışkanlıklarını değiştiren internet tarafından etkilenmiştir. Son yıllarda online haber kaynaklarının yaygınlaşması, bir çok OECD ülkesinde haber endüstrisini derinden etkilemektedir. Artık gazetecilerin özellikle içerik üretmeye odaklanarak gerçekleştirdiği gazetecilik dönemi sona ermiştir. Sadece iyi bir hikaye bulup mümkün olan en iyi şekilde anlatmak günümüzde yeterli değildir. Gazeteciler artık haberlerini en etkin şekilde nasıl yayacaklarını, nasıl görsel olarak çekici yapacaklarını, sosyal medyayı nasıl kullanacaklarını çok iyi bilmeleri gerekmektedir. Yeni medya çağında gazeteciler, ürettikleri içerikle para kazanmanın yollarını kendileri bulmak zorundadır (Bathke, 2014:8).

1980’li yıllardan itibaren geleneksel medya işletmeleri, holdingleşerek ve büyük sermayenin tahakkümü altına girerek belirli çıkar gruplarına hizmet eden işletmelere dönüşmüşlerdir.

Gazeteciler de bu işletmelerin çıkarlarına hizmet eden profesyonellere dönüşmüştür. Özellikle editoryal kadronun matbaa çalışanlarından ayrılmasıyla birlikte profesyonelleşme, gazetecilere statü sağlayan bir süreç olarak başlamıştır.

Gazeteciler habercilikten uzaklaşarak adeta birer haber satıcısı olarak algılanmaya başlamıştır. Bununla birlikte muhabir, foto muhabiri ve kameraman gibi üretim sürecinde çok fazla söz sahibi olmayan gazeteciler değer kaybederken, yönetici kadro ile oldukça sıkı ilişkiler içinde olan köşe yazarları önem kazanmaya başlamıştır. Bunun en temel nedeni, grup çıkarlarının önemli olduğu yeni dönemde ideolojik hegemonyanın kurulmasında köşe yazarlarının öneminin artmasıdır (Toktaş, 1980:148).

Diğer sektörlerde olduğu gibi gazetecilik alanında da bilgisayarlaştırma ve sayısallaştırma süreci devam etmektedir. İnternet teknolojisi ve bilgisayar ağlarının yaygınlaşmasıyla, yeni medya ortamında gazeteciliği öğretmek ve incelemek için tüm dünyadaki eğitim programları günün şartlarına entegre edilmektedir. Dijital medya ve son zamanlarda multimedya haber odaları, gazetecilik eğitimini dünya çapında değiştirmektedir (Deuze, 2005:450).

Özellikle multi medyayı karakterize eden yöndeşme süreci, birimlere ayrılmış haber organizasyonlarına meydan okumakta ve bireysel uzmanlığı tercih ederek ekip çalışması ve bilgi paylaşımında grup düşüncesini ortadan kaldırmaktadır(Singer, 2004:2). Gazetecilerin habercilik ve hikaye anlatım tekniklerini tüm medya formatlarında ustalıkla kullanabilmelerinin yanı sıra, dijital ağ teknolojilerine entegrasyonu, haber üreticisi-tüketici ilişkisini yeniden ele almaları gibi konular 21. yüzyılda gazetecilik çalışmaları ve eğitimin karşılaştığı en büyük zorluklardır (Deuze, 2005:451). Lars Willnat ve arkadaşları, on yıldan fazla bir süre dünya çapında yaklaşık 30.000 gazeteciyle röportaj yapmıştır. Araştırma sonucu, haber merkezlerini ve haber uygulamalarını yeniden şekillendiren sayısallaştırma ve yöndeşme dolayısıyla gazetecilerin haberlerini tasarlarken ve raporlarken metin, video ve ses üretebilmeleri ve işleyebilmeleri gerektiğini ortaya koymuştur (Willnat, Weaver ve Choi, 2013).

Dijital devrim, medyanın görüntüsünü yeniden şekillendirerek endüstrisi dijital rötüştan toptan hileye kadar daha önce eşi benzeri görülmemiş mesleki zorluklarla kuşatmıştır.Sadece çeşitli medyalar ortaya çıkmamış, aynı zamanda yeni çalışma formları da oluşmuştur.

Medyadaki bu yeni gelişmeler, haber ve bilgi kaynaklarını zenginleştirmiş ve yeniden şekillendirmiştir. Dijital teknolojiler devrimsel değişiklikler yaparak geleneksel yazılı basının krallığını ortadan kaldırarak medyanın işlevini ve doğasını değiştirmiştir. Gazetecilik pratiklerini de etkileyerek sayısız iş yapma yolları yaratmıştır (Kaul, 2013:128).

Bathke (2014:9), “medya girişimcileri” olarak tanımladığı yeni tip gazetecilerin artık çeşitli konularda geniş bilgi ve anlayışa sahip olmaları gerektiğini ifade etmektedir. Artık gazetecilikte bugün iş, ürün, izleyici, gelir, pazarlama, dağıtım, maliyetler ve riskler gibi farklı konuların kombinasyonundan meydana gelmektedir. Gazeteciler dijital gelişmeler tarafından getirilen değişiklikler hakkında bilgi sahibi olmalıdırlar. Çünkü yenilikler platformları ve ağları arttırdığı gibi ekonomik ilişkileri de değiştirmektedir. Dahası, gazeteciler fırsatları tespit etme ve risklere karşı tedbirli olma yeteneğine sahip olmalıdır.

Nebraska Üniversitesi'nde Gazetecilik bölümü öğretim üyesi olan Sue Burzynski Bullard, “2012 yılı gazetecilik eğitiminde değişim” çağrısı yaptıktan sonra şunları yazmıştır (Finberg ve Klinger, 2014:4):

“Gazetecilik alanında değişim ihtiyacını görmezden gelmek zorlaşmıştır. Çoğu eğitmen, bugünün gazetecilik dünyasında, öğrencilerin mezun olduktan sonra iş bulabilmeleri için dijital becerileri ve multimedya öykü anlatımını öğrenmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Tabii ki, bu her gazetecilik profesörünün henüz bu becerileri kendi sınıflarına dahil etmeye hazır veya istekli olduğu anlamına gelmemektedir. Değişim devam etmektedir. Geleneksel ile yeni arasında hala savaş var”.

Bilgi çağının ve elektronik gazeteciliğin doğuşuyla birlikte gazetecilerin fonksiyonları bilgi iletiminden bilgi işlemeye kaymıştır (Kaul, 2013:128). Dijital teknoloji, muhabirlerin daha fazla operasyonel fonksiyona sahip olmasını zorunlu kılmaktadır. Bir muhabirin aynı zamanda bir editör bir yapımcı gibi çalışabilecek niteliklere sahip olması gerekmektedir (Kaul, 2013:129). Multimedya gazetecisi, kendi zanaatını uygularken ne tür bir platform kullanması gerektiği konusunda kendi karar vermek zorundadır. Multimedya haber üretirken tek bir hikayeyi birden fazla formatta kullanmak yerine öykü 'paketlerini' yönetebilmelidir. Bu, yöndeşen medyanın örgütsel özellikleri ve bu tür yeni medya platformlarında çalışan gazetecilerin yetkinlikleri ile ilgilidir (Deuze, 2005:451).

Yöndeşen medya ortamında bir muhabirin haberi nasıl yazacağını bilmesi artık yeterli olmamaktadır. Aynı haberi farklı medyaya zamanında yazması beklenmektedir. Muhabir bir video kameranın önünde konuşabilmelidir. Yada bir fotoğrafçı olarak, bir hikayeyi hem video hem de hareketsiz görüntülerde nasıl anlatacağını bilmek zorundadır (Huang vd., 2006:224).

Teknolojiler çok daha karmaşık hale geldikçe haber araştırmak, üretmek ve dağıtmak için muhabirlerin sadece niteliklerini arttırmaları yeterli olmamaktadır; aynı zamanda 7 gün 24 saat aktif kalarak anında yayın yapabilme becerilerini de hızlandırmaları gerekmektedir. Kısaca dijitalleşme ile birlikte gazeteciler bir uzman haline gelmekte ve gazeteyi hızlı bir şekilde üretilip okuyuculara dağıtmaktadır(Kaul, 2013,130). Teknolojiyle birlikte bilginin artması ve toplumsal özellikler gibi koşullar gazetecilikte uzmanlaşma alanlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Aynı zamanda geleneksel gazetecilerin görev tanımında yer alan haber ve görüntü bulma, yayma vb pratikler, sosyal medya kullanan herkes yapabilmesine olanak sağlamaktadır.

Kısaca bugünün gazetecilerinin “girişimci” özelliklere sahip olması gerekmektedir. Duening, (2010:16-19)’e göre girişimciliğe katkıda bulunan beş zihin var: **Fırsat Tanıma Zihni**, "Farklı fikirleri, insanları veya fiziksel nesneleri başkalarına çekici kılan yeni yollarla birleştiren **Tasarım Zihniyeti**" "Algılanan riski yönetebilmek, duygusal olarak becerebilmek ve belirli eylemlerle fiili riski azaltma yeteneğini" ifade eden **Risk Yönetim Zihni**, "birden fazla gerçek dünya başarısızlığı" ile gelişen **Dayanıklı Zihin** ve "Belirsiz ve sık sık değişebilen bir dünyada harekete geçebilen” **Etkileyen Zihin**. **Freelance Gazetecilik Kavram ve Kapsamı**

Bu bölümde gazetecilik kavram ve kapsamı hakkında bilgi verilerek freelance gazeteciliğin yapısı ve organizasyonu açıklanmaktadır. Ardından freelance gazetecilerin yasal statüsü ele alınarak motivasyon ve yaşam süreçleri incelenmektedir.

1.8.3 Freelance Gazetecilik Kavramı

Medya üretim endüstrilerinin ve mesleki çalışma koşullarının değişen dünyası (Baumann, 2002:28) ile kültürel ve teknolojik gelişmeler, gazeteciliğin profesyonel alanına meydan okumakta (Deuze, 2005:443) ve dünya çapında freelance gazetecilerin sayısının artmasına yol açmaktadır (Walters,Warren, Dobbie, 2006:2).

EFJ'ye tarafından yapılan bir araştırmaya göre, gazetecilerin yaklaşık%20'si 2003 yılında freelance çalışanlardan oluşmakta ve

gazetecilikte kendi hesabına çalışanların sayısı, tam zamanlı çalışan gazetecilerinden daha hızlı bir oranda artmaktadır (Nies ve Pedersini, 2003:7).

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ), küresel düzeyde, tüm üyelerin yaklaşık%30'unun atipik işçiler olduğunu belirtmektedir (Walters, Warren, Dobbie, 2006:vi). Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), birçok medya ve eğlence çalışanının kısa vadeli ya da taşeron sözleşmeler ile istihdam edildiğini belirtmektedir: "İstihdamda süreklilik eksikliği, çoğunlukla sözde bağımsız istihdam" statüsü ile birleştiğinde, bu kişilerin yıllık izin, doğum izni, analık hakları gibi avantajlara sınırlı erişim sağlanmaktadır (ILO, 2004b:98).

Freelance gazeteciler çoğunlukla yazılı bir sözleşme olmaksızın sözlü bir anlaşma çerçevesinde birden fazla müşteri/işveren için materyal hazırlayan kişilerdir. Periyodik yayınlar için çeşitli meseleleri yazmaktadırlar. Tek başına çalışabilecekleri gibi bir şemsiye şirket altında kendi hesabına da çalışabilmektedirler. Dolayısıyla, freelance gazeteciler genellikle kendi hesabına çalışmakta ve emek hizmetlerini ve / veya işlerini, uzun vadeli bir taahhütte bulunmaksızın çeşitli işverenlere satmaktadır. Freelance gazetecilerin ödemeleri yaptıkları haber ya da hazırladıkları materyal karşılığında yapılmaktadır (Walters, Warren ve Dobbie, 2006; Nies ve Pedersini, 2003; Banning, 2004:2).

Freelance gazeteciler, başkalarını istihdam etmeyen ve tek bir firma tarafından istihdam edilmeksizin birkaç yayıncıya haberlerini/makalelerini satan kendi hesabına çalışanlardır. Hukuki açıdan, bazı freelance gazeteciler, yayıncılar ile hizmet sözleşmesi yapmaktadır. Fakat bu freelance gazetecinin işe alındığı anlamına gelmemektedir. Freelance gazeteci salt emek hizmetini yayıncıya kiralamaktadır. Freelance gazetecilerin aynı sektörde tek bir işverenle devam eden ilişkileri olabileceği gibi birden çok işverenle de ilişkileri bulunmaktadır (Cranford vd., 2005:144). Freelance gazetecilerin işveren/müşterilerle kurduğu ilişki yasal tanımlamalar kapsamına girmemektedir. Freelance gazeteciler eserlerini daha önce anlaşma yaptığı bir yayıncı için üretebileceği gibi çoğu freelance gazeteci belirli bir medya yayını için yazmamaktadır.

Dolayısıyla ürettiği medya çıktısını satacak yayıncı aramaktadır (Cohen, 2013:6). Freelance gazetecilik genellikle profesyonellerin, bağımsız ve özerk olmak için gönüllü olarak yöneldikleri geleneksel bir çalışma biçimi (Nies ve Pedersini, 2003:4) iken artık medya endüstrisinde “atipik “ bir çalışma biçimi şekline dönüşmektedir. Bir çok ülkede gazetecilerin büyük çoğunluğu freelance olarak çalışmaktadır. Bir çok gazeteci geleneksel istihdamı tercih etmesine rağmen, işverenler tarafından sosyal ücretlerden ve refah uygulamalarından kaçınmak için tam zamanlı pozisyonlarda bile “ sahte freelance” olarak adlandırılan freelance gazeteciler çalıştırılmaktadır. Aslında, gazeteciler her zaman yüksek derecede bağımsızlık, özerklik ve mesleki beceriler ile özdeşleştirilmektedir. Bu, gazeteciliği diğer mesleklerden farklı kılan önemli bir özelliktir (Nies ve Pedersini, 2003:4).

Freelance çalışanlar, medya ve kültür endüstrilerinde uzun yıllardır azınlık olarak hep var olmuştur ve bu endüstrilerdeki başarı ve ticari kazanç, genellikle, yeteneğe, insan yaratıcılığına ve uzmanlaşmış, vasıflı işlere bağlıdır. Bu nedenle, örneğin, istihdam ilişkilerinin, imalat sanayiindeki veya finans endüstrisindeki iş ilişkilerinden biraz farklı gelişmesi şaşırtıcı değildir. Dünya genelinde bu endüstriler, sabit çalışma saatleri, düzenli gelir, emeklilik hakları ve hastalıklara karşı korunma ile tek bir işverenle tam zamanlı, düzenli ve belirsiz standart istihdam modeline uymayan atipik istihdam ilişkileri ile karakterize edilmektedir. Fakat son yıllarda sektörde sözde 'atipik' tipik hale, 'standart' ise istisna haline gelmektedir. Dolayısıyla bu çalışma biçimi bir zamanlar özerklik ve işlerini kontrol etmek isteyen küçük bir yazar grubunun tercih ettiği bir seçenek iken son yıllarda medyada çalışmak isteyenler için giderek tek seçenek haline gelmektedir (ILO, 2013; McKercher 2009:370; Nies ve Pedersini, 2003:5; Walters, Warren,Dobbie diğ.,2006:3).

Oysa uzmanlar, "medya endüstrisindeki sosyal koşulların, gazetecilerin ve diğer medya çalışanların mesleki ve iş kalitesini etkilediğini" belirtmektedir (Nahtigal, 2008:5). "Gazetecilik gibi böylesine hassas bir mesleğin uygulanmasında bağımsızlığın ve özerkliğin etkinliğine önemli ölçüde katkıda bulunabilecek olan şey, ekonomik istikrarla birlikte hiç şüphesiz istihdam ilişkisinin istikrarıdır. Oysa freelance gazetecilerin istihdam edilen gazetecilerle karşılaştırıldığında ücretleri genellikle daha düşük olmaktadır.

Sözleşmeyle ilgili haklara sıkça riayet edilmemekte ve sözleşmenin kendisi bile var olmamaktadır; işten çıkarmaya karşı koruma bulunmadığı ve işten

atılma ile ilgili maliyetler az olduğu için iş güvenliği sınırlıdır; toplu eylem düzenlemek zordur ve refah koruması genellikle eksiktir (Nies ve Pedersini, 2003:6-8).

1.8.4 Freelance Gazeteciliğin Kapsamı

Freelance kavramı, doğası gereği, "girişim" fikrinin gelişmesiyle paralel yaygınlaşmaktadır. Aslında freelance çalışma 'statüsüne' yönelik yapılan yorumlar, toplumsal ve bireysel yorumların bir ürünü olmaktadır (Cohen ve Mallon, 1999:330).

"Girişimcilik" ya da "girişim" gibi kavramlara yapılan olumlu değerlendirme eğiliminin artması çağdaş söylemin egemenliğinin doğrudan bir sonucu olarak kabul edilmektedir (Du Gay, Salaman ve Rees, 1996 :268). Böylece, 'portföy çalışması' olumlu çağrışımlar oluştururken, 'geçicileşme' negatif çağrışımlarla doludur. Dolayısıyla, 'freelance' gibi yeni çalışma statüleri hakkında yapılan yorumlar , aynı zamanda toplumsal kimliğin yönlerini de taşımaktadır (Storey, Salaman ve Platman, 2005:1034).

Literatürde atipik çalışma, kalıcı ve / veya tam zamanlı olmayan istihdam türlerini tanımlamak için sıklıkla kullanılmaktadır . Kavram bunlarla sınırlı olmamak kaydıyla aşağıdaki çalışma biçimlerini içermektedir:

- Kısa vadeli sözleşmeler
- Taşeron çalışma
- Geçici çalışma
- Gündelik çalışma
- Freelance çalışma

Dolayısıyla, freelance çalışma atipik çalışmanın bir alt kategorisidir (Walters, Warren, Dobbie, 2006). Daha önce ifade edildiği gibi freelance çalışma, medya endüstrisinde her zaman var olmuş bir çalışma biçimidir. Lakin geleneksel freelance çalışmada gazeteciler, işverenin kontrolünden kaçmak için freelance çalışmaya gönüllü olarak yönelmiştir. Çünkü bazı gazeteciler işverenin belirlediği sınırlar içinde ve onun kontrolü altında çalışmak istememektedir.

Bu yolla freelance gazeteciler birden fazla yayıncı için çalışabilmekte ve çoğu da emek sürecinin kontrolünü ellerinde tutabilmektedir. Bununla birlikte, güvencesiz istihdamın yaygınlaşması ve freelance çalışmanın normalleştirilmesi, yayıncıların bir işçi sınıfı olarak freelance çalışanlar üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmalarını sağlamıştır (Cohen, 2013:7).

Dolayısıyla freelance gazetecilerin varlığı, işverenlerin bağımlı olmayan istihdam ilişkileri konusundaki yeni eğilimine uyum sağlamak için uygun bir ortam sağlamaktadır. Hem maliyet açısından hem de örgütsel nedenlerle işverenler açısından önemli bir işlev görmektedir. Aynı zamanda, mevcut düzenlemelere büyük ölçüde aykırı olarak algılanabilecek tamamen yeni istihdam biçimlerinin kullanılmasını gerektirmeyen freelance çalışma, nispeten sosyal açıdan kabul edilebilir bir çözüm sunmaktadır (Nies ve Pedersini, 2003:5). Çünkü istihdam koruması ile kısmi zamanlı çalışma veya kendi hesabına çalışma arasında teorik bir ilişki kurulması zordur.

Öte yandan, yeni kendi hesabına çalışma (özellikle de 'bağımlı' veya sahte kendi hesabına çalışma), bazı durumlarda dış kaynak kullanımı olarak tercih edilmekte; böylece, istihdam koruması ve kendi hesabına çalışma arasındaki ilişkiyi daha da sorunlu hale getirmektedir. Çünkü sahte kendi hesabına çalışma fenomeni, bağımlı çalışma ile gerçek kendi hesabına çalışma arasındaki belirgin sınırları aşındırmaktadır (Schmid, 2010:42).

“Moldova Bağımsız Gazeteciler Merkezi” tarafından organize edilen “Medya Endüstrisinde Endüstri İlişkileri” adıyla gerçekleştirilen proje (SEENPM) sonuçlarına göre, freelance çalışmaya zorlanan birçok gazetecinin (çoğunluğu gizli istihdam içinde sahte freelance çalışanlar) çalışma koşullarının ağırlaştığı iddiası Güney Avrupa ülkeleri için de geçerlidir. Çünkü freealanca gazeteciler, yasal istihdam statüleri kapsamına dahil olmadığından, sosyal koruma programlarına dahil olamamaktadırlar. SEENPM araştırması genel olarak medyadaki tüm gazetecilere ve iş ilişkilerine değinmekte, ancak dış kaynak kullanımı (özellikle bir örgüte ekonomik açıdan bağımlı olan ancak bu örgüt tarafından kalıcı olarak istihdam edilmeyenler için) ve emek ilişkilerinin genel güvensizliği konularının altını çizmektedir. Yeni iş düzenleme biçimleri, istihdam edilenlerin pazarlık gücünü azaltmaktadır ve tüm gazetecilerin pozisyonunu zayıflatmaktadır.

Zorunlu çalışan ve sahte freelance gazeteciler her zamankinden daha yaygındır. Medya yöneticileri ne gazetecileri istihdam etmeyi, ne de freelance çalışanlar ya da bağımsız girişimciler olarak kayıt yaptırmalarını istemektedir. Çalışanlardan istihdam sözleşmelerini feshetmesini ve bunları sivil sözleşmelerle değiştirmelerini talep etmektedir (Nahtigal, 2008:11-12,25).

Gazetecilik mesleğinin bağımsızlık, özerklik, özgürlük gibi özellikleri dolayısıyla sektördeki zorunlu, gönüllü ve sahte kendi hesabına çalışan gazetecileri ayırt etmek gerçekten güç olmaktadır. Çünkü sektörde niteliği dolayısıyla freelance gazeteci olmadığı halde freelance olduğunu iddia eden gazeteciler de bulunmaktadır. Ya da işverenle aralarında tanımlanmış bağımlı bir iş ilişkisi kurulmuş olmasına rağmen işveren tarafından freelance gazeteci olarak çalıştırılmaktadır. Bunlar “sahte freelance gazeteciler” olarak tanımlanmaktadır (Nies ve Pedersini, 2003:15). Özellikle bir işverenle bağımlı iş ilişkisine sahip kendi hesabına çalışanlar, literatürde “bağımlı kendi hesabına çalışan” olarak tanımlanmaktadır (Eichhorst vd. 2008:25). Avrupa Endüstriyel İlişkiler Gözlemevi (EIRO) tarafından yapılan araştırma, ekonomik açıdan bağımlı işçilerin resmen kendi hesabına çalıştıklarını, genellikle bir hizmet sözleşmesi yapıldığını ve gelirleri için tek bir işverene bağımlı olduklarını ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, ekonomik açıdan bağımlı çalışan işçiler, tam zamanlı çalışan işçilerle bir çok yönden benzerliklere de sahiptir. Bağımlı kendi hesabına çalışanlarla daimi işçiler arasında açık bir örgütsel ayrım bulunmamakta ve her iki tarafın görevleri de aynı ya da benzer olmaktadır. Zaten kendi hesabına çalışma homojen bir çalışma statüsünü tanımlamamaktadır. Bu yüzden zaman zaman bağımlı çalışanlar ve kendi hesabına çalışanlar arasında bulanık sınırlar bulunmaktadır (ILO, 2014:11).

Sahte freelance gazeteciler de bir işverene bağımlı olarak çalışmakta ve diğer mevcut gazetecilerle benzer işleri yapmaktadır. Fakat kendi hesabına çalışması dolayısıyla diğer gazetecilerin sahip olduğu haklardan ve yardımlardan faydalanamamakta, emeklilik ve sağlık ödemelerinin sorumluluğu kendine ait olmaktadır. Bu gibi durumlarda, "sahte", "yanlış" ve "zorla" freelance çalışanlardan bahsetmek ve geleneksel istihdam kapsamının dışında çalışan toplam gazeteci sayısında gerçek freelance çalışanların payını tespit etmek önemlidir.

Bazı araştırmalarda freelance gazetecilerin çoğunluğunun bilinçli tercihleri doğrultusunda freelance çalışmaya yöneldiği ifade edilirken günümüzde zorunlu olarak çalışan freelance gazetecilerin sayısının arttığı da vurgulanmaktadır. Nies ve Pedersini, (2003) tarafından Avrupa’da freelance gazetecilerin görünümüne ilişkin gerçekleştirilen çalışmada freelance gazetecilerin en az üçte ikisinin gönüllü olarak freelance çalışmaya yöneldikleri kanıtlanmıştır. Bunlar arasında düzenli tam zamanlı istihdam için aktif olarak çaba harcayan freeance gazetecilerin yüzdesi üçte birden daha azdır. Fakat Avrupa’da farklı ülkelerde gerçekleştirilen anket sonuçlarından yola çıkılarak ulaşılan sonuçlar tam anlamıyla genel durumu yansıtmamaktadır. Çünkü ülkelerde Uluslararası Gazeteciler Federasyonu’na üye sendikalara kayıtlı sınırlı sayıda freelance gazeteci ile yapılan görüşmeler neticesinde böyle bir sonuca ulaşılmıştır (Nies ve Pedersini, 2003:15).

Slovenya’da, fiili sahte ya da zorla çalışan freelance gazeteci sayısının çok büyük olduğu vergi ve çalışma mevzuatında değişiklik yapıldığı zaman belirginleşmiştir. Yeni şartların uygulanmasını ne vergi ne de iş yasaları etkili bir şekilde denetlemektedir. Gazetecilerin yükümlülükleri ile hakları arasında tipik bir eşitsizlik vardır. Bunlar çoğu durumda rekabet sözleşmesi de dahil olmak üzere istihdam sözleşmelerindekilerle aynı sorumluluk taşımaktadır; ancak işverenlerinin finansal, ekonomik ve diğer yükümlülükleri düzenli olarak çalışanlardan çok daha düşüktür (Nahtigal, 2008:37-38).

Dolayısıyla gazetecilere tam zamanlı işler yaptırırken sahte freelance çalışma statüsüne girme konusunda baskı yapmak "işverenlerin refah ve sosyal sigorta ödemelerini önlemek için yaygın olarak kullandıkları bir strateji"dir (Nahtigal, 2008:38).

1.8.5 Freelance Gazeteciliğin Yapısı ve Organizasyonu

Günümüzde küresel "bilgi toplumu", dünyanın hemen hemen her köşesindeki insanlara ve topluluklara dokunmakta ve internet kullanan insan sayısı her geçen gün artmaktadır. İnternetin ve kablosuz mobil iletişim teknolojisinin büyümesi özellikle medyada on yıl önce öngörülenden bile daha hızlı gerçekleşmektedir. Dünyanın fakir ülkelerinde dahi bu artış oldukça fazladır (White, 2012:1). Kısmen bu artan teknolojik olanaklardan dolayı medyada kurumsal istihdamdan uzaklaşmaya tanık olunmaktadır.

Uzun zamandır freelance çalışma geleneğine sahip olan gazeteciliğin yapısı ve organizasyonu da değişmektedir (Walters, Warren, Dobbie, 2006:5). Freelance çalışmaya yönelik eğilim yeni bir mesele değildir. IFJ, 1999 yılında "gazetecilikteki yeni çalışmaların çoğunun daha esnek ve gazeteciler açısından daha savunmasız ve zorlu istihdam şartları altında gerçekleştirileceğini" vurgulamıştır (Bibby, 2014:12). Günümüzde ise freelance gazetecilik artık "alışılmadık" bir çalışma şekli değildir. Birçok ülkede, gazetecilerin çoğunluğu kendi hesabına çalışmaktadır. Birçok freelance gazeteci geleneksel istihdamı tercih etmesine rağmen işverenler tarafından tam zamanlı çalıştırılmak yerine aynı görevleri yerine getirmek için freelance olarak çalıştırılmaktadır (IFJ, 2012). Freelance gazeteciler farklı yollarla kategorize edilmektedir. Bazı araştırmacılar freelance gazeteci ve freelance gazeteci olarak lanse edilen "ekonomik olarak bağımlı gazeteciler" arasında ayrım yapmakta ve bunları "sahte freealnce gazeteciler" olarak tanımlamaktadır. Sendikalar, bu grupta yer alanların işçi olarak yeniden sınıflandırılmasını istemektedir. Bu yaklaşım, hükümet vergi ve sosyal güvenlik makamları tarafından kaçınılması ve devlet gelirlerinin kaybolmasını önlemek için benimsenen hükümle uyumludur. Bununla birlikte, freelance çalışanlar için bir istihdam ilişkisinin var olup olmadığını kesin olarak belirlemek zordur. Bazen, freelance statüsünü seçen işveren değil, gazetecinin kendisi olabilmektedir. Dolayısıyla freelance çalışmaya yasal bir statü verilmesi freelance gazeteci olmayı bireysel olarak tercih etmiş kişileri olumsuz etkileyebilmektedir. Çünkü medya endüstrisindeki birçok freelance çalışan, ücret ve çalışma koşulları açısından avantajlı şekilde çalışmakta ve konumlarının bağımsızlığının tadını çıkarmaktadır.

Bu yüzden freelance gazetecileri iş hukuku tarafından kabul edilen geleneksel kategorilere sıkıştırmaya yönelik herhangi bir girişim sorunlu olabilmektedir (ILO, 2014:13).

Her şeyden önce freelance gazeteciler kendi hesabına çalışma ve bağımlı istihdam arasındaki orta yol olarak üçüncü bir statü olarak tanımlanabilmektedir. Örneğin, Almanya ve İtalya'da durum böyledir. Almanya'da bağımlı freelance çalışma statüsü, ekonomik olarak bağımlı işçiler kavramına çok yakın bir şekilde tanımlanmışken, İtalya'da resmi bir istihdam ilişkisi olarak ortaya çıkmaktadır (Nies ve Pedersini, 2003:8).

Kudüs İbrani Üniversitesi'nden Guy Davidov, freelance çalışanların iş kanununda farklı biçimde sınıflandırılabileceğini ve geleneksel çalışanlar ile bağımsız yükleniciler arasında yeni "ara" form olarak emek statüsü yaratılabileceğini ifade etmektedir. Ona göre “freelance çalışanlar” geleneksel çalışanların ve bağımsız yüklenicilerin özelliklerini paylaşmaktadır (Davidov, 2012:174). Dolayısıyla freelance çalışma için doğrudan bir kendi hesabına çalışmadır demek doğru olmamaktadır. Freelance çalışma, bir kendi hesabına çalışma biçimi olsa da kendine has özellikleri mevcuttur (Bibby, 2014:iiv). Medya endüstrisindeki pek çok freelance gazeteci aslında kendi hesabına çalışıyor olmasına rağmen freelance çalışan terimi, kendi hesabına çalışanlarla eş anlamlı olarak düşünülmemelidir (Bibby, 2014:13). Bazı freelance gazeteciler belirli bir işverenle önceden belirlenmiş hedef ve çıktılar ile iyi tanımlanmış görevler için proje bazlı da çalışabilmektedir (ILO, 2014:11). Dolayısıyla tek tip bir çalışma şeklinden bahsetmek doğru olmamaktadır.

Nitekim, internet ve dijital medya, yeni bir tür iş düzenlemesi olan girişimci gazeteciliğin ortaya çıkmasına yol açan koşulları da yaratmıştır. Fakat bu gazeteciler emeklerini istihdam temelinde değil, bir sözleşme ile birden çok haber kuruluşuna sattığı freelance gazetecilerden ayrılmaktadır. İşgücünün yeni girişimci biçimi, gazetecilerin kendi küçük ve orta ölçekli işletmelerini (KOBİ'ler) kurarak içerik üretmek, web siteleri ve bloglar aracılığıyla kendi dağıtım mekanizmalarını kurmak ve içeriğini diğer şirketlere dağıtmak gibi çeşitli faaliyetleri içermektedir (Rottwilm, 2014:4). Oysa freelance gazeteciler işverenler tarafından belirlenen şartlarda, genellikle öykü veya haber bazında ve genellikle daimi çalışanların çalışma koşullarına sahip olmaksızın çalışmaktadırlar. Çoğunlukla, sözleşme olmaksızın sözlü bir anlaşma yapmakta ve birden fazla müşteriye materyal sunmaktadır (Walters, Warren ve Dobbie, 2006:vii). Dolayısıyla girişimci gazeteciliği freelance gazetecilikten ayırmak gerekmektedir.

1.8.6 Freelance Gazeteciliğin Yasal Statüsü

İş kanunları kısmen, çalışma koşullarının oluşturulmasında kolektif sese ve temsilciliğe erişim de dahil olmak üzere, işçilere yeterli asgari iş standartlarını sunmak üzere tasarlanmıştır. Koruyucu yasalar, genel olarak ücretli çalışanlar üzerine odaklanmaktadır.

Ancak günümüzde çok sayıda çalışan, artık bu kapsamda yer almamaktadır. Judy Fudge (2012:3)'in gözlemlediği gibi iş biçimleri ve iş hukuku kapsamı dışındaki işçi sayıları hızla artmaktadır.

Freelance gazetecilik, bir kendi hesabına çalışma biçimi olarak görülmektedir. Kendi hesabına çalışma ise girişimcilik ile bağdaştırılan net bir yasal tanımlaması yapılamayan bir çalışma şeklidir. Öncelikli olarak asgari ücret, yıllık izin, yasal doğum izni gibi hak talebinde bulunan çalışanlar bu haklara sahip olabilmek için yasal statüsü yasalara uygun olması gerekmektedir. Kollektif pazarlık mevzuatının kapsamına dahil olabilmek için de istihdam statüsü önemli bir ön koşuldur(Fudge, 2003:37). Freelance gazeteciler, bir başkası tarafından istihdam edilmeyen ve hizmetlerini farklı müşterilere satan kendi hesabına çalışan olarak tanımlanmaktadır. Tek bir firma/işveren tarafından istihdam edilmeyen freelance çalışanlar, yayıncılar ile hizmetleri için antlaşma yapmakta ve yalnızca performanslarını kiralamaktadır (Cohen, 2013:6). Dolayısıyla Freelance gazetecilerinin iş ve finansal güvensizliklerinin çoğu istihdam durumlarından kaynaklanmaktadır.

Freelance gazetecilerin yaptıkları işler, gelirleri, çalıştıkları saatler ve işlerine yönelik öznel algıları farklılık gösterse de, ortak noktaları yasal anlamda bir istihdam ilişkisine sahip olmamalarıdır. Freelance gazetecilerin olumlu ya da olumsuz deneyimleri freelance çalışmanın bu özelliğinden kaynaklanmaktadır. Kendi hesabına çalışanlar, girişimci ya da küçük işletme sahibi” olarak karakterize edilmesine rağmen freelance gazetecilerin çoğu üretim araçlarının mülkiyetinden yoksun oldukları gibi aynı zamanda çok sınırlı özerklik ve bağımsızlık deneyimine de sahip olmaktadır (Stanworth ve Stanworth, 1995:221).

Aslında freelance gazetecilerin yasal durumu karmaşık bir konudur ve ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Dolayısıyla freelance gazetecilere ilişkin ülkelerdeki yaklaşımların ve uygulamaların farklı olduğu görülmektedir (ILO, 2014:17). Uygulamada iş kanunları sadece "işçiler" için geçerlidir. Freelance çalışanlar bir kendi hesabına çalışan (Stanworth ve Stanworth, 1995), ya da Amerika'daki söylem ile bağımsız yüklenici (Davidov, 2012:171) gibi görüldüğü için iş yasalarının emek koruma kapsamının dışına itilmektedir.

Fakat Almanya, İtalya gibi ülkelerde, belirli bir şirkete veya işverene -teknik açıdan çalışanlar olmasa bile- ekonomik bağımlılık pozisyonunda çalışan freelance gazetecileri tanımlayan bir ayrı bir statü bulunmaktadır. Benzer şekilde, İspanya'nın 2007 Kendi Hesabına Çalışanlar Yasası "ekonomik açıdan bağımlı kendi hesabına çalışanlar" kavramını da içermektedir (ILO, 2014:18). Almanya'da gazetecinin yasal bir tanımı yoktur. Almanya'da gazetecilik mesleği, düşünce, ifade ve basın özgürlüğünü güvence altına alan ve sansürü yasaklayan Anayasa'nın 5. maddesinden doğrudan kaynaklanmaktadır. Mesleğin hukuk tarafından tanımlandığı ülkelerin aksine, Almanya'daki gazeteciler resmi veya zorunlu prosedürlere girmek zorunda değildir. Gazetecilik mesleği, herhangi bir eğitim veya seçim şartı olmaksızın herkese açıktır. Alman gazeteciler ve profesyonel örgütler, parlamentonun veya genel olarak siyasi makamların genel olarak özgürlüklerini kısıtlayacakları korkusuyla bağlayıcı veya düzenleyici bir yasal tanıma her zaman karşı çıkmışlardır. Bununla birlikte, Alman Gazeteciler Cemiyeti'nin üyelik formu bir gazeteciyi, asıl mesleği gazetecilik olan ya da çalışma zamanının çoğunda gazetecilik yapan kişi olarak tanımlamaktadır. Bir gazeteci, yazılı haber ve raporlar, resimler veya sesler veya bu üretim araçlarının bir kombinasyonu aracılığıyla medyada haber, düşünce ve eğlencenin üretilmesine ve yayılmasına katılmalıdır (Drobinski-Weiss, 2017:4). Dolayısıyla Almanya'da freelance gazetecilik işi, herhangi bir özel yasa ile düzenlenmemektedir. Sadece tatil ücreti, hastalık ödemesi ve analık izni gibi birkaç temel çalışma hakkı toplu pazarlık yoluyla düzenlenmektedir. Fakat bu toplu pazarlık kapsamına tüm freelance gazeteciler dahil değildir. Almanya'daki yasal tanıma göre, gelirlerinin en az üçte birinin bir işverene bağımlı olduğu kendi hesabına çalışanlar, ekonomik olarak bağımlı kendi hesabına çalışan statüsünde yer almaktadır. Bu tanımlama içinde yer alan freelance gazeteciler de Almanya'da bir takım haklara sahiptir. Bu grup için toplu pazarlık yapma imkanı, 1974'te toplu pazarlık yasasına (Tarifvertragsgesetz) dahil edilmiştir. Almanya'daki freelance gazetecilerin yasal statüsü bu kriterlerin gerçekleşmesine bağlıdır. Dolayısıyla ekonomik olarak bağımlı freelance gazeteciler ücretli çalışan ile kendi hesabına çalışan arasında hassas bir konumda yer almaktadır. Bu kriterlere sahip olmayan freelance çalışanlar, yani 'arbeitnehmerähnlich' olarak nitelendirilmeyen tüm freelance çalışanlar

sözleşmeyle ilgili konularda genel medeni hukuk düzenlemelerine tabidir. Uygulamada, bunlar yalnızca müzakere edilen sözleşme şartlarına, yani genellikle işveren tarafından belirlenen şartlara tabi oldukları anlamına gelmektedir. Sadece haksız koşullara itiraz edilebilmektedirler. Dolayısıyla Almanya’da freelance gazetecilerin toplu pazarlık haklarından faydalanabilmesi için "arbeitnehmerähnlich" olup olmadıklarına bakılmaktadır (Nies ve Pedersini, 2003:28-29).

İtalya’da ise freelance gazetecileri kapsayan spesifik bir düzenleme yer almaktadır. Son yıllarda freelance gazetecilerin durumu ile ilgili dikkat çekmek için özellikle emeklilik sistemine dahil olma konusundaki düzenlemelerin çerçevesinde değişiklikler gerçekleşmiştir. Kendi hesabına çalışan gazetecilerin varlığı İtalyan gazeteciliğinde geleneksel bir durumu yansıtmaktadır. Fakat freelance istihdam ilişkilerinin karakteristiği son dönemlerde değişmekte ve bu istihdam biçiminin yayılımı artmaktadır. İtalyan gazeteciliğinde görülen en önemli şey meslekle ilgili konuların özel bir yasa (ALBO) ile düzenlenmesi ve kamusal nitelik kazanmasıdır. Bu özel düzenleme ile mesleğin kalitesi, gazetecilerin bağımsızlığı, özerklik gibi konularda güvence sağlanmak istenmektedir. Nitekim, mesleğe ilişkin özel bir yapı oluşturularak mesleğin ahlaki bilimsel kuralları tespit edilmektedir. Bir kişi gazeteci olarak sicile kayıt olmak için ya bir devlet sınavından geçmesi ya da uzun yıllar gazeteci olarak çalıştığını kanıtlaması gerekmektedir. Sicile kaydederken kişi ya “profesyonel gazeteciler” listesine ya da “profesyonel olmayan gazeteciler” listesine kaydolmaktadır. Profesyonel gazeteciler bağımlı gazetecilerden ve freelance gazetecilerden oluşurken, prfesyonel olmayan gazeteciler (Publicits) daima freelance’dır. Profesyonel olmayan gazetecilerin ana işi gazetecilik değildir. Örneğin Üniversite hocası , freelance olarak bir gazetede yazmaktadır. İtalya’da gazeteciler için iki farklı sosyal koruma programı vardır. Birincisi CASAGİT sağlık sigortası FNSI tarafından 1970’li yıllarda kurulmuş ve 1980’lerde toplu sözleşmeleri de kapsamıştır. Diğeri ise 1990’larda toplu pazarlık ile sağlanan emeklilik sistemidir. Freelance gazeteciler CASAGİT’e dahil olurken, bağımlı gazeteciler emeklilik sistemine dahil olmaktadır(Nies ve Pedersini, 2003:35). Çünkü İtalya’da gazetecilik statüsü, , gazetecilik mesleğinin basın organlarını düzenleyen bir ulusal konsey ve bölgesel şubeleri ve bir disiplin sistemini içeren İtalyan Gazeteciler Cemiyeti (Ordine dei Giornalisti) tarafından yönetildiği için Avrupa’da benzersizdir.

Yasa, gazetecilerin ODG'ye profesyonel olarak kayıt yaptırmasını şart koşmaktadır (Drobinski-Weiss, 2017:5).

Fransa'da " düzenli olarak ve bir ücret karşılığında bir veya birkaç medya kuruluşunda, günlük veya süreli yayınlarda veya basın ajanslarında mesleğİ icra eden ve gelirlerinin çoğunu bu şekilde alan herkes" gazeteci olarak kabul edilmektedir.. Fransız mevzuatının önemli bir özelliğİ, freelance gazetecilere ücretli çalışanlarla aynı şekilde tam gazetecilik statüsü vermesidir: Fransa'daki freelance gazetecinin statüsü, genel olarak kolektif haklara sahip olmayanlar dışında, diğer ülkelerdeki çalışanlardan önemli ölçüde farklıdır (Drobinski-Weiss, 2017:4).

Ülkemizde freelance gazeteciliğın yasal statüsüne ilişkin bir düzenleme yapılmamaktadır. Basın çalışanlarıyla ilgili 5953 sayılı yasanın 1. maddesinde, *"Bu Kanun hükümleri Türkiye’de yayınlanan gazete ve mevkutelere (periyodik olarak sürekli ve çıkış yada yayın zamanı belirli ola,) haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunu’ndaki işçi tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığİ çalışanlara gazeteci denir."* bulunmaktadır. Freelance gazetecilik doğası gereğİ burada yapılan yasal tanımlamaya uymadığı için freelance gazeteciler 5953 sayılı Basın İş Kanunu kapsamına girmemektedir. Dolayısıyla diğer mevcut gazetecilerin sahip olduğı haklardan faydalanamamaktadırlar.

1.8.7 Freelance Gazetecilerin Yaşamı ve Motivasyonu

Kendi hesabına çalışma, geniş bir yelpazede farklı faaliyet alanlarını kapsayan bir işgücü piyasası statüsüdür. Bireyler çeşitli nedenlerden dolayı kendi hesabına çalışıyor olmayı seçebilmektedir. Dolayısıyla kendi hesabına çalışanlar bir grup olarak son derece heterojen bir grubu temsil etmektedir. Bir yanda kendi hesabına çalışan bir girişimci, tek çalışan mikro işletme olarak yer alabilmektedir. Dolayısıyla kendi hesabına çalışma kavramı, ekonomideki girişimci yetenek stokunu karşılamaktadır. Diğer yandan bu spektrum, mevcut emek piyasası koşulları altında uygun ücretli istihdam bulamayan bireylerin isteksizce seçtiğİ, çok daha az arzu edilen bir çalışmayı da kapsayabilmektedir. Örneğın, esnek çalışma saatleri isteyen kişiler, yeterli esneklik sunan ücretli bir iş sözleşmesi yoksa kendi hesabına çalışmayı seçebilmektedir.

Bazı çalışanlar ise, işsizliğe tek alternatif olarak kendi hesabına çalışmaya yönelmektedir. Nitekim, birçok gelişmekte olan ekonomide kendi hesabına çalışma, bir tür kayıt dışı istihdam etkinliği olarak görülebilmektedir (Dawson, Henley ve Latreille, 2009:1). Uluslararası hatta ulusal hiçbir karşılaştırılabilir araştırma, gazetecilerin kendi hesabına çalışmayı neden tercih ettikleri sorusuna kesin yanıt verememektedir. Genel olarak bu durumun öncelikli sebebi, işgücü piyasasında son dönemde gerçekleşen dönüşümler olduğu görülmektedir; özellikle gazetecilere sunulan sınırlı sayıdaki standart istihdam imkanları nedeniyle gazeteciler, freelance çalışmaya zorunlu olarak itilmektedir. İkinci bir olasılık ise gençler için gazeteciliğe giriş için ilk basamak olarak gördükleri freelance çalışmanın öneminin giderek artmasıdır. Fakat, elde edilen veriler, kendi hesabına çalışmadaki artışın nedeninin, standart istihdamın ikamesi olacak yeni bir seçim mekanizmasının ortaya çıkışıyla ilgili olmasından ziyade yapısal olduğunu göstermektedir. Bunun yanında, ekonomik durgunluk nedeniyle iş bulmada artan zorluklar, yüksek nitelikli gazetecileri dahi kendi hesabına çalışmayı tercih etmeyi zorunlu kılmaktadır. Bütün bu nedenlerin çalışanların seçimlerinde önemli bir etkisi olsa bile freelance çalışanların çoğunluğu kasti bir tercih yapmakta ya da en azından gönüllü olarak freelance çalışmayı tercih etmektedir. Bu konu ile ilgili soruların da yer aldığı anket araştırmasının yapıldığı birkaç ülkede, freelance çalışanların en az 3'te 2'si tercihlerinin kasti olduğunu beyan etmiştir ve tam zamanlı iş için çabalayan freelance gazetecilerin oranı ise üçte birden daha az çıkmıştır. Örneğin İsviçre'nin Almanca konuşulan bölgesinde gerçekleştirilen bir alan araştırmasında: görüşme yapılan kişilerin sadece %20 'si standart istihdam için çabalarken, %15'i freelance çalışmayı gazeteci olarak kariyerine başlamak için bir basamak olarak görmektedir. %10 'u ise tam zamanlı işlerini kaybetmeleri nedeniyle freelance çalışmaya yönelmektedir. Genel olarak, işte bağımsızlık, iş ve yaşam dengesini kurma bağlamında daha iyi olanaklar ve çok yönlülük sağlaması, freelance çalışmanın başlıca avantajları olarak görülmektedir. Almanya'da yapılan araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır(Nies ve Pedersini, 2003:15). Medya endüstrisindeki pek çok freelance çalışan da, ücret ve çalışma koşulları açısından başarılı bir şekilde çalışmakta ve statülerinin bağımsızlığının tadını çıkarmaktadır. Kuşkusuz bazıları, kendilerini kendi işlerini kuran bir girişimci olarak görmek ve bazen de kendilerine yardımcı olacak kişileri alabilecekleri konuma getirmektedir.

Yani bireysel çalışan freelance çalışanlar, kendilerini kendi yaratıcı mikro girişimlerini icra ettikleri iş adamları olarak görmektedir (ILO, 2014:13).

Bireyleri freelance çalışmaya iten bir takım temel motivasyonlar olduğu düşünülmektedir. Bunlar arasında, örneğin kendini ifade etme, bağımsızlık, statü veya maddi avantaja sahip olma yer almaktadır. Geniş bir literatür, girişimci niyetin oluşum sürecini ele almaktadır (Krueger, Reilly ve Carsrud, 2000:413). Ülkeler açısından girişimcilerin varlığı ekonomilerin büyümesi ve gelişmesi için çok önemli olduğu düşünülmektedir. Bireylerde girişimci niyeti tespit etmeye yönelik çalışmalardan biri olan Brenner, Pringle ve Greenhaus, (1991), girişimcilik için basit bir beklenti mantığı önermektedir: Kendi yöntemlerine göre çalışma özgürlüğü, başarı duyguları, entelektüel teşvik, çok çeşitli faaliyetler icra etme, başkaları tarafından saygı görme, ilerleme fırsatı, performansları için ödüllendirilme ve özerklik gibi unsurlar bireylerin girişimci davranışlarını motive etmektedir (Valliere, 2015:133).

Ekonomideki diğer bir literatür, kendi hesabına çalışma kararının arka planında demografik unsurların önemine odaklanmaktadır. Örneğin Rees ve Shah'ın (1986) yaptığı çalışma, freelance çalışma tercihinin kendi hesabına çalışma ve istihdam arasında beklenen gelir farklılığından etkilenip etkilenmediğini konu edinmektedir. Makale, çalışanların kendi hesabına çalışmaya yönelik seçimlerinde kazancın pozitif yönde bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı zamanda, eğitim ve yaş değişkenlerinin de kendi hesabına çalışma seçimlerinde belirleyici unsurlar olduğu görülmektedir (Rees ve Shah, 1986:95).

Genç mezunların ve düşük vasıflı çalışanların freelance olarak sektöre girişi daha fazla olmaktadır. Özellikle gençler deneyim kazanmak için freelance çalışmayı önemli bir başlangıç noktası olarak görmektedirler. Medyada tecrübeli gazetecilerin daha ucuz olan genç gazetecilerle ikame edildikleri görülmektedir (Walters, Warren ve Dobbie., 2006:3). Diğer yandan medya endüstrisinde freelance çalışan kadınların sayısının erkeklerden daha fazla olduğu ifade edilmektedir. Avrupa Gazeteciler Federasyonu'nu (EFJ) üyelerinin %42'sinin kadınlardan oluştuğunu tahmin etmektedir. Bunların %44'ünü kadrolu gazeteciler oluştururken %42'sini freelance gazeteciler oluşturmaktadır.

İngiliz/İrlanda Ulusal Gazeteciler Birliği'nden gelen verilere göre freelance gazetecilere yönelik artışın ağırlıklı olarak erkeklerden ziyade kadınlardan meydana geldiği görülmektedir. Kadınlar, freelance ve kadrolu üyeliğin yaklaşık yarısını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, kadınlar sendika üyeliğindeki genç jenerasyon gazetecilerin çoğunluğunu oluştururken, bu kategorinin sendika liderliği pozisyonlarına katılımı çok sınırlı kalmaktadır (IFJ/EFJ, 2012:15).

Özetle kendi hesabına çalışmaya yönelik motivasyon iki geniş tipte sınıflandırılabilir. Birincisi bağımsızlık, iş doyumu ve daha yüksek kazançlar gibi nedenlerden ötürü gönüllü olarak çalışanların oluşmaktadır. İkincisi ise başka çekici bir alternatif bulunmaması nedeniyle freelance çalışmaya itilmiş olanları kapsamaktadır. Freelance çalışma kararının arkasındaki motifler büyük oranda ilk grubu temsil ediyorsa, freelance çalışma, olumlu şekilde görülmekte ve böylece bireylere yaşam kalitelerini yükseltme ve / veya yaratıcı girişimci fırsatları keşfetme fırsatı sunmaktadır (Dawson vd., 2009:2).

1.8.7.1 Özerklik ve Kontrol İlişkisi

Üretimin en önemli özelliği, her zaman bir devinim halinde olmasıdır. Üretim biçimi ve emek sürecinin değişmesi tümüyle toplumsal düzenin de değişmesine yol açmaktadır. Bir taraftan yeni çalışma yöntemleriyle işçilerin beceri ve yetenekleri sürekli geliştirilmeye çalışılırken, diğer taraftan emek sürecinin bütün öğeleri denetimi altına alınıp çalışanların emek süreci üzerindeki kontrolleri ellerinden alınmaya çalışılmaktadır. Bunun için kapitalizmin gelişim tarihi boyunca farklı üretim biçimleri, emek süreci üzerinde farklı kontrol mekanizmaları üretmiştir (Aydoğanoglu, 2011:8).

2007 yılında belirtilerini gösteren ve günümüzde şiddetinin arttırarak devam eden kapitalist kriz, diğer sektörlerde olduğu gibi medyada etkisini göstermekte ve birçok medya organının kapanmasına ya da bütçede kesintilerine uğramasına neden olmaktadır. Haber kuruluşları bu krizden çıkmak ve varlığını sürdürmek amacıyla yeni iş modelleri bulmak için mücadele etmekte ve bu sayede daha az gazeteci daha az kaynak ile çalışmak zorunda bırakılmaktadır. Her kriz döneminde kapitalizm, emek sermaye ilişkilerinde, sermaye lehine emek üzerinde bir denetim mekanizması oluşturarak kendini yeniden üretmektedir.

Son yıllarda “girişimcilik” kisvesi altında yeni esnek çalışma biçimleri, özerklik, özgürlük kavramları ile süslenerek cazip hale getirilmektedir. Freelance çalışma biçimi de bunlardan biridir. Literatürde incelenen çalışmalarda, bireyi freelance çalışmaya çeken unsurlar olarak özerklik, bağımsızlık, çalışma koşulları üzerinde kontrol gibi kavramların çok sık vurgulandığı görülürken, bazı çalışmalarda zorunlu olarak freelance çalışmaya iten faktörün ise işsizlik olduğu ifade edilmektedir (Mallon, 1998; Cohen ve Mallon, 1999; Stanworth ve Stanworth, 1995; Clinton, Totterdell ve Wood ,2006).

Deuze, (2005:448-49) özerkliği, gazetecilerin yaptıkları işe meşruiyet ve güvenilirlik veren "*gazetecilik ideolojisinin parçası olan ideal-tip değerlerden*" biri olarak kabul edildiğini ifade etmektedir. Gazeteciler, sansür özgürlüğünü, reklamverenlerin ve pazarların etkisini bir dereceye kadar engelleyen ve editörlerin kaprislerini yadsıyan '*editörel özerklik, özgürlük ve bağımsızlık*' arzu etmektedir.

Aslında gazeteciler hem medya kuruluşlarından hem de kendilerine fon sağlayanlardan özerk olarak çalışmalarını gerçekleştirmeyi arzulamaktadır. Medya açısından özerklik iki alt başlık altında ele alınmaktadır: Bunlar; (1) gazeteciler finansal açıdan bağımsız kalmak istemektedirler ve (2) medyanın yeterince rapor etmediğini düşündükleri hikayeleri pazarlayamayacaklarına ilişkin kaygı duymaktadırlar. Fon sağlayanlardan gelen özerklik açısından ise üç alt kategori vardır: (1) editöryal kontrol ile ilgili bir endişe, (2) fon sağlayıcılara karşı bir sorumluluk hissi ve (3) fon sağlayanlarla bağlarını sürekli kılma isteğidir. Bu kaygılar gazetecilerin özerklik algılarında kırılmalara yol açmaktadır (Hunter, 2015:277).

Literatürde özerklik algısına yönelik farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Portföy çalışma ile ilgili daha önce yapılan bazı araştırmalarda çalışanların yüksek özerkliklik duygusana sahip olduğu bulunurken (Cohen ve Mallon, 1999; Fraser ve Gold, 2001; Gold ve Fraser, 2002; Mallon, 1998), bazı araştırmalarda özerkliğin sadece göstermelik bir olgu olduğu, aslında portföy çalışanların müşterilerin/işverenlerin talimatları doğrultusunda çalışmak zorunda kaldıklarını vurgulamaktadır (Stanworth ve Stanworth, 1995).

Hunter'ın (2015:279) gerçekleştirdiği çalışmada, gazetecilerin tümü de özerklik konusunda benzer bir görüşe sahiptir ve ürettikleri içerik üzerinde nihai olarak kontrol sahibi olmadıkları görüşündedirler. Ayrıca, fon sağlayıcıların şartı olduğunda gazeteciler, raporlarını herhangi bir şekilde ona uygun düzenlemek veya değiştirmek zorunda kalacaklarını ifade etmişlerdir.

Clinton, Totterdell ve Wood (2006:189)'un yaptıkları çalışmada çeşitli mesleklerde görüşme yapılan portföy çalışanlar ise, çalışma yaşamlarının farklı yönleri üzerinde yüksek kontrol seviyesine sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Birincisi, portföy çalışanlar işlerini yaparken olağanüstü durumlar hariç müşterilerin talimatlarından bağımsız olarak iş üzerinde bütün kontrole sahip olduklarını belirtmişlerdir. İkincisi, görüşme yapılan kişilerin neredeyse tamamı çalışma saatleri üzerinde kontrole sahip olduklarını ifade etmiştir. Çalışmaya ne zaman başlayacağı ve çalışmayı ne zaman bitireceği konusunda kontrol portföy çalışandır. Üçüncüsü, bütün görüşme yapılanlar çalışmama kararı verme özgürlüğüne sahiptir. Dördüncü olarak da kendi kariyer yolları üzerinde kendi kontrollerinin olmasıdır. Görüşülen kişiler genel olarak kariyerlerinin gidiş yönünden memnun olmaktadır ve gerektiğinde yön değiştirme iradesine de sahip olmaktadır.

Aynı zamanda çalışanlar kendi başarısızlıklarından kendilerini sorumlu tutmakta ve başarısız olmaları halinde yeni bir müşteri bulamayacaklarını düşünmektedirler. Böylelikle inisiyatif almakta ve bu durum bireyleri daha aktif kılmaktadır (Clinton, Totterdell ve Wood, 2006:188).

Fraser ve Gold (2001), freelance çevirmenlerin işgücü piyasası karakteristikleri dolayısıyla daha fazla özerk çalışmaktan hoşlandıkları ve kendi çalışma koşulları üzerinde kontrole sahip olduklarını bulmuştur. Çevirmenler için freelance çalışma, bir kariyer şansı olarak görülmektedir. Dolayısıyla freelance çalışmaya yönelik algıları farklıdır. Freelance çalışmaya yönelten motivasyonun ne olduğu sorusuna verilen en popüler yanıtlar “ kendi işimin patronu olmak” ve “ evde çalışmak” olmuştur. “Bir fırsat verilse bir işverene bağımlı çalışmak ister misiniz” sorusuna katılımcıların %70'i hayır yanıtını vermiştir. Dolayısıyla tercümanlar genellikle freelance çalışan olmayı gönüllü olarak tercih etmektedir. Fakat yapılan çalışmada portföy çalışma deneyimine ilişkin sorulara yaş dağılımına göre verilen yanıtlar farklı bir gerçeği de ortaya koymaktadır. Zira 25-34 yaş aralığındaki çevirmenler bir işverene bağlı daimi bir iş bulamamaları dolayısıyla freelance çalışmaya yöneldiklerini ifade ederken, 35-44 yaş aralığındaki çevirmenler ise iki kat daha fazla sürekli freelance çalışmayı düşündüklerini ifade etmiştir. Bunda 1980 yılından sonra daimi işlerdeki azalmaya bağlı olarak 25-34 yaş aralığındaki yaş grubundaki çevirmenlerin hiçbir zaman bir daimi bir iş bulamayacakları yönündeki algıları dolayısıyla freelance çalışmayı bir norm olarak görmeleri önemli bir etkidir (Fraser ve Gold 2001:686-91).

Bunun yanında örgütsel çalışmadan portföy çalışmaya geçiş süreci, endişeli bir dönem ile başlamaktadır. Çünkü portföy kariyerle birlikte kariyer başarısının yeniden tanımlanması gerekmektedir. Portföy kariyerde farklı işverenler için yapılan farklı işlerin hepsi kişinin kariyerine bir başarı katması dolayısıyla mesleki ağların geliştirilmesi ve finansal destek sağlayacak ‘güvenlik ağı’nın oluşturulması gerekmektedir (Clinton, Peter ve Wood, 2006:182).

Fakat bu süreçler bütün freelance çalışanlar için aynı biçimde yaşanmamaktadır. Örneğin Stanworth ve Stanworth (1995) tarafından freelance editörler ile gerçekleştirdikleri araştırma ise Fraser ve Gold’un çevirmenler için yaptığı çalışma ile çelişmektedir. Çevirmenlerde freelance çalışmaya yönelik istek ve şevk olmasına karşın, freelance editörlerin zorunlu olarak bu çalışmaya yöneldikleri görülmektedir. Bu çelişkinin oluşmasındaki en önemli etken her iki meslek grubunun freelance çalışmaya ilişkin algılarının farklı olması ve işgücü piyasası koşullarıdır. Zira çalışmadan elde edilen bulgulara editörlerin çoğu freelance çalışmayı ilk tercih olarak görmemiştir, piyasa koşulları dolayısıyla zorunlu olarak seçmişlerdir. Sektörde şirket birleşmeleri, yer değiştirmeler ve göçmen sayısının artması gibi nedenlerden dolayısıyla işgücü arzı fazlalığı ortaya çıkmış ve bir çok editör alternatif olarak freelance çalışmak zorunda kalmıştır (Stanworth ve Stanworth, 1995:227).

Kontrol, portföy çalışanlar için çok büyük öneme sahiptir. Oysa freelance editörler teoride var olan kontrol ve özerkliğin uygulamada olmadığı ve bu durumun kötüye kullanıldığını savunmaktadır. Oysa çevirmenler en az 10 kişi ile çalıştıkları için gelirleri küçük parçalar halinde paylara bölünmekte ve bir müşterinin gitmesi halinde gelirden büyük bir kayıp oluşmamaktadır. Oysa freelance editörler çevirmenlere kıyasla daha az sayıda müşteri ile çalışmakta ve gelirleri bu kişilere bağımlı olmaktadır. Bu nedenle freelance editörler gelir kaybı yaşamamak için müşterilerinin istedikleri koşullarda çalışmak zorunda kalmaktadır (Fraser ve Gold 2001:689).

Cohen ve Mallon (1999) ve Mallon (1998) portföy çalışma deneyimi ve kariyer süreçlerini meslek danışmanlığı yapmak için çalıştığı örgütten ayrılan kendi hesabına çalışanlarla yapılan bir dizi röportaj yoluyla araştırmıştır. Portföy çalışmanın olumlu sonuçlarının özgürlük, bağımsızlık ve bireysel kontrol, çeşitlenen işler ve artan yaşam kalitesi olduğu görülmüştür.

Bunların yanında bir de portföy çalışmanın olumsuz sonuçlarının olduğu kabul edilmektedir. Bunlar kısa ve uzun dönemli finansal güvencesizlik, düzensiz çalışma pratikleri, düşük sosyal statü ve sosyal etkileşimsizliktir (Cohen ve Mallon, 1999:41).

1.8.7.2 Girişimci Emek Ruhu ve Gig Ekonomisi

Post-Fordizm, genel olarak ekonomik küreselleşme ve bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle sağlanan esnek üretim yöntemlerine geçiş ile karakterize edilmektedir. Bu süreçler pazarları, bireysel özgürlükleri artıran devlet düzenlemelerini ve sosyal korumaları daraltmayı ve özelleştirmeyi teşvik eden bir neoliberal ideoloji tarafından desteklenmektedir (Harvey, 2005:2). Post-Fordist dönüşümün önemli bir yönü, işverenin binalarında sürekli tek bir işveren için tam zamanlı olarak çalışmaya dayanan cinsiyete dayalı bir istihdam modeli olan standart istihdam ilişkisinin azalması olmuştur (Vosko, 2010:1). Standart istihdam ilişkisi, geçici, yarı zamanlı, freelance ve belirli süreli çalışma gibi daha güvencesiz istihdam biçimleriyle değiştirildiğinde, işe uygun yeni işgücü ve deneyimler gerekli hale gelmektedir (Vosko, 2006:5). Özellikle kendi hesabına çalışma olgusu ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma sürecinde girişimciliğin öneminin artmasıyla önemli hale gelmiştir.

Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere dünya genelinde yaşanan mali kriz ve yeni teknolojilerin gelişmesi paralelinde işgücü ile ikamesi sorunsalı beraberinde işsizlik oranlarında ciddi bir artış meydana gelmiş ve bu bağlamda girişimcilik ve kendi hesabına çalışma olguları istihdamın arttırılması sürecinde önemli unsurlar olarak görülmüştür. Örneğin İngiltere’de kendi hesabına çalışma işgücünün büyük ve büyüyen bir bileşenidir. Beş milyon insan- çalışanların%15'i - kendi hesabına çalışmaktadır. Yeni teknoloji, birçok sektörde işin niteliğini değiştirmeye devam etmenin yanı sıra çok sayıda olumlu gelişme ve fırsat yaratan "Gig ekonomisi"² nin büyümesini kolaylaştırmaktadır (Mellows-Facer vd., 2017:1).

² Akademik yazında, gig ekonomisi çalışmalarının geleneksel geçici iş düzenlemelerinden farklılık gösterdikleri alanları tartışmaktadırlar. Çoğu araştırmacı (Burtch,2016;Graham , Hjorth, 2017;Brown, 2009;Friedman, 2014) tarafından vurgulanan temel ayırım, bu tür firmaların dijital bileşenin olduğudur. Bu tür bileşenler, geçici çalışanların ve müşterilerin işlem maliyetlerini önemli ölçüde düşürmektedir.

Son birkaç on yılda, esnek ve güvencesiz istihdamın yaygınlaşması, kendi hesabına çalışanların sayısındaki artış ve uzaktan çalışma teknoloji kapasitesi, bir dizi araştırmacı ve yazarın yeni çalışma koşullarının geçmişle radikal bir kopuşa yol açtığına yönelik iddialarını güçlendirmektedir. Değişime hoş geldiniz diyenler, Gig ekonomisi olarak tanımladıkları yeni sistemde, kendine güvenen, risk alma cesaretine ve girişimci vizyona sahip ve sınırların ötesinde bir kariyer yolculuğuna çıkabilen yeni işgücü profiline ihtiyaç duyulduğunu ifade etmektedir (McRobbie, 2002: 98; Brown, 2009).

“Gig ekonomisi” terimi, geniş bir yelpazede farklı tür ve iş modellerini belirtmek için kullanılmaktadır. Bunların çoğunun ortak özelliği, çalışanlar ile müşterileri birbirine bağlayan aracı dijital platformlara veya uygulamalara dayanmaktadır. Gig ekonomisi şirketleri genellikle tarihsel olarak kendi hesabına çalışan işgücüne dayanan endüstrilerde faaliyet göstermektedir (Mellows-Facer vd., 2017:2).

Belirli bir mekana sıkışmış, patronun egemenliği altında çalışan bir çok kişi, muhtemelen hepsini geride bırakmayı ve yalnız başına çalışmayı hayal etmektedir. Kurumsal hayatın yoğunlaşan talepleri, bu seçeneği dünyadaki milyonlarca işçi için daha cazip hale getirmektedir. Günümüzde, Airbnb, Uber ve Upwork gibi potansiyel olarak dönüştürücü yeni dijital platformlar, freelance çalışanları ve alıcıları buluşturmak için daha büyük, daha şeffaf ve daha verimli pazar alanları yaratmaktadır. Dolayısıyla bağımsız çalışmayı tercih eden çalışanlar, özerk olmakta ve müşterileri ile arasında kısa vadeli bir iş ilişkisi kurmaktadır. “Bağımsız çalışma”, bireylerin geleneksel uzun vadeli

işçi-işveren ilişkisi dışında gelir elde eden geniş bir yelpazede olan çalışan grupları tanımlamaktadır. Bağımsız işgücü kapsamı içinde, kendi hesabına çalışanlar, bağımsız müteahhitler, freelance çalışanlar, bazı küçük işletme sahipleri de dahil olmak üzere birçok geçici işçi yer almaktadır (Manyika vd., 2016:4,20). Gig ekonomisi, geçici pozisyonların yaygın olduğu ve örgütlerin kısa süreli dönemler için bağımsız işçilerle sözleşme yaptığı bir ortamdır. Sürekli işlere karşıt olarak, kısa vadeli sözleşmeler ya da çalışmanın yaygınlığı ile karakterize edilen bir işgücü piyasası”nı tanımlamaktadır. Çalışma saatleri açısından esneklik sağlayan çalışma ortamı ya da çok az işyeri korumasına sahip bir çalışma biçimidir (Rouse, 2016). Özellikle Birleşik Krallık hükümetinin, gig ekonomisi’ne özel bir ilgi gösterdiği görülmektedir. Bu, geleneksel iş modelinin - ki insanlar genellikle kariyer ilerlemesine ve hayat boyu işe sahip olduğu

fikrine sahiptir – yeni iş modelleri ile yer değiştirdiği gerçeğini gözler önüne sermektedir. Kendi hesabına çalışan işçilere daha fazla özgürlük sağlayan bu sistem aynı zamanda geleneksel çalışma biçiminin yararlarını ve koruyucu düzenlemelerini reddetmektedir. Gig ekonomisinde para kazanan insanlar, risklerin yoğun olduğu bir dünyaya adım atmaktadır. Bağımsızlıkları vardır; ancak faturalarını düzenli ödemek için yeterli paraya sahip oldukları söylenemez (Tawny, 2017).

Son birkaç yıldır medya endüstrisinde de bir dizi organizasyonel ve iş değişikliği gerçekteşmektedir. Bu süre zarfında, tam zamanlı çalışmadan freelance ve sözleşmeli çalışmaya kayda değer bir geçiş olduğu görölmektedir. Medya, haber üretimi ve yayın gibi bazı sektörlerde, işçilerin çoğunluğu artık freelance çalışmaktadır. Kısacası freelance çalışma, büyük ilgi gören bir çalışma biçimi haline dönüşmektedir (Ursell, 2000:806; Baines, 1999:18).

Kültürel ve medya ile ilgili mesleklerde endüstriyel parçalanma, freelance çalışanların, kendi hesabına çalışanlar, ortaklıkların ve diğer mal sahibi işletmelerin hızla büyümesine neden olmaktadır(Pratt, 1997:1954; Scase, 2003:570). Parçalanın üretimle birlikte çoğu zaman tek kişilik işletmeler de dahil olmak üzere küçük firmaların yer aldığı birbiriyle bağlantılı birimler ortaya çıkmaktadır. Freelance çalışma, tabii ki, gazetecilik mesleğinde yeni değildir. Bununla birlikte, 1980'lerde gazetecilerin sadece sekizde bir tanesi freelance olarak çalışırken, bugün bu oranın dörtte bir olduğu tahmin edilmektedir (Baines, 1999:19).

“Girişimci ruh”un, bireylerin, işletmelerin ve bölgelerin güçlü girişimci kültürler kurma, küresel rekabet avantajı sağlama ve ekonomik büyümeyi teşvik etme konusunda vazgeçilmez rolü olduğu fikri, yaygın bir şekilde kabul görmektedir.

Girişimci ruh teriminin bir birey, bir firma, bir firmanın çalışanları, firma grupları, bölgeler, ekonomiler, uluslar ve kıtalar ile ilişkili olduğu ve sözü edilen birimlerin, büyük firmalardan küçük firmalara, okullara, devlet dairelerine, vakıflara, kâr amacı gütmeyen kuruluşlara ve hayır kurumlarına kadar her şeyi kapsadığı görölmektedir. Açıkçası, girişimci ruh kavramı, insanlığın kendisinin temelidir.

Abdnor'a (1988) göre, “girişimci ruh”; dünya çapında ülkelerde iş ve yenilik yaratan, toplumsal engelleri ortadan kaldıran ve binlerce erkek ve kadın için yukarı doğru hareket etme fırsatı yaratan ruhu ifade etmektedir (Thyil ve Durden, 2006:3-4). Özellikle son yıllarda gençlerin başını çektiği yeni eğilim, kendi yaşamlarını yönetmek ve geliştirmek için kendi hesabına çalışmadır. Dünya genelinde genç işsizlik oranlarının yüksek olması ve istihdam olanaklarının düşük olması nedeniyle bireylerin doğrudan ekonomiye katılımını sağlamaya teşvik etmeye yönelik programlar gerçekleştirilmektedir. İlköğretimden itibaren girişim ve girişimcilik dersleri verilerek, öğrencilerin inovatif ve yaratıcı düşünceye sevk edecek bir takım beceriler kazanması sağlanmaktadır. Özgüven, benlik saygısı, hedeflerini gerçekleştirmek için motivasyon gibi konularda kazanımlar sağlayarak karşılaştıkları fırsatları değerlendirebilme kabiliyetine sahip olmaları amaçlanmaktadır (UNESCO ve ILO, 2006: v). “Girişim” söylemi yeni çalışanların kendi başarısı ve başarısızlığından sorumlu konumda olmalarını sağlamaktadır. Özellikle freelance çalışanları kendi becerilerini ve ilişkili niteliklerini rekabetçi pazara uygun bir şekilde geliştiren sorumlu aktörler olarak konumlandırmayı amaçlamaktadır (Cohen ve Mallon, 1999:339).

Özellikle medya endüstrilerinde örgütsel yapılar ve istihdam uygulamalarında meydana gelen değişiklikler gazetecilerin kendi hesabına çalışanlar haline gelmelerinde önemli faktörler olarak görülürken ideolojik ve yapısal baskılar, işçileri girişimin mantığını ve zorunluluklarını kabul etmeye teşvik etmektedir. Sektörde alternatif çalışma biçimleri ve ilişkilerinin gerekçesini meşrulaştıran merkezi bir paradigma olarak “ girişimci ben “ anlayışı yerleştirilmekte ve böylelikle freelance çalışmanın ideolojik zemini de oluşturulmaktadır.

Örgütün ya da örgütsel istihdam uygulamalarının ve ilişkilerinin girişimci formları veya mantıkları, çalışanlar üzerindeki baskı yönetimi ile yakından ilişkilidir. Böylelikle çalışanlar, girişimi öz kimliklerinin önemli bir unsuru olarak kabul etmektedir (Storey vd., 2005:1033).

1.8.7.3 Sosyal İzolasyon ve Yalnızlık

Bireyler, belirli kimliklere sahip olsalar da gerçekte birer sosyal organizmalardır. Bir aile içinde sosyalleşmeye başlarlar ve zamanla bireyin sosyalleşme alanı genişler.

Birey yaşamı boyunca toplumun bir parçası olarak yaşamını sürdürmekte ve kendini gerçekleştirmektedir. Bireyin toplumdan izole olarak yalnız başına bir yaşam sürmesi düşünülemez.

“Yalnızlık” ve “sosyal izolasyon” terimleri sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak farklı kavramlardır. İnsanlar yalnız hissetmeden sosyal olarak tecrit olabilmekte ya da başkalarının yanında yalnız hissedebilmektedirler. Yalnızlık en yaygın olarak, duygusal yalnızlığı temsil etmektedir Bireyin hayatından önemli başkasının yokluğu şeklinde ifade edilmektedir. Sosyal yalnızlık ise daha geniş bir arkadaş gurubunu ya da komşular gibi bir sosyal ağı yokluğunu ifade etmektedir. Sosyal izolasyon ise, sosyal temasların veya etkileşimlerin sayısına atfeden nesnel bir durum olarak tanımlanma eğilimindedir (Bernard ve Perry, 2013:3). Yalnız kalmak kişisel tercih meselesi olabilmektedir ve bazı insanlar için yalnızlık duygusuna yol açmaz. Oysa sosyal izolasyon öznedir ve yalnızlık deneyimini hissetmek ve sosyal desteğin eksikliğini algılama biçimi kişiye göre değişebilmektedir. Sosyal izolasyon, bireysel düzeyde aile veya arkadaşlarla, daha geniş düzeyde toplumla olan ilişkilerin yokluğu olarak tanımlanmaktadır (Pate, 2014:6). Daha önceki çalışmalarda sosyal izolasyonu, insan etkileşiminin gerçekleştiği farklı düzeylerde (bireysel, grup, topluluk ve daha geniş sosyal çevre) diğer insanlarla gerçekleştirilen sosyal ilişkilerin yetersizliği ve niceliği olarak tanımlanmaktadır. Sosyal izolasyon; sosyal ilişkilerin niceliği ve niteliği olarak iki açıdan ele alınmaktadır. Sosyal ilişkilerin niceliği, başka bir bireyle veya bireylerle olan etkileşimlerimizin sayısı veya sıklığına atıf yaparken, sosyal ilişkilerin niteliği iki boyutta ele alınmaktadır. Birincisi, bir kişinin beklentilerini veya standartlarını karşılayan ve dolayısıyla bir iç değerlendirmeye tabi olan bir ilişki türüne atıf yapmaktadır.

Bu değerlendirme, bir kişinin kişiliği ve öznelliğinden, dolayısıyla toplumsal normlar ve kültürden etkilenmektedir. İkincisi, ilişkinin araçsal değeri ile ilgilidir. Yani, bir tür arkadaş ya da bir ağ, kişinin hayatına başkalarından daha farklı bir katkı sağlayabilmektedir. Örneğin, yalnız olmak, yalnızlık duygularını tetikleyebilir (niteliksel bir özellik) ve yalnızlık hissi yalnız kalmakla sonuçlanabilir. Oysa insanlar, aile ya da arkadaşlar tarafından kuşatılmışken de yalnız hissedilebilir ve az sayıda sosyal temasları olan insanlar kendilerini hiç yalnız hissetmeyebilirler (Zavaleta, Samuel ve Mills, 2014:6-7).

Bireylerin, sahip oldukları belirli kişisel özelliklere ve özellikle çalıştıkları işe uygun olarak, özerklik ve sosyal izolasyonu deneyimleme düzeyleri farklılaşmaktadır. Çalışanların benzer iş kollarındaki bir ağa sahip olması, belirsizliği ve izolasyonu azaltmaktadır. Portföy çalışmanın tanımlayıcı özellikleri arasında çalışma sürecinin öz-yönetimi, kişinin kendi iş ve gelirin üretimi, çeşitli iş ve müşteriler ile tek bir kuruluşun dışında yer alan bir çalışma ortamı yer almaktadır (Clinton vd., 2006:193). Dolayısıyla bu özellikler özerklik, belirsizlik ve sosyal izolasyon ile ilişkilidir.

1.9 Freelance Gazeteciliğe Yönelik Eleştiriler

Liteatürde, freelance çalışmaya yönelik farklı yaklaşımlar ve iddialar yer almaktadır. Bu bölümde, freelance çalışmaya yönelik yapılan eleştiriler ele alınmaktadır.

1.9.1 Freelance İstihdam Statüsü: Portföy Kariyer ya da Güvencesiz İstihdam?

Kendi hesabına çalışma, genellikle atipik bir çalışma biçimi olarak görülse de (Stanworth ve Stanworth, 1995; Buschoff ve Schmidt, 2009) sosyoekonomik konumlarına göre, kendi hesabına çalışanlar, girişimciler ve (potansiyel) işverenler olarak ortak ilgi alanlarına sahip nispeten homojen bir sosyal sınıf olarak düşünülmektedir. Freelance çalışmanın ücretli istihdamdan farklı olduğunu, çünkü işte daha fazla bireysel özerkliğe izin verdiği savunulmaktadır (Arum ve Müller, 2004:6). Gerçekte, kendi hesabına çalışma ve girişimciliğin "ideal türü", işçilerin emek süreçleri, bağımsızlık ve özerklikleri üzerinde kontrol sahibi olmalarını gerekli görmektedir. Bununla birlikte bir çok freelance gazeteci emek piyasasındaki diğer ücretli işçilerden daha ayrıcalıklı bir konuma işaret eden üretim araçlarına da sahiptir (Cranford vd., 2005:6-7) .

Kendi hesabına çalışmanın potansiyel faydalarından biri, kendi patronunuz olmaktır. Bürokratik organizasyonda, ne yapılacağını ve ne zaman yapacağını söyleyen bir çeşit yönetici bulunmaktadır. Tabii ki, organizasyonun türüne, yöneticinin türüne ve kendi pozisyonunuza göre, bir şekilde çalışanlar, çalışmalarını bir tür üstün verdiği talimatlar doğrultusunda yapmak zorunda kalmaktadır. Fakat kendi hesabına çalışma prensip olarak çalışanlara çalışmalarını organize etme ve kendi gündemlerini belirleme konusunda geniş bir fırsatlar yelpazesi sunmaktadır. Yaz veya kış boyunca daha fazla çalışmak, çalışanlara ve tabii ki müşterilere bağlı olmaktadır.

Piyasa, eğer izin veriyorsa, çalışan sevmediği bir işi asla yapmamaktadır. Elbette bu ideal resim her zaman gerçekliğe dönüşmemektedir (Conen vd., 2016:7).

Olumlu taraftan bakıldığında, freelance çalışanlar, daha esnek yaşamlara sahip olmaktadır. Örneğin, daha uzun süre tatil yapabilmekte ve ailelerinin ihtiyaçlarına göre esnek olabilmektedirler. İkincisi, küçük çocuk sahibi olanlar arasında özellikle göze çarpmaktadır. Esnek çalışma, bireyi çocuklarıyla ve ailesiyle daha fazla zaman geçirme imkanı sağlamaktadır (Edstrom ve Ladendorf, 2012:717). Örneğin İngiliz medya endüstrisinde, freelance çalışanlar arasında özgürlük vurgusunda artış olduğu görülmektedir. Freelance çalışmanın doğasında var olan esneklik ve özgürlük kavramlarına hem müşterilerin hem de çalışanların değer verdiği; fakat freelance çalışanların çok daha gönüllü olduğu vurgulanmaktadır. Freelance çalışanların çalışma koşullarının tam zamanlı çalışan kadrolu gazetecilere kıyasla daha kötü olmasına karşı neden freelance çalışmaya gönüllü olduklarına yönelik yapılan çalışmalarda kendi hesabına çalışmanın daha fazla özgürlük ve esneklik sağladığına yönelik algılardan kaynaklandığı görülmektedir. Çünkü freelance yaşam biçiminin başlıca avantajlarından biri “özgürlük” ve “kendisinin patronu olmak” düşüncesidir (Platman, 2004; Clinton vd., 2006; Stanworth ve Stanworth, 1995; Fraser ve Gold, 2001).

Emek sürecini kontrol altına almak isteyen gazeteciler, standart bir istihdam ilişkisinin dışında çalışmaya gönüllü olarak yönelirken, aynı zamanda freelance statü, sermayenin artı değeri arttırmasına da olanak tanımaktadır. Çünkü freelance çalışanların deneyimleri, kontrolün emek-sermaye ilişkilerinde tartışmalı bir kavram olduğunu ortaya koymaktadır. Post-Fordist dönemde freelance çalışan gazeteciler, işverenin kontrolünden kaçmış gibi görünmektedir; çünkü işverene ait alanlarda çalışmamakta ve birden fazla yayıncı için çalışma imkanları olmaktadır. Çoğu, emek sürecinin kontrolünü de ellerinde tutmaktadır. Bununla birlikte, güvencesiz istihdamın yaygınlaştırılması ve freelance çalışmanın normalleştirilmesi, yayıncıların bir işçi sınıfı olarak freelance gazeteciler üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmalarına yol açmıştır. İş daha güvensiz ve düşük ücretli hale gelmiştir. Çünkü güvencesiz istihdam, freelance gazetecilerin müzakere gücünü zayıflatmakta ve yayıncıların sunduğu şartlara bağımlı kalmasını sağlamaktadır (Cohen, 2013:8).

Bu tarz yeni tip kendi hesabına çalışanların birçoğu, uzun süre çalıştıktan sonra kendi pozisyonlarını takdir ederken, bazıları zorunlu olarak çalıştıklarını ifade etmektedir. Çoğu, kendi hesabına çalışmanın sağladığı mevcut ekonomik koşullar içinde yaşam sürdürmenin zor olduğunu ifade etmektedir. Dahası, kendi hesabına çalışanların bir kısmı, hastalık sigortası ve emeklilik için para ödemeye yetecek kadar gelire sahip olmamaktadır. Dolayısıyla akademik yazında kendi hesabına çalışmanın çalışanlara özgürlük mü yoksa güvencesizlik mi sağladığına ilişkin farklı yaklaşımlar yer almaktadır (Conen vd., 2016:4).

Guy Standing (2015), “Prekarya: Yeni Tehlikeli Sınıf” adlı çalışmasında, ülkelerin emek piyasasındaki esnekliği arttırmalarının yol açtığı risk ve güvencesiz halleri ele alarak yeni tip işgücünün varlığından bahsetmektedir. “Prekarya “olarak tanımladığı “ yeni tip” işgücü, herhangi bir istikrara sahip olmayan bir kesimi ifade etmektedir. Prekarya kavramı ‘precarious’ güvencesiz sıfatı ile ‘proletariat’ (Proleterya) isminin birleşmesiyle oluşmaktadır. Hayatını sürekli olarak geçici işlerde idame ettiren bu kişiler bir çok risk ile karşı karşıya kalmaktadır. Geçici işler karşılığında kazandığı ücretle masraflarını karşılayanlar, iş bulamadıkları takdirde sosyal güvenlik ödemeleri başta olmak üzere yaşamsal öneme sahip bir çok giderini karşılayamayacak duruma düşmektedir. Güvencesizlik, strese yol açmakta ve kendini sürekli farklı müşterilere pazarlama zorunluğu kişilerin karakterlerinde kötüleştirmeye yol açmaktadır (Standing, 2015:21).

Benzer argüman Ulrich Beck’in Risk Toplumu kuramında da görülmektedir. Beck, çalışma ve istihdamın giderek daha fazla risk barındırdığı ve özellikle ömür boyu istihdamın artık geçmişte kaldığını vurgulamaktadır. Geçiciliğin ve belirsizliğin hakim olduğu çalışma hayatında artık riskler önceden görülememekte, dolayısıyla onlara karşı önlem alınması zorlaşmaktadır. Çünkü modernleşmenin en gelişmiş aşamasında ortaya belirsizlik ve denetlenemezlik sorunları ortaya çıkmaktadır (Beck, 2014a:47).

Sennett, (2002) ise ‘Karakter Aşınması’ adlı kitabında esnek çalışma biçimlerinin insanın doğasında geri dönülemez tahribatlar açtığını, kişinin yaşamı boyunca bir iş güvencesi duygusundan yoksun kaldığını, istikrarlı işlerin yerini kısa vadeli proje temelli işlerin olarak bireylerin sürekli iş ve şehir değiştirmelerine, belirsizlik ve geçiciliğin hakim olduğu bir yaşama mahkum olmalarına yol açtığını savunmaktadır.

Kayıtsız, güvensizlik duygusu bireyin karakterinin aşınmasına yol açmaktadır. Sennete’e göre insanın karakteri uzun vadeli ilişkilerin sonucunda oluşan bağlara yüklediğimiz anlamlar neticesinde oluşmaktadır. Oysa esnek çalışmanın “uzun vade yok” sloganı bütün bu bağları ortadan kaldırmakta ve oradan oraya sürüklenen bir insan yaratmaktadır. Karakter Aşınması adlı kitabındaki aktörlerden Enrico, Fordist dönemin istikrarlı bir işçisi iken, oğul Rico ise esnek ve istikrarsız kapitalizmin güvencesiz çalışanıdır. Ebeveynlerinin yaşadığı tam zamanlı ve ömür boyu tek bir işte çalışma hayatını reddeden yeni tip işçiler, istikrar, güven ve dayanışma duygularını yitirmekle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Portföy çalışma tarzı hegemonik olarak, çalışanlara yaratıcı üretim için arzu ettikleri esnekliği ve özerkliği sağlayan bir fırsat olarak sunulsa da şartlar ortaya çıktıktan sonra belirsizlik eğiliminin daha fazla olduğu görülmektedir. Portföy çalışma, artık gazeteciler için bir tercih olmaktan çıkmaktadır. Çünkü freelance veya sözleşmeli çalışan sayısı giderek artmaktadır. Yüzeyde yüksek esneklik ve özerklik olarak görünen şey, düşük ücretler karşılığında kısa vadeli projeler üzerinde çalışmaya dayalı bir sistemin yanılmasıdır. Bir anlamda gelecekteki çalışma garantisi olmayan işçiler için bir başa çıkma stratejisidir (Clinton vd., 2006:179; Menger, 1999:542).

Özellikle medya endüstrisinde çalışanlar bürokratik örgüt formlarından girişimci örgüt formlarına yönelmekte ve ilişkiler de böyle bir değişime entegre olmaktadır. Özellikle günümüzün egemen söylemlerinden olan “girişim” ya da “girişimcilik” olguları temelinde oluşan bu tarz çalışma biçimlerini yüceltmeye yönelik eğilimlerin arttığı da gözlenmektedir.

Portföy çalışma insanların gelecekteki çalışma biçiminin günümüzdeki tasarımı olarak lanse edilmektedir. Joanna Grigg, “Portföy Çalışma” adlı kitabında ilgili çalışma biçimini “bir grup ya da farklı işveren kümeleri için çalışma, ya da bir iş ya da meslek, ya da bizim için en iyi olan her türlü kombinasyon” şeklinde tanımlamaktadır. Bu daha çok kendileri için çalışan muhasebeciler, avukatlar ya da fotoğrafçılar gibi meslekleri kapsayan geleneksel kendi hesabına çalışan profesyonellerden öte freelance çalışma kavramını içermektedir ve bu çalışanlar, yeteneklerini müşterilere satmaktadır. Whistler,

bir artist olarak bu çalışma biçimini “Yaşam Boyu Deneyim“ şeklinde ifade etmiştir. Yine Charles Handy “ Boş Yağmurluk (Empty Raincoat)” adlı kitabında şu fikrin popülerleşmesinde öncü olmuştur (The Economist, 2009):

“ Portföy Çalışma, özgürlük için tam zamanlı istihdamdan feragat etmeyi ifade etmektedir. Portföy, farklı müşteriler için farklı iş parçalarının toplamıdır. Çalışanlar bir örgüte bağlı olarak tam zamanlı çalışan ve oradan ücret alan kişiler olmak yerine, bağımsız olmak ve yaptıkları işin karşılığını alan kişiler olarak çalışmaktadır. Birey birden çok müşteriyle çalışan ve birden çok işi yapan bir kişi halini almaktadır. Şimdi “iş” müşteri anlamına gelmektedir. Öğrencilerime okuldan mezun olduktan sonra patron değil müşteri aramalarını tavsiye ettim. Çalışanlar başta kendi tercihleri dışında portföy çalışmaya yönelmektedir. Çünkü kendi örgütleri onları işten atmış ve onlar da zorunlu olarak portföy çalışmaya dahil olmuştur. Fakat şanslı iseler eski örgütleri yeni portföylerinde ilk müşterileri olmaktadır. En önemli farklılık onların fiyat etiketleri, üretimleri üzerinden değil zaman üzerinden belirlenmektedir. Portföy çalışanlar asla işsiz statüsünde değildir. Aktörler gibi belki dinlenmede olabilirler, fakat o zaman bile kendilerini pazarlamaları gerekmektedir ya da bunu kendileri için yapacak iyi bir ajansa ihtiyaçları vardır”. Portföy çalışma, sürekli tam zamanlı istihdamın güvencelerinin uzun süre devam edemeyeceğine yönelik artan inanıştan evrilerek 21. yüzyılın işdünyasına hizmet edecek anlayışa dayanmaktadır. Küçülme ve özelleştirme gibi uygulamalar sonucunda açıkta kalan bir çok nitelikli çalışan portföy işçi olmaya itmektedir”

Güvencesiz çalışmaya yönelik olumsuz algıyı kırarak portföy çalışma, girişimcilik olgusu altında piyasaya sürülmektedir. Böylelikle portföy çalışma kavramı, pozitif çağrışımları üzerinde barındırırken ve gün geçtikçe moda kavram haline gelirken “geçicilik”in çağrıştırdığı negatif anlamları kamufle edilmektedir. Leah Vosko (2010: 2) da portföy çalışmanın diğer yüzünü güvencesiz istihdam olarak tanımlamaktadır.

Ona göre portföy çalışma, karşılığı belirsiz bir ödeme, düşük gelir, sınırlı yasal haklar ve sosyal faydalar şeklinde karakterize etmektedir. Bu tanımlama freelance çalışanların deneyimlerine uygun olurken, güvencesizlik, güvencesiz istihdamın şiddetini hafifleten istihdam statüsü, istihdam biçimi, sosyal konum, sosyal bağlam gibi unsurları kapsayan bir dizi kesişen faktör tarafından şekillenmektedir. Çalışanların güvencesiz istihdam ile olan deneyimleri istihdam halinin devamlılığına ve sendikaların ya da devletin sağladığı koruma düzenlemelerinin derecesine bağlıdır (Cohen, 2013:8-9). Freelance çalışanlar bir kendi hesabına çalışandır ve Stanworth ve Stanworth (1995:221) tarafından iddia edildiği gibi freelance çalışanların özgürlük ve özerklik olguları ile karakterize edilmesine rağmen hem üretim araçlarına sahip olmadığını hem de özerklik ve özgürlük deneyimlerinin sınırlı olduğu söylenebilir.

Bununla birlikte, freelance çalışanlar, kendilerinin patronu olduğuna ilişkin öznel algıları dolayısıyla müdür figürünü de içselleştirmekte ve kendi denetimini kendisi yapmaktadır. Bir freelance çalışan disiplinli ve çok çalışmalıdır. Çünkü müşterilerle olan ilişkilerini güçlü tutmak ve kendini pazarlamak zorundadır. Dolayısıyla freelance çalışanların müşteri/işverenlere uyum gereksinimi istihdamdaki gazetecilere göre daha fazladır (Edstrom ve Ladendorf, 2012:717). Bu, Nikolas Rose'un özyönetim fikirlerine karşılık gelmektedir (Rose, 1999). Freelance çalışan, kendi çalışması hakkında karar verme yetkisine sahip olmakla aslında bir dezavantaja sahiptir, çünkü aynı zamanda, kendisini yönetmek zorundadırlar (Storey vd., 2005). Normalde bu, bir yöneticinin rolü olan süper benliğin içselleştirilmesi gerektiği anlamına da gelmektedir. Rose'un da belirttiği gibi, özyönetim, dış bir otoriteden kaçmaktan daha zor olabilmektedir. Ayrıca, "özgürlük hissi" ile "gerçek özgürlük" arasında da fark vardır. Özgürlük hissi öznedir ve bu his, gerçek özgürlükten daha güçlü olabilmektedir (Rose, 1999:22).

1.9.2 Freelance Emek Süreci ve Kendi Hesabına Çalışmanın Çelişkileri

Freelance çalışma, post fordist kapitalizmin ürettiği, bir takım çelişkileri bünyesinde barındıran kendi hesabına çalışma biçiminin bir türüdür. Çelişkilerden biri freelance çalışmanın son derece güvencesiz bir çalışma biçimi olmasına karşın, çalışanların iş tatmini sağladıkları yönündeki ifadeleridir. Bu çelişkiler, kendi hesabına çalışma biçimi olarak freelance çalışmanın statüsünden kaynaklanmaktadır ve bu durum bir pozisyon karışıklığı meydana getirmektedir (Tucker vd., 2002:5).

Freelance çalışanlar ücretle/maaşla çalışan kimse ile aynı statüde değildir; fakat aynı zamanda özgürlük, özerklik ve güç ile karakterize edilen kendi hesabına çalışmanın "ideal" biçimi olan bir girişimci (Fudge, 2003, 41) de tam anlamıyla değildir. Tipik olarak girişimciler, üretim araçlarına ve üretim süreci üzerinde kontrole sahiptir ve sermaye biriktirirler.

Oysa Freelance çalışanlar bir kendi hesabına çalışan olmalarına karşın bir çoğu kendi hesabına çalışmanın ideal biçiminden uzaktır (Stanworth ve Stanworth, 1997:45). Örneğin, Freelance gazeteciler sermaye biriktirmemekte ve haber üretmek için üretim araçlarına gereksinim duymakta; fakat ürettikleri haberleri piyasaya sunmak için üretim araçlarına kendilerinin sahip olmasına gerek olmamaktadır.

Aynı zamanda bir girişimci üretim sürecini tamamen kendisi kontrol ederken, freelance gazetecinin çalışma koşullarının sınırları üzerinde kontrolü yok denecek kadar azdır. Çünkü sermayenin genel eğilimleri doğrultusunda haber üretmek avantaj sağlamaktadır, aksi durumda freelance çalışanlar, ürettikleri haberleri satacak müşteri bulamamaktadır. Bu dinamiğin sonucu olarak, kendi hesabına çalışanlar işçi ve işverenden ayrı bir sınıf olarak düşünülmemesi; fakat ‘girişimci’ den daha çok ücretli bir işçiye benzeyen melez bir sınıf olarak kavramsallaştırılması gerekmektedir (Fudge, Tucker ve Vosko 2002:7). Kendi hesabına çalışan olmaları dolayısıyla bir çok freelance çalışan, kendilerini ücretli çalışandan ziyade girişimci olarak algılamaktadır. Azalan maddi koşullara ve güce rağmen yüksek iş tatmini ve işle ilgili zorluklara karşı sorumluluk bilinci çelişkili deneyimler meydana getirmektedir. Freelance çalışanları motive eden unsur, işleri için hırslarından arınmak ve hikayelerini anlatmayı sürdürmektir. Onları motive eden temel unsur ise yaşamlarını sürdürebilme çabasıdır. Kendi hesabına çalışmanın freelance çalışma ile sınıfsal konumları karışmaktadır. Çünkü freelance çalışanlar girişimci kalıbına sokularak ya da emek güçlerini satan ve emek sermaye ilişkilerine bağımlı olan işçi olarak görülerek statüleri örtbas edilmektedir. Oysa freelance çalışanlar emek güçlerini satmalarına rağmen, bu sadece bitmiş işin satılmasından ibarettir. Bu durum, bir taraf diğer tarafa bir hizmet sağlamayı kabul eder şeklinde ifade edilen kendi hesabına çalışanların yasal tanımını desteklemektedir. Freelance çalışanlar, emek piyasasında editörler ve yayıncılardan oluşan birden fazla müşteriyle bir ast olarak ilişki kurmaktan çok bağımsız bir taraf olarak anlaşma yapan ve hizmetini satan kişidir (Cohen, 2013:38).

Kendi hesabına çalışmayı tanımlayan iki temel unsurdan biri çalışanların kendi üretim araçlarına sahip olmaları ve öz-yönetim ya da işteki özerklikleridir. Bununla birlikte bu ideal tip, kendi hesabına çalışmanın gerçekliğinden giderek uzaklaşmaktadır. Örneğin; 1980’lerden itibaren kendi hesabına çalışmanın belirgin bir biçimde arttığı İngiltere’de kendi hesabına çalışmanın doğası da değişmektedir. Kendi hesabına çalışanların büyük bir oranını ev eksenli çalışanlar ve freelance çalışanlar ve diğer parça başı çalışanlar (outworkers) oluşturmaktadır (Tucker vd., 2002:6).

Yeni kendi hesabına çalışma türleri gittikçe daha çok, geçici istihdama benzer, geleneksel 'küçük-burjuva' girişimcilere göre daha yüksek işgücü piyasası riskleri olan atipik iş ilişkilerine sahip hale gelmektedir (Buschoff ve Protsch, 2008:52; Standing, 2011).

1.9.3 Kayıt Dışı Girişimciliğin Yüceltilmesi

Yirminci yüzyılın başlarında gelişmiş toplumlarda formal ekonomi yaygınlaşmakta ve büyümekte iken, kayıt dışı ekonomi küçümekte idi. Kayıtdışı girişimciler önceki üretim tarzından kalanlar olarak görülmekteydi ve "gelişmemiş", "geri kalmış" ve "gelenekçi" toplumların bir ürünü olduğu ileri sürülmekteydi (Munck, 2003). Bu açıdan bakıldığında, kayıtdışı girişimcilik, az gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde daha fazla yer almaktaydı.

Fakat son yıllarda, özellikle kayıt dışı girişimcilik (Minard, 2009; Williams, 2007), birçok küresel bölgede geniş kapsamlı ve kalıcı olarak yaygınlaşmaktadır. Sadece küresel Güney'in gelişmekte olan ekonomilerinde değil (Gurtoo ve Williams, 2009), Kuzey'in gelişmiş ülkelerinde de (Schneider ve Williams, 2013) kayıt dışı çalıştıklarını ortaya koyan araştırmalar yaygındır.

Ulrich Beck bu durumu, 'Güney'e özgü üretim kalıplarının ve toplumsal ilişkilerinin Kuzey'in gelişmiş sanayi toplumlarına yayılması' şeklinde açıklamaktadır. Güney'deki toplulukların yaşamlarında yaygın olan belirsizlik ve güvensizlik, Kuzey'in şehirlerine de yayılmaktadır (Munck, 2003:18). Bu yayılım özellikle politikacılar tarafından desteklenerek girişimcilik kisvesi altında yüceltilmektedir.

Kayıtdışı sektörde girişimcilik, küresel ekonomik durumun küçük bir özelliği olarak görülmemelidir. ILO (2012b) , küresel tarım dışı iş gücünün 6'da 1'inin (% 17) enformel sektör girişimciliğini kendi ana işi olarak yürüttüğünü ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, katılımcıların %9'u Kuzey Avrupa ülkelerinde kayıtdışı girişimciliğe girdiklerini; ancak Batı Avrupa'da bu oranın %3, Doğu-Orta Avrupa'da %4 ve Güney Avrupa'da %2'lik olduğu görülmektedir.

Ayrıca, erkekler, genç yaş grupları, yüksek eğitim niteliklerine sahip olanlar, kendi hesabına çalışanlar, el işçileri, işsizler, öğrenciler, düşük gelirli ve orta gelirli gruplar ve

kırsal alanlarda yaşayanlar arasında daha yüksek katılım oranları bulunmaktadır (Williams, 2007:3).

Ekonomik ihtiyaçlar neticesinde itilmiş girişimciler ile kendini gerçekleştirme arzusuyla motive olmuş girişimciler arasında ayırım yapılmaktadır. Alternatif geçim kaynaklarının yokluğundan hayatta kalma stratejisi olarak 'zorunluluk' nedeniyle girişimciliğe itilen girişimciler ile bunun içine çekilen 'gönüllü' girişimcileri ayırt etmek gerekmektedir (Benz, 2009:3). Yaygın olarak kabul edilen inanç, kayıt dışı sektörde faaliyet gösteren bu girişimcilerin, hayatta kalma mücadelesi içinde olan ve alternatiflerin yokluğundan dolayı son çare olarak bu yola itilmiş marjinalleşmiş kişiler olduğuna yöneliktir (Williams ve Youssef, 2014:41). Diğer taraftan gönüllü olarak kayıt dışı girişimciliğe yönelen girişimcilerin de olduğuna yönelik bulgular yer almaktadır. New York City'nin East Village semtinde kayıt dışı girişimciler üzerine yaptığı çalışmada Snyder'in (2004), ayrımcılık, ekonomik yeniden yapılanma ve işsizlik gibi dış baskıların insanların kayıtdışı ekonomiye ittiğini varsaymakla birlikte, enformel sektör girişimcisinin çoğunun gönüllü olarak kayıt dışı girişimci olduğunu bulmuştur. Birçoğu, kariyerlerini yeni bir yola koymak ve iş kimliğini değiştirmek ya da hayallerini gerçekleştirmek için bu alanla uğraşan girişimcilerdir. Zorunlu girişimci olarak başlayan, reel ekonomideki kısıtlı imkânlar nedeniyle katılanlar bile, kayıt dışı sektör işletmelerine uzun vadeli bir bağlılık geliştirme eğilimi göstermektedirler (Snyder, 2004: 217-18). Bu tarz girişimciler, maliyetlerini, zamanı ve gayretini azaltmak için kayıt dışı ekonomide gönüllü olarak faaliyet göstermektedirler ve kayıtlı ekonomide bulunmayan, esnek saatler, iş eğitimi, ekonomik bağımsızlık, daha iyi ücret ve vergilerden kaçınma gibi avantajlardan faydalanmaktadırlar (Maloney, 2004:1160).

Kayıtdışı girişimciliğin büyümesi, kuralsızlığa kapı açan dünya ekonomilerinde, taşeronluk, dış kaynak kullanımı ve kendi hesabına çalışma uygulamalarının doğrudan bir ürünü olarak görülmektedir Bu tür taşeronluk ve dış kaynak kullanımı, kayıtdışı girişimciliği çağdaş kapitalist üretimin tedarik zincirlerine entegre etmektedir. Bu durum sosyal korumanın boşaltılması bağlamında ücretler üzerinde aşağı yönlü bir baskı oluşturmaktadır (Williams, 2007:3).

Kayıt dışı ekonominin büyümesindeki sebeplerden biri, kendi hesabına çalışmanın, ücretli istihdam pahasına büyüme göstermesidir .

Kayıtdışı endüstrinin çekirdeğini kendi hesabına çalışanlar oluşturmaktadır. Büyük şirketler, yaygın olarak kendi hesabına çalışan işçileri kullanmalarındaki gerçek sebep, bu işçilerin iş kanunları tarafından sağlanan koruma kapsamından çıkarmalarıdır. Bu argüman, artan kendi hesabına çalışma ve emeğin yeniden metalaştırılması arasındaki ilişki üzerinden ele alınmaktadır (Slavnic, 2004:6).

Kayıtdışı girişimciliğin, zorunluluktan ve resmi iş piyasasından dışlanan nüfusların son çare olarak yürüttüğü düzensiz, güvensiz ve düşük ücretli koşullar içinde yaşamaya yönelik bir girişim olduğu görülmektedir (Gallin, 2001; Slavnic, 2010:10). Bu açıdan kayıt dışı girişimciliği, işin gereğinden az düzenlenmesi ve sosyal koruma ve sosyal transferlerin eksikliğinin bir sonucu olarak yoksulluğun doğrudan nedeni olarak görülmektedir.

1.9.4 Bireyselleşen İş ilişkileri ve Ticari Sözleşmeler

Son on yılda istidam ilişkisinin temelinde önemli bir kayma söz konusudur. Bu kayma, “kolektivizm” den “bireyciliğe” doğru bir hareket olarak açıklanmaktadır. 1980'lerden itibaren yeni yönetim teknikleri giderek birey üzerinde yoğunlaşmayı tercih etmiştir. Sözleşmeler, değerlendirme, ücret ve iletişim dahil olmak üzere istihdam ilişkisi, çeşitli açılardan sendika yetkililerini baypas ederek doğrudan çalışanla anlaşma üzerine odaklanmaktadır. Sendikaların gücünün kaybetmesi ve toplu iş sözleşmelerinin ademi merkeziyetçiliğinin artması, küçük işletmelerin sayısının artması ve kendi hesabına çalışanlar, geçici ve gündelik işgücü gibi genel olarak atipik çalışanların kullanımının artması, iş sözleşmesinin bireyselleştirilmesine yönelik harekete katkıda bulunmaktadır(Bacon ve Storey, 1993:5-6).

Michael Allvin (2004:1-2), İsveç işgücü piyasasına yönelik yaptığı çalışmada emek, gelişme ve refah arasındaki yakın ilişkinin ortadan kalktığını ifade etmektedir. Bu, diğer Batılı ülkelerdeki duruma benzer bir değişimi yansıtmaktadır. İş güvenliği, ücret artışı ve dayanışma gibi konularda elde edilen haklar, giderek kayba uğramaktadır. Sonuç olarak, işgücü koşullarının bir refah devleti tarafından artık garanti edilmediği, ancak küresel bir pazarın merhametinde olduğu konusunda yaygın ve kaçınılmaz bir farkındalık söz konusudur.

Günümüzün küreselleşmiş ve esnek işgücü piyasasında, hiç kimse kendi geleceğinden ve kariyer planlarından emin olamamaktadır. Bunun yerine, herkes rekabet gücü yüksek bir işgücü piyasasında kendi geleceği için savaşılmaya zorlanmaktadır.

Tam zamanlı belirsiz süreli sözleşmelerin yerini kısa vadeli sözleşmelerin ve diğer esnek istihdam biçimlerinin artmasıyla bireyselleşme daha da belirgin hale gelmektedir. Özellikle gazetecilik alanında sözleşmeli ve diğer atipik çalışmalar artmaktadır (Walters, Warren, Dobbie, 2006).

Baines (1999:29), özellikle “girişim” söyleminin ve yeni ekonominin bireyselleşen kariyer yönetim karakteristiğinin birçok kişi için tek bir işverene bağımlılığa hayır demenin yolu olduğuna işaret etmektedir. Yeni istihdam biçimlerinin, işverenlere önemli ölçüde esneklik ve çalışanlar için özerklik sağladığını ifade etmektedir. Emek ve kariyerlerin bireyselleştirilmesi, çalışanların kendi biyografilerini inşa etme ihtiyacının artmasının kaçınılmaz bir sonucu olarak görülmektedir.

Özellikle medyada işgücü piyasasında genel olarak kendi hesabına çalışmanın büyümesi bireysel ödeme sistemlerinin ve ticari sözleşmelerin yayılmasını körüklemektedir. Burada bireysel işçiler parça başı görev için işlerini yerine getirmektedir. Medya endüstrilerindeki bireyselleştirilmiş sözleşmeler, bazı gazetecilerin belirli konuları ve koşulları müzakere etmelerine izin verirken, bu uygulama sonuçta işçilerin çoğunluğu için daha fazla güvensizlik, kötü çalışma koşulları ve daha düşük ücret ödenmesiyle sonuçlanmakta ve gazetecilik emeğinin esnekleştirilmesini teşvik etmektedir. Sözleşmenin bireyselleştirilmesi ve sözleşmelerin esnek doğası, çalışanların farklı ücret koşulları dahil olmak üzere birbirinden çok farklı çalışma koşulları yaşamalarına da yol açmaktadır (Gall, 2000:94; Gall, 1998:152).

BÖLÜM 2: İŞGÜCÜ PİYASASINDA ESNEKLEŞME, GÜVENCESİZ İSTİHDAM ve FREELANCE ÇALIŞMANIN ANALİZİ

2.1 İşgücü Piyasasında Esnekleşme ve Esnek Çalışma Biçimleri

Bu bölümde esnek çalışma kavramı açıklanarak işgücü piyasalarındaki esnekleşme uygulamaları esnek çalışma biçimleri ekseninde ele alınmaktadır. Ardından güvencesiz istihdam kavramı açıklanarak güvencesiz çalışma ve esnek çalışma arasındaki ilişki incelenmektedir. Son olarak freelance çalışmanın analizi yapılarak kendi hesabına çalışmanın artışıdaki itici ve çekici unsurlar açıklanmaktadır.

2.1.1 Esnek Çalışma Kavramı

1930’lu yıllarda John Maynard Keynes, gelecekle ilgili bir öngöründe bulunmuş ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte, yüzyıl sonunda çalışma saatlerinin haftada 15 saat çalışmaya olanak sağlayacağını iddia etmiştir(Dallı, 2013). Bugün Keynes’in öngörüsünün gerçek olduğuna ilişkin gelişmeler yaşanmaktadır. Endüstriyel kapitalist ekonomilerdeki istihdamın değişen doğası üzerine yapılan güncel tartışmalarda, kısmi zamanlı, geçici ya da diğer sözleşmeli çalışanlar, son dönemde daha fazla göze çarpmaktadır (Pintaldi, 2008:1). Özellikle son on yıl boyunca esnek çalışma düzenlemeleri , atipik, yeni veya standart dışı istihdam biçimleri (Kalleberg, 2000:341) adı altında, iş ve istihdam ilişkilerinin geleceği konusundaki tartışmalarda merkezi bir rol üstlenmektedir. Literatürde farklı biçimlerde incelenen standart dışı istihdam biçimleri, genel olarak esnek çalışma şeklinde ele alınmaktadır (Pintaldi, 2008:1).

Esneklik kavramı, istihdam politikaları, endüstriyel dönüşüm ve rekabet gibi konularda önemli akademik tartışmaların odağında yer almaktadır. Genel olarak esneklik, düşük maliyet ve daha az çaba ile kısa süre içinde değişime adapte olabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Değişime kısa süre içinde uyum sağlayabilme kabiliyeti özellikle küresel ekonomide işletmelerin rekabet güçlerini koruyabilmelerini sağlamaktadır. Çünkü esneklik, üretim ve istihdama yönelik her türlü katı kuralın ve engelin yumuşatılmasıdır (Özdemir ve Parlak, 2011:59).

Esneklik kavramı akademik tartışmaların merkezinde olmasına rağmen net bir tanımlaması yapılamayan oldukça tartışmalı bir kavramdır. Esneklik kavramına ilişkin ortak bir yaklaşım olmadığı gibi, esnek çalışma uygulamalarının farklı ülkelerde, çeşitli yazarlar tarafından farklı kavramlar adı altında kullanıldığı görülmektedir. Bu kavramların çoğu birbiriyle örtüşmekle birlikte zamanla yeni anlamlar kazanarak değişime de uğramaktadır. Esneklik kavramı literatürde: standart dışı istihdam ilişkileri (Green, Krahn ve Sung, 1993; Kalleberg vd., 1997; Kalleberg, 2000); geleneksel olmayan istihdam ilişkileri (Ferber ve Waldfogel 1998), esnek personel uygulamaları (Houseman ve Polivka, 1999), atipik istihdam (Hevenstone, 2008; De Grip, Hoevenberg, 1997), güvencesiz istihdam (Rodgers, 1989; Tucker, 2012), tek kullanımlık iş (Disposable work) (Magdoff ve Magdoff, 2004), yeni istihdam biçimleri (Eurofound, 2015) ve Durumsal Çalışma (Contingent Work) (Katz ve Krueger, 2016) gibi farklı biçimlerde ele alınmaktadır. Bu etiketler, genel olarak işin tam zamanlı yapıldığı, süresiz devam edeceği ve işin işverenin işyerinde, işverenin talimatnamesi uyarınca gerçekleştirilmesini gerekli kılan standart iş düzenlemelerinden ayrılan istihdam ilişkilerini tanımlamaktadır (Kalleberg, 2000:342; Özdemir ve Parlak, 2011:59). Dolayısıyla esnek çalışma meselesi sadece bir ülkeye özgü bir konu değildir. Genel olarak ülkelerin işgücü piyasalarında bu yönde bir devinim söz konusudur. ABD bu meseleyi standart dışı istihdam kavramı altında ele alırken, Avrupa Birliği, işgücü piyasasındaki yasal farklılıklar ve sahip olduğu aşırı formaliteler dolayısıyla atipik istihdam terimi altında incelemektedir. Bu yüzden AB'deki standart dışı istihdam seviyesi ve çeşitleri, ABD'ye kıyasla farklılıklar göstermektedir. Örneğin bir çok AB ülkesi çalışanlarına iş güvencesi sağlarken, ABD'de toplu iş sözleşmesi kapsamı dışındaki standart çalışanlar dahi bir çok korumadan mahrum kalmaktadır (Carré, 2000:4-5). ABD'de kullanılan standart dışı istihdam, daha çok işverenin konumunu ifade ederken, bu tip çalışanların gönüllü olmaktan ziyade zorunlu olarak bu tarz çalışmaya yöneldiklerini ima etmektedir (Stone, 2004:8).

Geçmiş yıllarda da tam zamanlı çalışma formuna uymayan iş düzenlemeleri hep var olmuştur. Tarih, işin istikrarsız ve geçici olduğu, çevresel işgücünün kullanıldığı esnek emek piyasalarından örneklerle doludur (Kalleberg, 2000:342).

Fakat son yirmi yılda standart dışı istihdam hakkındaki genel literatür, standart dışı işlerde çalışanların oranında bir artış olduğunu göstermektedir (Tucker, 2012:12).

Hatta önemli sayıda OECD ülkesinde geçici süreli istihdamın 'sınırlı süreli bağımlı istihdam' olarak tanımlandığı görülmektedir (OECD, 2002:170) . Bu sınıflandırma, işçilere uzun süreli istihdam ilişkisi ihtimali olan ve olmayanları ayırmak için yapılmaktadır. Buna göre, geçici veya sürekli bir işin kalitesi, işin gerçek süresi ile tanımlanmasından çok, iş sözleşmesinin açık veya kapalı olma özelliğinden anlaşılmaktadır.

1970'li yıllarda belirsiz süreli, tam zamanlı istihdamdan uzaklaşarak standart dışı çalışma olarak adlandırılan kısmi süreli çalışma, çağrı üzerine çalışma, iş paylaşımı, geçici iş ilişkisi, yoğunlaştırılmış iş haftası, telafi edici çalışma, kayan iş süresi, evde çalışma, tele-çalışma gibi esnek çalışma biçimleri yaygınlaşmaya başlamıştır (Özdemir ve Parlak, 2010:2). Esnek çalışma, birçok biçime sahip olmakla birlikte, kuruluşlar açısından ilgi çeken en önemli özelliği, sözleşme esnekliğine sahip olmasıdır. Bu, iş gücünün belirli bir oranının kullanılmasına temel teşkil eden belirli süreli veya geçici sözleşme düzenlemelerinin kullanılması anlamına gelmektedir (Guest, 2004:1). Esnek çalışma biçimleri, özellikle yarı zamanlı ve geçicilik üzerine kuruludur.

Atkinson (1985:10-13), teknolojik ve piyasa talebi değişikliklerine hızla cevap verebilen organizasyonu tanımlamak için, ilk olarak, "esnek firma" terimini kullanmıştır. Firmalar, bu adaptasyonu farklı yollarla sağlayabilmektedir: işlevsel esneklik (çeşitli görevleri yapabilen işçilerin kullanılması); sayısal esneklik (kısmi zamanlı, geçici, taşeronluk veya diğer standart dışı çalışma biçimleriyle işgücü miktarını hızla değiştirebilme); ücret esnekliği (alternatif ücret oranlarını kullanarak ve geleneksel toplu sözleşmelerden kaçınarak işgücü maliyetlerini azaltma). Bu bağlamda standart dışı işin büyümesi, senaryodaki esnek firmaların büyümesinden ve sayısal esnekliğe verdiği önemden kaynaklanmaktadır. Zaten bu yöndeki artan eğilimi eleştirenler, tam zamanlı ve daimi çalışanlara karşıt olarak tanımlanan standart dışı işçilere artan bağımlılığın, hem sayısal hem de ücret esnekliği sağlayabileceğini kabul etmektedir.

İlk olarak 1967 yılında Almanya'da Messerschmitt Bolkow Blohm şirketinde ortaya çıkan esneklik uygulamalarının amacı işyerinin ulaşım açısından zor olması dolayısıyla işyerine geç kalan işçilerin bu sorununu ortadan kaldırmak olmuştur. Geliştirdikleri kayan zaman teorisi ile işçilerin işe geliş ve gidiş saatlerinde esneklik sağlanmıştır.

Bu teori, zaman içerisinde yaygınlaşarak bütün Avrupa ülkelerinde uygulanmıştır (Limoncuoğlu, 2010:71).

Esnek çalışma biçimleri, farklı iş düzenlemelerine sahip olmalarına karşın hepsinde ortak nokta, standart istihdam kapsamında olmamalarıdır. Aslında standart istihdamın yasal bir tanımı yoktur. “Standart” sözcüğü çalışma hayatını düzenleyen herhangi bir metinde görülmemektedir. Standart istihdam düşüncesi ve daha özel olarak standart istihdam ilişkisi düşüncesi , Birleşik Krallık'ta ve diğer Avrupa ülkelerinde istihdam ve kendi hesabına çalışma arasındaki yasal ayrımı ortaya koymaya yönelik on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren ortaya çıkmaya başlamıştır (ILO, 2016c:10;OECD, 2015). “Standart” kelimesi, işin bir bireyin "temel ihtiyaçlarını" karşılamaya yeterli olması, ailesinin bakımı için istikrarlı bir gelir elde etmesi ve iş görme kabiliyetini engelleyebilecek öngörülemez olaylara karşı güvenlik sağlaması gerektiğine ilişkin bir anlam içermektedir. Aynı zamanda emeklilik halinde de bireye güvenlik sunmaktır. Sonuç olarak, standart istihdam ilişkisi, sosyal sigorta sistemlerinin kapsamı içinde yer alan, tam zamanlı, belirsiz ve bağımlı bir iş ilişkisi varsayımı üzerine kurulmuştur (ILO, 2016c:11).

Dolayısıyla standart istihdam ilişkisi, ekonomik gerekliliklere yanıt olarak otomatik olarak gerçekleşmemiştir. Aynı zamanda, işçiler veya işverenlerin taleplerine doğrudan hukuki bir tepki olarak da ortaya çıkmamıştır. Daha ziyade, iş yasası, ekonomik değişimlerle birlikte ortaya çıkıp evrimleşmiştir. Sanayileşmeye dönük uzun dönemli hareket, sadece yasanın içeriğinde esaslı değişikliklerle değil, aynı zamanda hukukun doğasındaki tedrici bir değişimle birlikte "hukukun rasyonel yapısı ve idaresi" türündeki bir harekete eşlik etmiştir(Deakin ve Wilkinson, 2005:26).

Standart çalışma biçimi, 20. yüzyılın bir çok sanayileşen ülkesinde bir norm olarak görülmüş ve iş hukuku, toplu pazarlık ve sosyal güvenlik sistemleri çerçevesinde temellendirilmiştir (Kalleberg, 2000:342). Fransa'da, standart ya da normal istihdam ilişkisi, 1979'da belirli süreli sözleşmelerin fiili olarak düzenlenmesinden beri İş Kanununda (Code du travail) belirtilen bir norm olan CDI sözleşmesi (Contrat à durée indéterminée) altında düzenlenmektedir. Ancak, gerçekte 1920'lerin başlarında bir dizi yasal hükümler yoluyla aşamalı olarak düzenlenmiştir.

İspanya'da standart istihdam ilişkisi, genellikle varlığını ortaya koyacak özel koşullara

atıfta bulunma ihtiyacı hissedilmeyen, sürekli istihdama karşılık olarak kurulmaktadır ve empleo fijo olarak adlandırılmaktadır. İtalya'da, istihdam ilişkisi (lavoro tipico), İspanya'da ve Fransa'da olduğu gibi tipik ve standart olarak kabul edilmektedir ve işten çıkarmaya karşı hukuksal ve sosyal korumanın olduğu belirsiz süreli tam zamanlı sözleşme ile kurulmaktadır. Normun dışında kalan temel istihdam biçimleri ise standart dışı kabul edilmektedir (Frade, Darmon ve Laparra, 2004:37).

Akademik yazında, esnek çalışmaya ilişkin iki farklı yaklaşımın olduğu görülmektedir. Bazı yazarlar, esnek çalışma uygulamalarını “kuralsızlaştırma” olarak görmektedir. Bu yaklaşıma göre esnek çalışma, çalışanlara kısa ve güvensiz iş sunarak işçileri kazanılmış haklarından yoksun bırakmayı amaçlamaktadır. Özellikle sendikaların zayıflaması ve iş yasalarının esnekleştirilmesiyle ücretler düşürülmekte ve güvencesiz çalışma yaygınlaştırılmaktadır. Diğer yandan bazı yazarlar esneklik uygulamaları ile katı kuralların yumuşatılarak ekonomik ve teknolojik gelişmelere uyumun arttırılabileceğini iddia etmektedir. Özellikle işsizlikle mücadelede esneklik bir panzehir olarak kabul edilmekte ve istihdam artışı sağlamanın tek yolunun esnek çalışma olduğu savunulmaktadır (Özdemir ve Parlak, 2011:5-6).

2015 yılı Şubat ayında, Uluslararası Çalışma Örgütü, “*Standart Dışı İstihdam Biçimlerinden İnsana Yakışır İş'e Geçiş*” konusu üzerine görüşmek için İşveren Grubu, Hükümet ve İşçi Temsilcilerinden oluşan uzmanların bir araya geldiği bir üçlü toplantı düzenlemiştir. Uzmanlar, istişarede bulunarak, standart dışı istihdam biçimleriyle ilişkili “insana yakışır iş” açıklarını gidermek için politika geliştirmeye çalışmışlardır. Özellikle, toplantıda hükümetlerin ve sosyal tarafların, yetersiz çalışma koşullarını ele almak, etkin işgücü piyasası geçişlerini desteklemek, eşitlik ve ayrımcılık yapılmamasını desteklemek, herkes için yeterli sosyal güvenlik kapsamı sağlamak, güvenli ve sağlıklı işyerlerini teşvik etmek, özgürlük sağlamak gibi konularda önlemler almak için birlikte çalışması istenmiştir (ILO, 2015a).³

Raporda esnek çalışma biçimlerinin çalışma hayatındaki temel ilke ve haklar üzerine olumlu ve olumsuz etkilerini belirlemeye ve standart dışı çalışma düzenlemelerine ilişkin en iyi uygulamaları tanımlamaya ve paylaşmaya ilişkin görüşler yer almaktadır.

³ Detay için bakılabilir: “Conclusions of the Meeting of Experts on Non-Standard Forms of Employment”, GB.323/ POL/3, available at: http://www.ilo.org/gb/GBSessions/GB323/pol/WCMS_354090/lang--en/index.htm.

Toplantı Genel Sekreteri, Çalışma ve Eşitlik Bölümü Direktörü Manuela Tomei, standart dışı istihdam biçimlerinin ve bunları kapsadığı istihdam durumlarının çoğunun emek piyasalarında önemli özellikler haline geldiğini ifade etmektedir (ILO, 2015a:7).

Aslında standart dışı istihdam literatürünün çoğunluğu problemin kaynağını 'iyi iş' ve "kötü iş" senaryosuna götürmektedir (Gash, 2008). 1960'ların sonu ve 1970'lerin başında ekonomistler emek piyasasında “kötü işler” meselesine dikkat çekmiş ve kötü işlerde marjinalleşen çalışanların sorunları üzerine çalışmalar yapmışlardır. Emek piyasası iki segmente ayrılmıştır: iyi işlerin yer aldığı birincil piyasa ve kötü işlerin olduğu ikincil piyasa. Çalışmalarda kötü işlerin yer aldığı standart dışı çalışma biçimlerinin iyi işlerin yer aldığı tam zamanlı işlerden daha hızlı büyüdüğü vurgulanmıştır. Fakat üzerinde durulması gereken esas mesele standart dışı istihdam biçimlerinden ziyade standart dışı işlerin kalitesidir. Nitekim, problemi üreten unsur kötü işlerin artıyor olmasıdır. Çünkü bazı standart dışı çalışma biçimleri, hem işverene hem de çalışanlara birtakım faydalar sunmaktadır. Esneklik, işverene durgunluk zamanlarında emek maliyetlerini kısma imkanı sağlarken, bazı çalışanlara da kendi çalışma programlarını düzenleme ve kontrol etme fırsatı vererek diğer aktiviteleri için daha fazla zamana sahip olmalarını sağlamaktadır (Kalleberg, Reskin ve Hudson, 2000:256-257). Dolayısıyla esnek çalışma biçimleri, homojenlik göstermemektedir ve aralarında önemli nitel farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin geçici çalışanlar ile kendi hesabına çalışanlar arasında mesleki ve gelir açısından önemli farklılıklar vardır. Hatta kendi hesabına çalışma kategorisi içindeki farklı çalışma biçimleri arasında dahi önemli farklılıklar bulunmaktadır (Fudge vd., 2002:7 ; Cranford vd., 2003:459). Kendi hesabına çalışma içinde "sahte kendi hesabına çalışanlar" ın payı olduğu konusunda ortak bir veri kaynağı bulunmamaktadır; lakin azımsanmayacak ölçüde olduğu tahmin edilmektedir. Öyle ki benzer durum kısmi zamanlı çalışma kategorisi içinde de bulunmaktadır. Kısmi zamanlı çalışma gönüllü kısmi zamanlı çalışma ve zorunlu kısmi zamanlı çalışma olarak iki farklı şekilde ele alınmaktadır.

Özellikle, zorunlu kısmi süreli çalışma nın tespitine yönelik ulusal kurumsal düzenlemeler henüz tam anlamıyla oluşmuş değildir. Ancak bazı ülkelerde küçük çaplı düzenlemelerle karşılaşılmaktadır. Dolayısıyla kısmi zamanlı çalışma örneğin Almanya'daki marjinal istihdam (geringfügige Beschäftigung) gibi ayırt edilecek kadar kesin değildir (Duell, 2003:12).

1970’li yıllarla birlikte yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çalışma hayatı üzerinde etkisini göstermiş ve standart istihdam biçimlerinin yerini giderek esnek istihdam biçimleri ve çalışma modelleri almaya başlamıştır. Ülkemizde esnek çalışma biçimleri yasal dayanağına 4857 sayılı İş Kanunu⁴ ile kavuşmuştur. Buna paralel olarak 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununda da esnek çalışanların sosyal güvenliğini sağlamaya yönelik birtakım düzenlemeler yapılmıştır. Buna rağmen, esnek çalışanların sosyal güvenlik kapsamına girme oranlarının standart çalışanlara oranla oldukça düşük olduğu görülmektedir (Basri, 2014:139). Türk iş hukukunda esas geçerli olan hizmet sözleşmesi türü, belirsiz süreli hizmet sözleşmesidir. 4857 sayılı İş Kanunu’nun 11. maddesi hükmü uyarınca iş ilişkisinin bir süreye bağlı olarak yapılmadığı halde sözleşme belirsiz süreli sayılmaktadır. Fakat 2003 yılında yapılan düzenleme ile hizmet sözleşmelerinin belirli süreli yapılabilmesi de olanaklı hale gelmiştir. Benzer biçimde kısmi süreli çalışma, çağrı usulü çalışma, geçici iş ilişkisi, telafi çalışma, yoğunlaştırılmış iş haftası, tele çalışma ve taşeron usulü çalışma da yine aynı düzenleme ile yasal zemine kavuşmuştur (Taşoğlu ve Limoncuoğlu, 2010). Aynı zamanda 11.10.2016 tarih ve 29854 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan ve aynı tarihte yürürlüğe giren “Özel İstihdam Büroları Yönetmeliği” ile, özel istihdam bürolarının geçici iş ilişkisi kurmasına ilişkin usul ve esasları düzenlenmiş ve özel istihdam bürolarına ilişkin eski yönetmelik yürürlükten kaldırılmıştır. 6715 sayılı Kanun ile 4857 sayılı İş Kanunu’muzun 7. Maddesinde düzenlenmiş olan geçici iş ilişkisinin tanımı genişletilmiş ve özel istihdam bürolarına geçici iş ilişkisi kurma yetkisi tanınmıştır.

2.1.2 Esnek Çalışmanın Gelişimi

Küresel işsizlik ve 1930’ların beraberinde getirdiği toplumsal ve politik kriz, ikinci dünya savaşı sonrasında 'Keynezyen Yaklaşım' için bir ilham kaynağı olmuştur.

Kitlesel işsizlik, kapitalist gelişmenin politik olarak tehlikeli ve etik olarak kabul edilemez bir ürün olarak kabul edilmektedir. Keynes’in hükümetlere, sermayenin biriktirilme kapasitesinden ödün vermeden, tam istihdamın mümkün olacağına ilişkin görüşleri, hem hükümetlere hem de işverenlere oldukça cazip gelmiştir (Overbeek, 2003:14).

⁴ 10/06/2003 tarih ve 25134 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır

Altın çağ olarak ifade edilen 1945-1975 arası dönemde işgücü piyasasında, çalışanlara sürekli, belirsiz süreli sözleşmelerin, yüksek ücretlerin, sosyal korumanın ve sendikal temsilin hakim olduğu standart istihdam ilişkisi, çalışanlara geniş güvenceler sunulmuştur. Kuşkusuz söz konusu güvencelerin varlığı o dönemde yaşanan istikrarlı ekonomik büyüme ile doğru orantılıdır (Temiz, 2003:56). Ancak Kapitalizmin 1970'lerde içine girmiş olduğu bunalımın ve tıkanmanın sonuçları ekonomik, siyasal ve toplumsal alanda bir dönüşümü kaçınılmaz kılmıştır. Esnek istihdamın artmasında bu değişimlerin işgücü piyasalarına etkisindeki rolü oldukça fazladır. İkinci dünya savaşından sonra başlayan Altın Çağ dönemi, 1970'lerden itibaren değişen dinamikler nedeniyle sona ermiştir. Ekonomide ortaya çıkan stagflasyon ve Keynesyen ekonomi politikalarının süreci aşmada yetersiz kalması dolayısıyla Refah Devleti tartışılmaya başlanmıştır. Liberal eğilimlerin artmasıyla birlikte, refah devleti anlayışının yeniden şekillenmesi süreci hız kazanmıştır. Kapitalizmin yeni bir yapılanma içine girdiği 1970'lerde, neo-liberal iktisat anlayışı yükselişe geçerken, bu yeni dönemin temel politikası piyasa ekonomisinin güçlendirilmesi olmuştur. Bu dönemde karşımıza çıkan bir başka olgu ise 1970'lerdeki krizin, kapitalist üretim süreci içinde 1960'ların sonuna gelindiğinde Fordist kitlesel üretim sisteminin tıkanması ile birlikte kendini göstermesi, bunu aşmak üzere post-Fordist esnek üretim rejiminin ortaya çıkmasıdır. Bu dönemde dünya pazarına üretim yapan firmalar, üretim kapasitelerinde kısıtlamaya giderek istihdamda düşüşe yol açmışlardır. İstihdamda düşüşler gözlemlenirken, diğer yandan da büyük yatırımlara gidilerek son teknolojiler üretim süreçlerine adapte edilmiştir. Böylece dalgalanan ve sürekli değişen talebe karşı esneklik kazanılmaya çalışılmıştır. Kapitalizm kendini yeniden üretirken, üretim biçimi de yeni ekonomi anlayışının bir olmazsa olmazı olarak kaçınılmaz biçimde değişmiştir. Bütün dinamikler ülkelerin, örgütlerin ve çalışanların istihdamda daha fazla esneklik arayışına neden olan koşulları yaratmıştır.

Çünkü küresel ekonomik değişimler, firmalar arasında rekabet ve belirsizliği artırırken işverenleri tüketicilerin taleplerine anında cevap vermeye ve dolayısıyla daha esnek olmaya yönelik baskı uygulamaktadır.

Ekonomik büyümenin yavaşlaması ile birlikte özellikle Avrupa'da ekonomiler, tüm işçiler için tam zamanlı istihdam imkanı yaratamamış ve işsizlik oranı giderek artmıştır (Eser, Memişoğlu ve Özdamar, 2011:207; Ansal, 1999:7; Kalleberg, 2000:342; Atkinson, 1985:8). Dolayısıyla esnek çalışmanın yaygınlaşmasının en önemli sebeplerinden biri ekonomik durgunluk ve işsizliktir. Yapısal işsizlik, dünya ekonomisindeki yeniden yapılanma süreçlerine ve küresel bir işgücü piyasasının ortaya çıkmasına bağlıdır. Özellikle küreselleşme, küresel ekonomide yoğunlaşmış metalaşmanın bir aşaması olarak görülmekte ve bu da işgücü piyasalarının küreselleşmesinde kendini göstermektedir. Bu yapısal dönüşüm, küresel neo-liberalizmin ortaya çıkışı ile paralellik kazanmaktadır (Overbeek, 2003:1).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (1996) de, 1970'lerdeki yaygın işsizliğin geri dönüşünü, genellikle dünya ekonomisinde yeniden yapılandırma süreçlerine atfetmektedir. Son yılların teknolojik devrimi istihdamsız büyümeyi bir norm haline getirmiştir. Rekabet edebilirlik zorunluluğu, çok sayıda çalışanın işten çıkarılmasına yol açmıştır. Küresel politik ekonominin gelişmesinde, işgücü piyasası esnekliği, devletlerin ekonomi politikalarının nihai hedefi olan rekabet edebilirliğin başlıca belirleyicilerinden biri olarak vurgulanmaktadır. Devletler bir rekabet edebilirlik yarışına girmiş ve uluslararası örgütler, işgücü piyasası reformlarını kapitalist yeniden yapılandırmanın gerekliliklerinden biri olarak ilan etmişlerdir.

Böylelikle Post Fordist veya Neo-Fordist üretim olarak adlandırılan esnek üretim, bu sorunlara çözüm olmak için ortaya çıkmıştır. Aslında 1930'larda Gramsci tarafından Fordizm, Amerikan tarzı yeni bir endüstriyel yaşam biçimi olarak tanımlanmıştır. Fakat zamanla asıl şeklini alarak yöntemleri, felsefesi tüm dünyada çalışma hayatına yön vermeye başlamıştır. Post-Fordizm ise 1980'li yıllarda fordizm'e bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla Fordizm sonrası çalışma hayatındaki temel itici güç ve pazar ekonomisinin 1970'lerle birlikte dünya çapında içine düştüğü iddia edilen krizden çıkma aracı "esneklik" olmuştur. Böylelikle kitlesel üretim hızlı bir şekilde yerine esnek üretime bırakmıştır. Esnek üretim, istihdam ilişkilerinde zorunlu bir değişime de yol açmıştır. İşin ve iş organizasyonunun yeniden yapılandırılması, hizmet endüstrisinin yükselişi aynı zamanda işgücü piyasalarının yapısını da değiştirerek atipik istihdamın da yayılmasına neden olmuştur. Esnek çalışmanın temelini, çekirdek işçi olarak nitelendirilen vasıflı işçilerin, üretimin beceri isteyen bölümlerinde daimi olarak yer alması ve vasıfsız işler yapan ve hiçbir sosyal güvenliği olmayan "çevre" işçilerin kolayca

işe alınıp atılmaları oluşturmaktadır. Dolayısıyla esneklik ayrılmış veya bölünmüş bir işgücü piyasasının oluşmasına neden olmuştur (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2013:11; Ansal, 1996:7,13; Munck, 2003:118-120). Standart dışı işlerin benimsenmesi, örgütlerin üretimlerini uzmanlaştırmalarını, geçici işçilerini projeler için hızlı bir şekilde bir araya getirmelerini ve dışarıdaki tedarikçilere daha fazla güvenmelerini kolaylaştıran iletişim ve bilgi sistemlerindeki teknolojik gelişmelerle kolaylaşmıştır. Aynı zamanda tam zamanlı çalışanların korunması için tasarlanmış iş kanunları, işverenleri bu kanunların kendilerine yüklediği görev ve sorumluluklardan kaçınmayı teşvik ederek standart dışı çalışmadaki büyümeyi tetiklemiştir (Lee, 1996:548).

Özellikle 1980'li ve 1990'lı yıllarda neoliberalizmin egemen iktisadi anlayış olarak yayılmasıyla birlikte, üretim ilişkilerinin esnek çalışma metodlarına uygun hale getirilmesi hızlandırılmıştır. Şüphesiz neoliberalizm, öncelikle geleceğin ideolojik ve teorik bir açıklamasıdır. Kapitalist ekonomik ve sosyal sistem, normları ve alışkanlıkları şekillendirmek ve onları piyasa koşullarına duyarlı hale getirmek için maddi güçlere ve kuruluşlara gereksinim duymaktadır. Yeni liberalizm savaş sonrası dönemin ulusal yönelimli Keynesyen projelerine karşı gerçekleştirilen uluslararası bir proje olarak görülmektedir. Küresel düzeyde, özellikle ABD'de ve Birleşik Krallıkta muhafazakâr partinin zaferinden kısa süre sonra sermayeye yönelik gerçekleştirilen kontroller kaldırılarak ticaret ve sınırsız sermaye hareketliliği teşvik edilerek tasarlanan proje uygulanmaya başlanmıştır (Hermann, 2007:62).

Kalecki, ünlü 1943 sayılı makalesinde tam istihdamın sürdürülmesinin teknik olarak mümkün olduğu halde, politik ve ideolojik açıdan bu durumun çok da tercih edilmediğini yazmıştır. Çünkü titiz bir tam istihdam politikası, işgücü üzerindeki işten atılma baskısını azaltarak işgücü piyasasındaki disiplini zayıflatmaktadır. İşsizlik, daha doğrusu işsizlik tehdidi, ücretleri düşürmek ve işçi radikalizmini hafifletmek açısından son derece önemlidir.

İşgücü piyasasının yeniden yapılanması alanında kurumsal liberalizme yönelik neo-liberal saldırı tam da bu noktada ortaya çıkmıştır. Örneğin, Thatcher hükümeti sendikal hareket ile karşı karşıya gelerek işsizliğin keskin bir şekilde artmasına izin vermiştir (Overbeek, 2003:14).

Özetle neoliberal deregölasyon çabalarının başlıca odak noktalarından biri işgücü piyasaları olmuştur. İşgücü piyasalarının varsayılan katılığı, enflasyonist baskıların ve artan işsizliğin nedeni olarak görölmüştür. Dolayısıyla, neo-liberal projenin ortaya çıkışı, emek piyasasındaki katılık varsayımının temel sebebi olarak görölen örgütlü emeğe açık saldırı içermektedir (Hermann, 2007:63).

Gerçekten de esnek çalışma biçimleri dünyadaki emek piyasalarının çağdaş bir özelliği haline gelmektedir. Esnek çalışmanın büyümesi, birden fazla faktörün sonucudur. Aslında bu büyüme dünyadaki değişimleri yansıtmaktadır. Küreselleşme nedeniyle işletmelerin, dünya çapında, küresel tedarik zincirleri vasıtasıyla birbirine bağı hale gelmesi ve bu bağılılığı kolaylaştıran teknolojik ilerlemeler, üretimin gelişmekte olan ülkelere kaydırılması ve hizmet endüstrisinin gelişmesi; kadınların dünya işgücü piyasasındaki artan rolü , çalışanların kişisel hayatlarının organizasyonunda daha fazla esneklik beklentileri gibi sosyal değişimler, standart dışı çalışma biçimlerinin yaygınlaşmasında önemli faktörlerdir. Aynı zamanda, hükümetler ve yasalar, standart dışı istihdam biçimlerinin işletmeler tarafından kullanılmasını teşvik etmekte ya da bu duruma göz yummaktadır. Yasalarda standart dışı iş düzenlemelerinin geliştirilmesi için boşluklar veya gri alanlar bulunmaktadır. Bu boşluklardan bazıları, toplu pazarlıkların gerilemesinden kaynaklanmaktadır (ILO, 2016c: 2) Birçok üçüncü dünya ülkelerinin yaşadığı ekonomik ve politik kriz ve ortaya çıkan toplumsal ve etnik çatışmaların yoğunlaşması, uluslararası mülteci hareketlerinin artmasına ve göçmen işçilerin dışa gitmesine yol açmıştır (Overbeek, 2003:9). Bu durum işgücü piyasasında emek arzı fazlalığı yaratarak işsizliği daha da tetiklemektedir.

Dolayısıyla esnek istihdamın büyümesine katkıda bulunan faktörler, arz yönlü, talep yönlü ve kurumsal faktörler olarak kategorize edilebilir. Bu kategoriler kavramsal olarak birbirinden farklı olsa da, açıklamalar, pratikte genellikle üçünün bir kombinasyonundan oluşmaktadır. İşgücü talep faktörleri, teknolojik ve yapısal değişimlerle; arz yönlü faktörler ise değişen sosyal şartlarla ve aile yapıları gibi tutum ve demografik değişiklikler ile ilişkilidir. Kurumsal faktörler istihdam mevzuatındaki ve diğer düzenleyici düzenlemelerdeki değişiklikleri içermektedir (Tucker, 2012:8).

2.1.3 Esnek Çalışma Türleri

Ülkelerde kitlesel işsizliğe yol açan mevcut krizlere rağmen, çoğu AB üyesi ülkenin özellikle iki nedenden dolayı işgücü sıkıntısı yaşadığı varsayılmaktadır: Bunlar ilk olarak yaşanan toplumla ilgili niceliksel sorunlar, ikincisi ise teknolojik gelişim ve küresel rekabet dolayısıyla yaşanan hızlı değişim ile ilişkili niteliksel sorunlar olarak sayılabilir. Göç, bu boşluğu bir dereceye kadar doldurabilirken, yerli nüfusun iş gücüne katılımını arttırmak genelde daha sürdürülebilir bir çözümü gerekli kılmaktadır. Bu çerçevede, yarı zamanlı çalışma, belirli süreli sözleşmeler, geçici ve ajans çalışması ve kendi hesabına çalışma gibi esnek çalışma biçimleri geleneksel olarak tanımlanmış standart istihdam ilişkisini erozyona uğratarak, iş gücü piyasasındaki arz talep sorununun çözümü olarak görülmüştür. Birçoğu, bu gelişmeyi esnek emek piyasaları için bir nimet olarak karşılasa da, bazıları aşırı derecede kaygılı yaklaşmıştır (Schmid, 2010:3).

1980 lerden itibaren OECD ülkelerinin çoğunda işgücü piyasalarında meydana gelen büyük yapısal değişimler dolayısıyla koruyucu yasaların kapsamı giderek daralmaktadır. Hizmetler endüstrisinin büyümesinin, bilgi işlerinin artmasının ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşmasının işgücü piyasasında arz ve talep üzerinde önemli etkileri olmuştur. Özellikle son yıllarda OECD ülkelerinin çoğunda standart istihdamda bir azalma meydana gelirken, esnek çalışmada bir artış olduğu görülmektedir (OECD, 2015:136).

Genel olarak esnek çalışma biçimleri farklı biçimlerde kategorize edilmektedir. Bunlar aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (ILO, 2016c; ILO, 2015a):

- (1) Geçici İstihdam: Proje ya da görev bazlı sözleşmeleri kapsayan belirli süreli sözleşmeler; mevsimlik çalışma ve gündelik çalışmadır.
- (2) Kısmi Zamanlı Çalışma ve Çağrı Üzerine Çalışma: Çalışma saatleri normal çalışma saatlerinden daha az olan çalışma; marjinal kısmi zamanlı çalışma; sıfır süreli sözleşmeleri kapsayan çağrı üzerine çalışmadır.
- (3) Çok Taraflı İstihdam İlişkisi: İstihdam büroları ve taşeronluk sistemi ile kurulan çalışmadır.

(4) Bağımlı Kendi Hesabına Çalışma: Gizli istihdam, bağımlı kendi hesabına çalışma, sahte veya yanlış sınıflandırılmış kendi hesabına çalışmadır.

OECD ise, standart dışı istihdamı başlıca 3 kategoriye ayırmaktadır (OECD, 2015:138):

(1) Kendi adına çalışan kendi hesabına çalışanlar,

(2) Geçici çalışanlar,

(3) Sürekli veya geçici sözleşmeli kısmi zamanlı çalışanlar.

OECD (2015:139), standart dışı çalışmayı, kendi hesabına çalışma, geçici çalışma ve kısmi zamanlı çalışma olarak başlıca 3 biçimde gruplarken, ülkeler arasında farklılıklar olduğunu vurgulamaktadır. Örneğin kendi hesabına çalışma, Yunanistan Türkiye ve Çek Cumhuriyeti'nde oldukça yaygınken, kısmi zamanlı çalışma Belçika, Hollanda, Lüksemburg ve İsviçre'de toplam standart dışı istihdamın %60'dan fazlasını oluşturmaktadır. Avustralya'da ise gündelik işçileri de kapsayan geniş tanımlı geçici istihdam oldukça yaygındır. Aslında OECD ülkelerinde, genel olarak standart dışı istihdam zaten orta düzeyde artmaktaydı. Örneğin 1985-1995 yılları arasında standart dışı istihdamda %2 oranında bir artış olduğu görülürken, küresel krizin etkili olduğu 1995 yılından itibaren toplam istihdamın büyük bölümünü standart dışı işler oluşturmaya başlamıştır. Bu eğilim ülkeden ülkeye büyük değişiklikler göstermektedir. Avusturya, Almanya, Hollanda, Çek ve Slovak Cumhuriyetlerinde bu dönem gerçekleştirilen istihdamın büyük bir kısmı standart dışı işlerden oluşmuştur.

Standart dışı çalışma (geçici, kısmi zamanlı ve kendi hesabına çalışma), 2015 yılında OECD ülkelerinde toplam istihdamın üçte birini temsil etmektedir. Doğu Avrupa ülkelerinde %20 dolaylarında seyrederken, Hollanda ve İsviçre'de bu oranın %46'dan daha fazla olduğu görülmektedir. Kadınlar özellikle kısmi zamanlı işlerde yer alırken, gençler özellikle geçici işlerde çalışmaktadır. Standart dışı çalışanların çoğunluğunun eğitim düzeyi düşük olmakla birlikte; bu kişiler daha ziyade küçük ölçekli firmalarda çalışmaktadır. Toplam standart dışı istihdamın yarısı küresel krizin etkisiyle 1990'larda oluşmuştur (OECD, 2015:137).

Standart dışı çalışma biçimlerine yönelik ülkeler arası standart bir uygulama yoktur Bazı ülkelerde geçici veya belirli süreli sözleşmelerin kapsamı hiç düzenlenmemişken, bazı ülkelerde belirli süreli sözleşmelere bazı sınırlar getirerek uygulanmaktadır.

Bazı ülkelerde, "üç taraflı" istihdam düzenlemeleri neredeyse sıradan bir sebepten dolayı dahi kullanılabilirken, bazılarında da çeşitli ciddi sınırlamalar mevcuttur (ILO, 2015a:13).

2.1.3.1 4857 Sayılı İş Kanununda Esnek Çalışma Türleri

Türkiye’de yaygın olarak uygulanan esnek çalışma biçimlerinin yasal çerçevesinin oluşturulması, işgücü piyasasının ve özellikle endüstri ilişkilerinin düzenlenmesine önemli katkı sağlamıştır. Bu bölümde, 2003 yılında 4857 Sayılı İş Kanunu kapsamına dahil olan esnek çalışma biçimleri açıklanmaktadır.

- Kısmi Süreli (Part-time) Çalışma

Son birkaç on yılda, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere tüm dünyada, kısmi süreli çalışmada hızlı bir artış söz konusudur. Bu eğilim, kadınların işgücüne katılım oranındaki artıştan kaynaklanmakla birlikte, sanayi içinde değişen iş organizasyonlarına ve hizmet endüstrisinin büyümesine tepki olarak işgücü piyasasının esnekliğini artırmaya yönelik olan politikalardan kaynaklanmaktadır. Kısmi süreli çalışma , kısa çalışma saatlerini ve özel yaşamına daha fazla zaman ayırmayı tercih eden çalışanlara iş yaşam dengesini kurması yönünde önemli bir avantaj sunmakta ve çalışma çağındaki kişilere daha fazla işgücüne katılım imkanı sağladığı düşünülmektedir.

Aynı zamanda hükümetler, kısmi süreli çalışmayı, ülkelerindeki yüksek işsizlik oranlarını azaltmak için bir araç olarak kullanmaktadır (Boulin vd., 2006:26). Fakat, ILO tarafından yapılan araştırmalar neticesinde ortaya konulan 12. İşgücü Piyasası Temel Göstergeleri (KILM), kısmi süreli çalışmanın, kişilerin kendi tercihi olmadığını ortaya koymaktadır. Buna göre, kısmi zamanlı olarak çalışan pek çok kişi, fırsat bulması halinde tam zamanlı çalışmayı tercih etmektedir. Esneklik, kısmi zamanlı çalışmanın bir avantajı olarak görülse de, tam zamanlı çalışan meslektaşlarıyla karşılaştırıldığında dezavantajlı yönleri de azımsanmayacak kadar çoktur. Çünkü kısmi zamanlı çalışanlar diğer çalışanlara göre daha düşük ücret almakta, yetersiz sosyal haklardan ve sınırlı kariyer imkanlarından faydalanmaktadır (ILO, 2015b).

ILO, 1994 tarihli Part Time Çalışma Konferansında (No. 175), kısmi süreli çalışan bir işçiyi şöyle tanımlamaktadır:

" Gönüllü olarak, karşılaştırılabilir tam zamanlı çalışanlarınkinden daha az çalışma saatine sahip olan işçidir “.

ILO’nun tanımı, kısmi süreli çalışma ile ilgili özellikle üç unsuru ön plana çıkarmaktadır. Bunlar (Koç ve Görücü, 2011 :151):

- Kısmi süreli çalışmanın normal çalışma süresinden az olması
- Çalışmanın düzenli ve sürekli yapılması ve
- Kısmi süreli çalışmanın gönüllü olarak yapılmasıdır

ILO’nun yaptığı tanımda, kısmi zamanlı çalışan kişinin, gönüllü olarak bu şekilde çalışmayı tercih etmesi önemli bir kriter olarak görülmektedir. Kısmi zamanlı çalışma, gönüllü olarak tercih edilmediği durumda, bu tür çalışanlar, işsizlerden çok da farklı koşullara sahip olmamaktadır. Gönüllü olmayan kısmi zamanlı çalışma, eksik istihdam anlamına gelmektedir (ILO, 1997).

ILO tarafından tanımlanan bu iş ilişkisi, diğer birçok Avrupa ülkesinde hukuk sistemi içinde de aynı biçimde tanımlanmıştır. Ülkemizde ise, 2003 yılında, 4857 sayılı İş Kanunu’nda diğer esnek çalışma biçimlerinin yanında, kısmi süreli çalışma ve bunun özel bir biçimi olarak çağrı üzerine çalışma ilişkisi de düzenlenmiştir (Şafak, 2009:1). İş Kanunu’nun 13. Maddesine göre Kısmi Süreli İş Sözleşmesi “*işçinin normal haftalık çalışma süresinin, tam süreli iş sözleşmesiyle çalışan emsal işçiye göre önemli ölçüde daha az belirlenmesi durumunda sözleşme kısmi süreli iş sözleşmesidir.*” şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanıma göre, kısmi süreli çalışma, işçinin normal haftalık çalışma süresinin, tam süreli iş sözleşmesiyle çalışan emsal işçiye göre daha kısa belirlendiği çalışma biçimi olarak kabul edilmektedir (Kuşaksız, 2006:21). Burada önemli olan husus “ *tam zamanlı çalışan emsal işçiye göre önemli ölçüde daha az* “ olarak tabir edilen çalışma süresinin tespitidir. İş Kanununa İlişkin Çalışma Süreleri Yönetmeliğinde, oran tespiti yoluyla “önemli ölçüde daha az” kriterine açıklık getirilmiştir. Söz konusu Yönetmeliğin 6. maddesi şu şekildedir: “*İşyerinde tam süreli iş sözleşmesi ile yapılan emsal çalışmanın üçte ikisi oranına kadar yapılan çalışma kısmi süreli çalışmadır*”. Dolayısıyla kanuni süreyle, yani haftada 45 saat çalışılan bir işyerinde 30 saat ve altında olan çalışmalar kısmi süreli çalışma kabul edilmektedir (Basri, 2014:141; Şafak, 2009:2).

Kısmi zamanlı çalışmaya ilişkin bir tanımlama yapılırken bireyin çalıştığı saat esas alınmaktadır. Kısmi zamanlı çalışma kavramına ilişkin tanımlama tam zamanlı çalışanların çalıştıkları süre esas alınarak tespit edilmektedir. Ülkelerde ulusal çalışma saatinin farklılık arz etmesi dolayısıyla kısmi zamanlı çalışma saati eşiği de ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir (ILO, 2016c:76). 1997'de OECD, kısmi zamanlı çalışmanın tanımına ilişkin bir analiz çalışması yapmış ve **30 saatin altında çalışanları** kısmi zamanlı çalışan olarak tanımlamıştır. Kısmi zamanlı çalışmayı tam zamanlı çalışmadan ayırt etmek için belirlenen 30 çalışma saati eşiği verilerin uyumlaştırılması açısından katkı sağlamıştır. Zira ülkeler kendi istihdam statülerine göre part time çalışmayı yorumlamaktadırlar (ILO, 2015c:2).

- **Geçici (Ödünç) İş İlişkisi**

Son yıllarda yaşanan ekonomik krizler ve yoğun rekabet, işverenlerin esnek çalışma biçimlerine olan yönelimini artırmıştır. Bugün işletmeler, doğrudan ya da özel istihdam büroları aracılığıyla geçici işgören istihdamında bulunarak, hem işgücü maliyetlerini azaltmaya hem de geçici personel ihtiyacını gidermeye yönelmiştir.

Geçici işçiler, düzenli ve belirsiz süreli çalışmayan, günlük, mevsimlik olarak bir işverene bağlı olan işçilerdir. Belirli bir süre için istihdam edilmektedirler. Aynı zamanda bu kişiler, istihdam büroları aracılığıyla da geçici süreliğine istihdam edilmektedir. Avrupa İşgücü Anketlerinde mevsimlik, günlük işçilerin yanında freelance çalışanlar ve kendi hesabına çalışanlar da bu kapsamda yer almaktaydı. Fakat 1992 yılından sonra işgücü anketlerinde kendi hesabına çalışanların geçici çalışmalarına ilişkin veri toplanmamıştır. Geçici çalışma kavramının içeriği “işçi” süzgecinden geçilerek oluşturulmuştur. Yani sadece işçiler baz alınarak tanımlanmıştır ve kendi hesabına çalışanlar dahil edilmemiştir (Atkinson vd.,1996:5)

OECD'nin yaptığı tanıma göre, geçici çalışma, belirli süreli sözleşmeye dayalı olarak çalışan ücretli ve maaşlı çalışanları kapsamaktadır. Ulusal tanımlar genel olarak bu genel tanıma uygun olmakta; ancak ulusal koşullara bağlı olarak değişebilmektedir. ILO ise geçici istihdamı, belirli bir süre bağlılık ilişkisinin kurulduğu, günlük ve mevsimlik çalışanları da olduğu gibi proje ya da görev bazlı sözleşmelere dayalı olarak çalışanları da kapsayan bir çalışma şekli olarak tanımlamaktadır. Proje veya görev bazlı sözleşmelerde sözleşmenin sona ereceği tarih daha önceden belirlenmiştir.

Proje veya görev bazlı sözleşmeler, işgücü piyasasında her zaman olmuştur ve belirli özel amaçlara hizmet etmektedir. Talepteki değişmelere anında cevap verebilmek için işletmelere esneklik sağlamaktadır. Bu sözleşmeler mevsimsel dalgalanmalara karşı ya da ayrılan işçinin yerini geçici süreliğine doldurmak için kullanılmaktadır. Fakat son yıllarda, bu geleneksel nedenlerin ötesinde, bazı şirketler sürekli olarak geçici sözleşmelere başvurmakta ve şirketin sürekli görevleri için de bu sözleşmeleri kullanarak çalışanları tekrar tekrar işe almaktadır (ILO, 2015d:4-5). İşverenlerin sürekli personel istihdamına alternatif olarak gördükleri geçici iş ilişkisi, aslında 1960'lı yıllardan itibaren şekillenmeye başlamıştır . 1475 sayılı İş Kanunu'nda yer almayan ödünç iş ilişkisi, Türk hukuk sistemimize ilk olarak 2003 yılında yürürlüğe giren 4857 sayılı İş Kanunu ile girmiştir. Ülkemizde de uzun yıllar “ödünç iş ilişkisi” olarak kullanılan bu ilişki “geçici iş ilişkisi altında düzenlenmesine rağmen doktrinde “ödünç iş ilişkisi” kavramının daha yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. 4857 sayılı İş kanuna göre geçici iş ilişkisi, bir işverenin kendine bağlı olan bir işçisini, onun yazılı rızasını da alarak, işgörme edimini yerine getirmek üzere geçici olarak başka işverene devretmesidir. Geçici iş ilişkisi altı ayı geçmemek üzere kurulmakta ve en fazla iki defa yenilenebilmektedir (Çelik, 2006:94-95).

Geçici iş ilişkisi, iki şekilde kurulabilmektedir. Birincisi geçici işçi, holding bünyesi içinde ya da aynı şirketler topluluğuna bağlı başka bir işyerinde işgörme edimini gerçekleştirmektedir. İkinci olarak ise, işçinin yapmakta olduğu işe benzer işlerde çalıştırılması yoluyla başka bir işverene geçici olarak devredilmesidir. Bu iki uygulama arasındaki fark, aynı işletme ya da holding bünyesinde gerçekleştirilen devirlerde işçinin aynı ya da benzer bir işte çalıştırılması zorunluluğu yoktur.

Fakat ikinci uygulamada işin benzer olması gerekmektedir (Çifter ve Demir, 2007). Geçici çalışma sayesinde işverenler, talepteki dalgalanmalara bağlı olarak ortaya çıkan gereksinimler doğrultusunda geçici işçi çalıştırabilmektedirler. Eskiden daha çok üretim ve büro işleri konusunda bu yöntemden yararlanılırken, günümüzde diğer profesyonel (beyaz yakalı) işleri de kapsayacak şekilde geçici personel istihdamı yapıldığı görülmektedir. Geçici işçi temini, özellikle geçici işçi sağlayan istihdam büroları aracılığıyla sağlanarak geçici işçi, işveren ve istihdam büroları arasında üçlü bir ilişki kurulmaktadır (Demir ve Özgün, 2015:127-128).

- Çağrı Üzerine Çalışma

4857 Sayılı İş Kanununda yerini alan ve kısmi zamanla çalışmanın bir türü olan çağrı üzerine çalışmanın, özellikle otel ve eğlence yerlerinde, “extra işçi” adı altında yaygınlaştığı görülmektedir. İşverenin ihtiyaç duyması halinde, işçi ve işveren arasında yazılı bir sözleşme yapılmak suretiyle, işçinin daha önce üstlendiği bir işi yerine getirmesine dayalı olarak kurulan bir iş ilişkisidir. Tarafların hak ve yükümlülüklerinin açıklık sağlanması açısından yazılı olması gerekmektedir. (Çelik, 2006: 91).

İş Kanununun 14. maddesi hükmüne göre taraflar arasında hafta, ay veya yıl gibi belirli bir çalışma süresi belirlenmediği takdirde, haftalık çalışma süresi yirmi saat olarak kararlaştırılmış sayılmaktadır. Çağrı üzerine çalıştırılmak için belirlenen sürede işçi, çalıştırılsın veya çalıştırılmasın ücrete hak kazanmaktadır (Tunçomağ ve Centel, 2016:70).

Diğer yandan sıfır saat sözleşmeleri de dahil olmak üzere çağrı üzerine çalışma, öngörülemeyen ve yetersiz çalışma saatleri ile karakterize edilmektedir. Tam zamanlı çalışan emsal işçilere göre daha düşük ücret elde eden bu çalışanlar, iş programlarının değişkenliği nedeniyle iş yaşam dengesini kurmada zorluklarla karşılaşabilmektedir. Çünkü, çalışma saatleri ve çalışma düzenlemeleri, istihdam ilişkisinin merkezi yönü olup, iş kalitesinin kilit unsurlarıdır. Son yıllarda birçok gelişmiş ekonomide ortaya çıkan standart dışı istihdam biçimleri olarak çağrı üzerine çalışma ve sıfır saat sözleşmeleri gibi asgari çalışma saati hiç kurulmamış çok kısa kısmi zamanlı düzenlemeler, o kadar sıradışıdır ki, bazı yazarlar onları "çok atipik çalışma-zaman düzenlemeleri" olarak tanımlamaktadır (Broughton, Biletta ve Kullander, 2010:2). Marjinal kısmi zamanlı istihdam olarak da tabir edilen bu çalışma biçimleri çok kısa çalışma saatleri ile nitelendirilir.

Bu çalışma biçiminin en önemli özelliği (örneğin, haftada 15 saatten az veya haftada 20 saatten daha kısa süre) çok kısa çalışma sürelerine sahip olmalarıdır (Messenger ve Wallot , 2015:1).

Ülkemizde, 4857 sayılı İş Kanunu’nda çağrı üzerine çalışmaya dayalı iş sözleşmesinin, kısmi süreli çalışmanın bir türü olarak kabul edilmesiyle beraber, taraflar arasında iş ilişkisi devam ettiği sürece, işçi, yıllık ücretli izin hakkından yararlanabilmektedir.

İş Kanunundaki “orantılılık ilkesi” gereğince, kısmi süreli çalışan bir işçi, tam zamanlı çalışan bir işçiyle orantı kurularak ücret ve diğer hakları tespit edilmektedir (Mollamahmutoğlu, 2004:14).

- **Uzaktan Çalışma**

Uzaktan çalışma, çeşitli çalışma biçimlerini içinde barındırması dolayısıyla tanımlanması güç bir kavramdır. Geniş kapsamlı bakıldığında, işgörmeye ediminin geleneksel bir işyerinde gerçekleşmediği ve işin büyük bir kısmının işyerinden veya müşteriden uzakta bir mekanda yapıldığı bir çalışma şeklidir. İşin işyerinden uzakta bir mekanda yapılmasına olanak tanıyan şey ise, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerdir. Artık belirli saatlerde, bir işverene ait işyerinde gerçekleşen işler, teknolojinin imkanlarından faydalanılarak mekandan bağımsız olarak gerçekleştirilebilmektedir. Buna göre uzaktan çalışma; belirli bir işyerinden ya da üretimin gerçekleştiği bir mekandan uzakta gerçekleştirilen, bireyin diğer iş arkadaşlarıyla yüzyüze ilişki kuramadığı, sadece iletişim araçlarını kullanarak iletişim kurabildiği bir istihdam biçimidir (Erdut, 1997:92) .

Uzaktan çalışmaya ilişkin net bir tanımlamanın yapılamaması uygulamada kullanılan terimlerin çokluğu ile ilgilidir. Tele-çalışma, evden çalışma, e-iş, sanal iş, uzaktan çalışma, mesafe çalışması, dağınık çalışma, iş değiştirme veya esnek çalışma gibi terimler kullanılmaktadır. Tele-çalışmaya yönelik ilgi, ilk olarak 1970'lerin petrol kriziyle ortaya çıkmıştır. Yakıt maliyeti hızla arttıkça, işe gidip gelme maliyeti ve sıkıntısı da giderek artmıştır. İşyerinde işe gidiş geliş ve ısıtma ya da soğutma nedeniyle ortaya çıkan yüksek yakıt maliyetinden kaçınmak için, evde ya da bir tele merkezde çalışan bireylerle uzaktan çalışmak bir araç olarak görülmüştür. Petrol krizi sona ermesine rağmen hem maliyetleri kırmak hem de iş-yaşam dengesini sağlamak, işçi moralini arttırmak ve üretkenlik düzeyini iyileştirmek amacıyla uzaktan çalışmaya olan ilgi daha da artmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki (BİT') sürekli gelişmeler ve dağınık coğrafi bölgelerde çalışanların performansını yükseltme noktasında tele-çalışmanın önemi büyüktür.

Dolayısıyla tele-çalışma en yeni çalışma biçimlerinden biri olarak görülse de aslında geleneksel evde çalışmanın gelişen teknolojilere dayalı olarak değişmekte olan bir biçimdir (ILO, 2016a:2).

Uluslararası İşçi Konferansının 104. oturumunda Genel Sekreterin geleceğin çalışma hayatıyla ilgili söylemleri şu yönde olmuştur(ILO, 2016a:1) :

“Hızla ve derin bir değişim geçiren, gittikçe küreselleşen bir ekonomide teknolojik dönüşümlerin ivme kazanması ve rekabet gücünün artması için sürekli bir arayış söz konusudur. Bu değişimler, iş ve üretim biçiminde önemli gelişmeler meydana getirmektedir. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler uzaktan çalışma için artan olanak sağlarken, kadınlar için mesleki ve ailevi sorumluluklarını daha tatmin edici ve adil bir iş-yaşam dengesi ile uzlaştırmak için yeni fırsatlar yaratmaktadır. İş ile özel alan arasındaki mekansal ve zamansal sınırların bulanıklaştırılması, bazı kesimlerde huzursuzluğa neden olmaktadır. Fakat uzaktan çalışma bireyin daha fazla evde bulunmasına olanak sağlamaktadır”.

Uzaktan çalışmaya ilişkin net bir tanımlama yapılamasa da bu çalışmayı tespit etmeye yönelik bir takım kriterler söz konusudur. Uzaktan çalışma:

- (a) Merkezi bürolardan veya üretim tesislerinden uzak bir yerde gerçekleştirilen bir çalışma biçimidir. Uzaktan çalışan kişi, iş arkadaşlarından ayrı işgörme edimini gerçekleştirmektedir;
- (b) Özellikle yeni teknolojilerin gelişmesi ve böylece iletişimin kolaylaştırılması yoluyla bu çalışma biçimi daha mümkün olmaktadır. Dahası, tele-çalışma "çevrimiçi" (doğrudan bilgisayar bağlantılı) veya "çevrimdışı" yapılabilmekte, tek tek veya toplu olarak organize edilebilmektedir.

Tele çalışma, az sayıda ülkede özel bir düzenleme ile iş kanununa dahil olmuştur. Genellikle toplu veya bireysel iş sözleşmeleriyle düzenlenmesi tercih edilmektedir. 20 Haziran 1996 tarihli Uluslararası Çalışma Konferansında, evde çalışanlar hakkında 177 sayılı Sözleşme ve 184 sayılı tavsiye kararı kabul edilmiştir. 177 sayılı Sözleşme ve 184 sayılı tavsiye kararında tele çalışma kavramı açık bir şekilde yer almamasına rağmen işyeri dışından yapılan çalışmalara bazı temel ilkeler getiren ilk uluslararası belge niteliği taşımaktadır.

Bunun yanında, Tele Çalışma Hakkında Avrupa Çerçeve Anlaşması, tele çalışmaya yönelik tek özel belgedir. Bu anlaşma, Avrupa genelinde tele çalışmaya ilişkin genel ilke ve standartları belirlemesi ve güvence altına alması açısından oldukça önemlidir. Böylelikle Avrupa ülkeleri bu anlaşmayı esas alarak tele çalışma hakkında yapılan toplu iş sözleşmelerinde gerekli düzenlemeleri yapmaktadır (Aydınöz, 2014:6-7).

Ülkemizde de uzaktan çalışmaya ilişkin uygulamaların yaygınlaşmasına bağlı olarak 20 Mayıs 2016 tarihinde, 6715 sayılı “İş Kanunu İle Türkiye İş Kurumu Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’un 2’nci maddesine dayanarak, 4857 sayılı İş Kanunu’nun “Çağrı üzerine çalışma” başlıklı 14 üncü maddesinin başlığı “Çağrı üzerine çalışma ve uzaktan çalışma” şeklinde değiştirilmiştir. Uzaktan çalışmaya ilişkin fıkralar maddeye eklenerek, iş mevzuatında yasal dayanağı olmayan uzaktan çalışma biçimi yasal hale getirilmiştir. Buna göre “uzaktan çalışma; işçinin, işveren tarafından oluşturulan iş organizasyonu kapsamında iş görme edimini evinde ya da teknolojik iletişim araçları ile işyeri dışında yerine getirmesi esasına dayalı ve yazılı olarak kurulan iş ilişkisidir”. Uzaktan çalışmada işçiler, esaslı neden olmadıkça iş sözleşmesinin niteliğinden dolayı emsal işçiye göre farklı işleme tabi tutulamamaktadır.

- **Fazla Çalışma ve Fazla Sürelerle Çalışma**

1475 sayılı İş Kanununda fazla çalışmanın tanımı yapılmamış; fakat 1475 sayılı İş Kanunun yürürlükte olduğu dönemde öğretide çoğunlukla günlük iş süresinin üzerindeki çalışmalar fazla çalışma olarak değerlendirilmiştir. Esnek çalışma biçimlerinin yasal statüye kavuştuğu 4857 sayılı İş Kanunu’nda ise, fazla çalışma kavramının esasların tespit etmek için günlük çalışma süresi ölçütü yerine haftalık çalışma süresi ölçütü kullanılmıştır. 1475 sayılı İş Kanunu’nda tespit edilmiş günlük çalışma süresi dışında gerçekleşen çalışma, fazla çalışma olarak tanımlanırken, 4857 sayılı kanunda fazla çalışma, “yazılı koşullar çerçevesinde, haftalık kırkbeş saati aşan çalışmalardır şeklinde tanımlanmıştır (Ekonomi, 2003:1-2). Haftalık çalışma süresi ise, 4857 sayılı İş Kanunu’nun 63 ve devamı maddelerinde düzenlenmiştir. 4857 sayılı Kanunun 63. maddesinde, “Genel bakımdan çalışma süresi haftada en çok kırkbeş saattir. Aksi kararlaştırılmamışsa bu süre, işyerlerinde haftanın çalışılan günlerine eşit ölçüde bölünerek uygulanır” denmektedir (Çelik,2006:307).

Haftalık iş süresinin sözleşmelerle 45 saatin altında belirlenmesi halinde haftalık çalışma süresini aşan 45 saate kadar çalışmalar ise, “fazla sürelerle çalışma” olarak adlandırılmaktadır (4857 İŞK. m.41/3)(Çil, 2007:60).

- **Telafi Çalışması**

1475 sayılı İş Kanunu, çalışma sürelerini, haftanın iş günlerine “eşit olarak” böldüğü için, günlük çalışma süresinin dışındaki çalışma fazla çalışma olarak görülmekte ve buna ilişkin zamlı ücret ödemesi yapılması gerekmektedir. Bu nedenle, telafi çalışmanın günlük çalışma saatlerinin dışında gerçekleşmesi olanaklı görülmemektedir. Bu nedenle kriz dönemlerinde, işveren toplu işten çıkarmaya yönelmek zorunda kalıyordu (Çelik, 2006: 326).

Çalışma sürelerinin esnekleştirilmesi çerçevesinde, 4857 sayılı İş Kanunda getirilen yeni bir düzenleme ile telafi çalışması yaptırılması mümkün hale gelmiştir. Telafi çalışması, 4857 sayılı İş Kanunu’nun 64. Maddesinde düzenlenerek yasal zemine kavuşmuştur. Kanuna göre, zorunlu hallerde işin durması, ulusal bayram ve genel tatillerden önce veya sonra işyerinin tatil edilmesi ya da işçinin talebi doğrultusunda işçiye izin verilmesi durumunda, iki ay içinde işveren, işçilere telafi çalışması yaptırabilmektedir (m.64/I). Telafi çalışmaları günlük en çok çalışma süresini aşmamak koşulu ile günde 3 saatten fazla olamaz. Tatil günlerinde telafi çalışması yaptırılamaz (4857 İŞK.m.64/II)(Çelik, 2006:316).

- **Kısa Çalışma**

Ekonomik krizler, işverenleri, işgücü maliyetlerinden kurtulmak için mevcut kapasitelerini azaltmaya yöneltmektedir. Bu nedenle bir çok işçi, işini kaybetmiştir. 1475 sayılı iş yasası döneminde, bu soruna yönelik işçi ve işveren kendi aralarında ücretsiz izin kullanmak gibi yöntemlere başvurarak çözüm aramışlardır. Fakat 4857 sayılı İş Kanunu, ilk kez kısa çalışma ve kısa çalışma ödeneği kurumunu düzenleyerek, işçilere sınırlı da olsa bir gelir güvencesi sağlamayı amaçlamıştır. İş Kanunu’nun 65. Maddesinde işverenin bu yola, genel ekonomik kriz ve zorlayıcı sebepler dolayısıyla, haftalık çalışma sürelerinin geçici olarak önemli ölçüde azaltılması ve faaliyetin tamamen ya da kısmen geçici olarak durdurulması suretiyle başvurulabileceği (fI/II) belirtilmektedir (Çelik ,2006:317-318).

Dolayısıyla kısa çalışma, işyerindeki faaliyetin kısmen yahut tamamen durdurulması ya da işçilerin çalışmalarının devam etmekle birlikte haftalık çalışma süresinin önemli ölçüde azaltılması olarak iki şekilde uygulanmaktadır (Akyiğit, 2016:270).

Kavram ilk kez 4857 sayılı İş Kanunu'nda düzenlenmiş ve 2008 yılına kadar yürürlükte kalmıştır. Fakat 2008 yılında etkileri görülmeye başlayan krizin sonucu olarak bu uygulama işsizlik sigortası fonu ile birlikte ilişkilendirilip kanundaki madde yürürlükten kaldırılarak 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanunu ile eklenmiştir (Uğraş, 2014:51-52).

- **Yoğunlaştırılmış İş Haftası (Denkleştirme)**

İş yoğunluğuna bağlı olarak bazı çalışma günlerinde fazla çalışma ya da normal çalışma süresinin altında çalışma yapılabilmektedir. Bu haftalık çalışma sürelerinin üzerinde ve altında yapılan çalışmaların ortalamalarının haftalık 45 saati aşmayacak şekilde taraflarca kararlaştırılmasına İş Kanunu'nda denkleştirme denilmektedir (Kamalıoğlu, 2013:54).

Denkleştirme usulü çalışma, aynı zamanda yoğunlaştırılmış çalışmayı da olanaklı hale getirmektedir. Yoğunlaştırılmış iş haftasında işçi, haftalık çalışma süresini haftanın çalışma günlerine dağıtmak zorunda kalmamaktadır. İşçi, 5-6 gün çalışmak yerine işlerini 3-4 güne sıkıştırmaktadır. Bu sayede kişisel ve mesleki gelişimi için daha fazla boş zamana sahip olmaktadır. Diğer yandan yoğunlaştırılmış iş haftası, işçinin daha uzun çalışma saatlerine maruz kalması ve buna bağlı olarak iş sağlığının olumsuz etkilenmesine yol açmaktadır (Günay, 2004:10).

2.1.3.2 Diğer Esnek Çalışma Türleri

Toplumsal ve ekonomik gelişmeler, hem işverenlerin hem de işçilerin esnekliğini arttırarak yeni istihdam biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler, işveren ve işçi arasındaki geleneksel ilişkiyi de değiştirmektedir. Yeni iş modelleri ve işyerleri aynı zamanda çalışma biçimlerinin yasal statüsünde de belirsizlikler yaratmaktadır (Eurofound, 2015). Bu bölümde; yeni istihdam biçimleri olarak gündelik çalışma, kendi hesabına çalışma, bağımlı kendi hesabına çalışma, portföy çalışma, sıfır süreli sözleşmeler, bağımsız yükleniciler, freelance çalışma ve tek kullanımlılık çalışma kavramları ele alınmaktadır.

- **Gündelik (Casual) Çalışma**

Gündelik çalışma, işçileri kısa sürede hızlı bir şekilde istihdam etmek için kullanılan bir esnek istihdam biçimidir. İşverenler sıklıkla istihdam büroları aracılığıyla gündelik işçileri kullanmaktadırlar (Eurofound, 2015:47).

Avrupa Parlamentosu, gündelik çalışmayı düzensiz ya da sürekli istihdam beklentisi taşımayan çalışma olarak tanımlamaktadır. İşçilerin böyle bir iş bulma ihtimalleri işverenlerin iş yükündeki dalgalanmalara bağlı olmaktadır. Gündelik işçiler, kısa süreli bir istihdam sözleşmesi ile çalışmaktadır. Bu kısa sürenin ne kadar olacağı ülkelerin kendi işgücü piyasası koşullarına göre belirlenmektedir. Örneğin İspanya, İrlanda, Avusturya ve Birleşik Krallık'ta gündelik işler, "*sürekli istihdam beklentisi olmaksızın, düzensiz ya da aralıklı olan işler*" şeklinde tanımlanmaktadır. Diğer yandan geçici çalışma, belirli süreli çalışma ve gündelik çalışma arasında yakın ilişki vardır. Geçici çalışma, iş gücü piyasasının daha istikrarlı ve düzenli bir kısmı için kullanılırken, gündelik çalışma genellikle daha az düzenli ve kısmen de yasa kapsamı dışında olan bir çalışmayı ifade etmektedir. Bu çalışma türünde istihdam durumu, istikrarlı ve sürekli değildir (European Parliament, 2000:103). Dolayısıyla gündelik çalışma, standart kısmi zamanlı veya standart belirli süreli işlerle eş anlama sahip değildir; fakat her ikisinin de unsurlarını kapsamaktadır (Eurofound, 2015:46).

ILO tarafında yapılan tanımlamaya göre gündelik çalışma, günlük ya da periyodik bir iş sözleşmesinin koşulları çerçevesinde belirlenen bir ücret karşılığında, çalışanların zaman zaman ve aralıklarla, belirli saat, gün ya da hafta kapsamında istihdam edilmesidir (ILO,2015d:2). Gündelik istihdam, gelişmekte olan ülkelerde emek piyasalarının öne çıkan bir özelliği iken son yıllarda sanayileşmiş ülkelerde de önem kazanmıştır. Bangladeş'te ve Hindistan'da, ücretli istihdamın neredeyse üçte ikisi gündelik çalışmaktadır; Mali ve Zimbabwe'de ise çalışanların üçte biri gündeliktir. Avustralya'da ise, dört çalışandan birisi gündeliktir (ILO, 2016c:68).

- **Kendi Hesabına Çalışma (Self-Employment)**

İstihdam, farklı çalışma biçimlerinin yasal sınırlarını ve ekonomik güvenlik düzeylerini belirleyen son derece önemli bir kavramdır. Nitekim istihdam; ticari ilişkilerin, girişimcilik ve rekabetin yer aldığı bir ekonomik alan ile emek koruma düzenlemelerinin arasındaki sınırı tayin etmektedir (Tucker vd., 2002,1).

ILO ICSE (Uluslararası İstihdam Durumu Sınıflaması) 1993'e göre istihdam durumu, ücret, maaş ve yevmiye ile çalışanlar ve kendi hesabına çalışanları kapsamaktadır.

Bu yaklaşım, 15. Uluslararası Çalışma İstatistikçileri Konferansı (ICLS)'nda da benimsenerek çalışanların istihdam durumu, ücretli ve kendi hesabına çalışanlar olarak iki şekilde sınıflandırılmıştır. Kendi hesabına çalışma statüsü kapsamında işverenler, kendi adına ve hesabına çalışanlar, ücretsiz aile işçileri, üretim kooperatifleri üyeleri ve durumu nedeniyle sınıflandırılmayan çalışanlar yer almaktadır. ILO'nun kendi hesabına çalışma tanımında ise, işverenler ve kendi adına çalışanlar (own account worker) üzerinde durulmaktadır.

İşveren, bir ya da birden çok işçi çalıştıran, kendi girişimini ya da işyerini profesyonelce yöneten kişi olarak tanımlanırken, kendi adına çalışan ise girişimini ya da işyerini profesyonelce yöneten ve bu süreçte işçi çalıştırmayan kişi olarak tanımlanmaktadır (ILO, 2013a). Kendi hesabına çalışma ve bağımlı çalışma arasındaki en büyük farklılıklardan biri, kendi hesabına çalışmanın bünyesinde daha fazla risk ve özerklik barındırmasıdır. Diğer önemli bir farklılık ise kendi hesabına çalışanların diğer işçileri istihdam edip etmeyecekleri konusudur. Kendi hesabına çalışan, işçi istihdam edebileceği gibi tek başına da çalışabilmektedir (Fudge, 2003:38).

Kendi hesabına çalışanlar ile ilgili bütün ülkeleri kapsayacak net bir tanımlama yapmak zor olsa da OECD, TÜİK ve Eurostat tarafından yapılan tanımlamalarda ICLS'nin yaklaşımının sürdürüldüğü görülmektedir. Bununla birlikte Türkiye'de çalışan kavramı, farklı yasalarda kendi hesabına çalışan, esnaf, tüccar veya tacir gibi kavramlarla da ifade edilmektedir.

Ülkeler düzeyinde standart bir tanımlama, ulusal şartların ve yasal düzenlemelerin farklılıkları dolayısıyla yapılamamaktadır. Standart bir tanımlama ile ilgili asıl problem, istihdam ilişkilerinde son dönemlerde yaşanan değişimlerden kaynaklanmaktadır (Pedersini ve Coletto, 2010:1). İş gücü anketlerinde ve vergi, sosyal güvenlik ve iş hukukunda tanımlanan kendi hesabına çalışma kavramının belirsizliklerinin nedenlerinden biri de kendi hesabına çalışan küçük ölçekli firmalar ile herhangi bir işçi istihdam etmeden kendi adına çalışanlar arasındaki temel ayrımdır (Fraser ve Gold, 2001,681). Bu yüzden kendi hesabına çalışma için kurumsal bir çerçeve çizmek ve buna uygun hak ve koruma sistemleri kurmak zordur. Tek tip kendi hesabına çalışma biçimi yoktur ve çeşitli kendi hesabına çalışma biçimleri arasında farklılıklar mevcuttur.

Kendi hesabına çalışma, tarım, ormancılık, balıkçılık, perakende satış, zanaat işleri gibi geleneksel sektörlerde her zaman yaygın olmuştur.

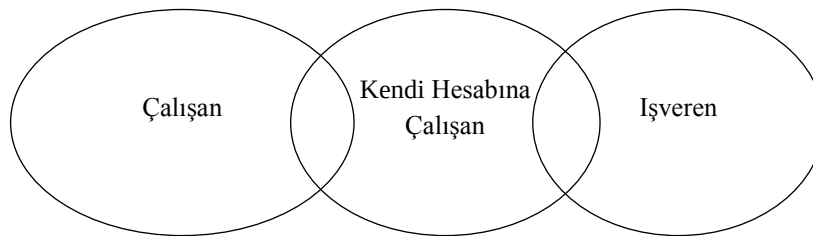
Özellikle inşaat, yapı ve ulaşım endüstrisinde oldukça fazladır. Fakat son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde kendi hesabına çalışma, diğer mesleklerde de “yeni kendi hesabına çalışanlar” olarak yaygınlaşmıştır. Örneğin; grafik tasarım, müzik, bilgi teknolojileri uzmanlığı gibi web temelli ortamlarda artış görülmektedir (Pedersini ve Coletto, 2010:7).

Farklı kendi hesabına çalışma biçimleri olmasına karşın literatürde sıklıkla kullanılan temel kategoriler şunlardır:

- (1) Girişimci – İşlerini yaparken diğer işçilerden faydalanmaktadır.
- (2) Geleneksel meslek çalışanları
- (3) Zanaatkarlar, tacirler ve çiftçiler
- (4) “Yeni profesyoneller” olarak tanımlanan nitelikli fakat düzensiz işlerde çalışan kendi hesabına çalışanlar
- (5) Nitelsiz kendi hesabına çalışanlar. Her hangi bir başka işçiden yardım almamaktadırlar. Bazen aile üyeleri yardımcı olmaktadır (Pedersini ve Coletto 2010:14).

Herhangi bir işçi istihdam etmeden salt kendisi için çalışan kendi hesabına çalışanlar, bir tarafta işçi kavramının diğer tarafta işveren kavramının özelliklerini taşımaktadır. Hem işçi hem de işveren ile kesişme alanlarına sahiptir. Son yıllarda ortaya çıkan sosyal ve ekonomik değişimler bu kesişim alanlarını etkilemiştir.

Şekil 1:
Kendi Hesabına Çalışma



Kaynak: Pedersini, R., Coletto, D (2010). Self-employed Workers: Industrial Relations And Working Conditions. Dublin. s.16

1970 ve 1980'lerin endüstriyel yeniden yapılanma sürecini takiben "yeni kendi hesabına çalışma biçimleri"nin ortaya çıkışıyla kendi hesabına çalışanlar daha karmaşık bir gruba temsil eder hale gelmiştir.

Geleneksel profesyoneller, ticaret ve işveren kuruluşları tarafından temsil edilen zanaatkarlar ve küçük girişimciler, freelance çalışanlar ve sahne sanatları çalışanları, sendikal temsilden yoksun ve mesleki kimliği belirsiz "yeni kendi hesabına çalışanlar" bu kapsamda değerlendirilmektedir (Pedersini ve Coletto, 2010:39).

Kendi hesabına çalışma, kendini yanlışlıkla kendi hesabına çalışan olarak etiketleyen franchise sahiplerini, bağımsız profesyonelleri, vasıflı zanaatkarları ve iştirak sahiplerini de kapsamaktadır. Fakat ideal kendi hesabına çalışma tipi, insanların potansiyellerini fark etmelerine imkan verecek biçimde özerklik sağlayan, en kötü tip ise marjinalleşen kendi hesabına çalışanlardır (Stanworth ve Stanworth, 1995:221).

Kendi hesabına çalışmaya yönelik farklı kanunlarda farklı tanımlamalar olması dolayısıyla ortaya çıkan karmaşa, belirli bir alandaki tanımlamanın diğer alanlarda da yaygınlaşması ile hafifletilmektedir. Örneğin İsveç'te, kendi hesabına çalışanlar ile işçiler arasındaki ayırımın yasal dayanağı, İsveç vergi kanunlarında bulunmaktadır. İspanya'da, İspanyol sosyal güvenlik yasasında tanımlanan kendi hesabına çalışma kavramı, diğer alanlarda da hakim tanımlama olarak kabul edilmektedir. Belçika'da, kendi hesabına çalışmanın yasal tanımları, sosyal ve mali açıdan bir takım kriterlere dayalıdır. Sosyal kritere göre, kendi hesabına çalışan bir kişinin, işçi ya da devlet memuru statüsünde olmayan mesleki bir faaliyeti gerçekleştirmesi gerekirken; mali kriter ise kişinin gelirinin vergilendirilme biçimini esas almaktadır (Pedersini ve Coletto 2010:16).

- **Bağımlı Kendi Hesabına Çalışma**

Tüm dünyadaki yasal sistemlerin büyük bir çoğunluğunda, istihdam ile kendi hesabına çalışma arasında "ikili bir ayırım" vardır ve "istihdam" iş yasasının temelini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, bazı tarafların hak ve yükümlülükleri net olmadığına veya yasada "gri alanlar" olduğunda, bazı istihdam ilişkileri belirsiz olabilmektedir.

Bağımlı kendi hesabına çalışmada da bu gri alanlardan biridir. Bağımlı kendi hesabına çalışmada işçi, bir iş sözleşmesinden farklı bir sözleşme uyarınca hizmet vermekte ancak geliri bir yada birkaç işverene bağımlı olmakta ve tek bir işverenden talimat almaktadır (ILO, 2016c:17) Kendi işlerini yürüten ve ürünlerini ve hizmetlerini müşterilere ihale eden kişiler, kendi hesabına çalışan olarak tanımlanırken bir işverene bağımlı olan, tam zamanlı sürekli olarak çalışan kişiler ise ücretli çalışan olarak tanımlanmaktadır. Oysa son yıllarda bu iki kavram siyah ve beyaz gibi net değildir. Bu ikisi arasında gri bir alan oluşmaya başlamıştır. Özellikle son yıllarda üretim, taşeronluk ve dış kaynak kullanımı gibi uygulamalardan güçlü biçimde etkilenmiştir (Kansikas, 2007:49).

Kendi hesabına çalışanlar çoğunlukla hiyerarşik olarak boyunduruk altına girmeden çok sayıda işveren için çalışmaktadırlar. Girişimci risklerini taşımakla birlikte aynı zamanda girişimcilik fırsatlarından da faydalanmaktadırlar. Bununla birlikte, kendi hesabına çalışan kişi, yalnızca bir işverene (kısmen) bir bağlılık durumunda çalışıyorsa, girişimci riskin bir kısmı işçiye aktarılmakta ve aynı zamanda girişimci fırsatları da kısıtlanmaktadır. Böyle durumlarda kendi hesabına çalışan ile işveren arasındaki iş ilişkisi, fiili olarak ücretli istihdam ilişkisine daha çok benzer hale gelmektedir.(European Parliament, 2008:26).

Daha önce de ifade edildiği gibi kendi hesabına çalışma heterojen bir yapıdadır. Kendi hesabına çalışma kavramı içinde gerçek girişimciler yer alırken, aynı zamanda düşük ücretli ve düşük statülü ve bir işverene bağımlı (dependent contractor) ya da birkaç işverene bağımlı kendi hesabına çalışanlar (independent contractor) da yer almaktadır. Bu kişiler ortak bir mekan ya da coğrafi alandan bağımsız olarak kısa vadeli sözleşmelere dayalı olarak çalışmaktadırlar. İş yasalarında tanımlanan “işçi” kavramı dışında yer almaları nedeniyle temel asgari emek koruma standartlarından yoksun olmakta ve toplu pazarlık mekanizması kapsamı dışında yer almaktadırlar. Bu durum onları diğer çalışanlara kıyasla dezavantajlı kılmaktadır (McCrystal, 2014:667).

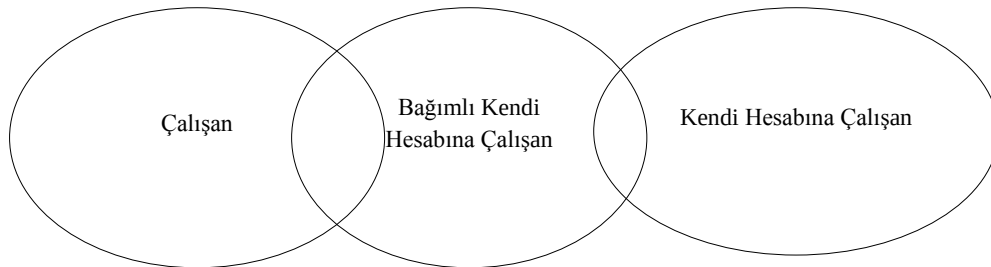
Son yıllarda, dış kaynak kullanımı ve taşeronluk gibi uygulamalar, bağımlı istihdam ve kendi hesabına çalışma arasındaki sınırları giderek bulanıklaştırmıştır. Resmen 'kendi hesabına çalışıyor' olan; aynı zamanda bağımlı çalışanların bazı özelliklerine de sahip yeni bir işçi grubu ortaya çıkmaktadır.

Ekonomik olarak bağımlı çalışanlar (Böheim ve Muehlberger, 2006:2) olarak etiketlenen bu tür çalışanlar, genellikle bir iş sözleşmesinden ziyade ticari bir sözleşmeye veya hizmet sözleşmesine dayalı olarak çalışmaktadır. Ekonomik yönden tek bir işverene bağımlı olmaları ve işlerini yaparken kendi hesabına çalışmanın önemli karakteristiklerinden biri olan özerkliğin derecesinin düşük olması gibi faktörler nedeniyle bu kişileri bağımlı çalışanlardan ayırmak oldukça güçtür (Oostveen vd., 2013:1).

Aynı zamanda bağımlı kendi hesabına çalışanların çalışma koşullarını, bağımlı çalışan işçilerden ayırmak da kolay değildir. Fakat bağımlı kendi hesabına çalışanlar, çalışma saatleri konusunda daha fazla istismara uğrayabilmekte ve görev tanımları konusunda daha büyük zorluklarla karşı karşıya kalabilmektedir. İşveren açısından ise bağımlı kendi hesabına çalışma , sıklıkla iş yasaları ve sosyal koruma hükümlerinin yaptırımlarından kurtulmak için tercih edilmektedir (European Parliament, 2008:9; Eichhorst vd., 2008). Çünkü bağımlı kendi hesabına çalışanlar, iş kanunları kapsamının dışında kalmaları dolayısıyla yasal haklarını kaybetmekte, sosyal güvenlik korumasından daha az avantaj elde etmektedir. Aynı zamanda sendikal temsil ve toplu pazarlık dışında kalmaktadır (Böheim ve Muehlberger, 2006:3).

OECD (2000:6), kendi hesabına çalışma ile ücretli veya maaşlı istihdam arasındaki sınırların belirsizleştiğini, tek bir işverenle bağımlı ilişkisi olduğu ve standart bir çalışandan daha fazla özerk olmadığı halde kendilerini kendi hesabına çalışan olarak tanımlayan kişilerin sayısının arttığını vurgulamaktadır.

Şekil 2:
Bağımlı Kendi Hesabına Çalışma, Bağımlı İstihdam ve Kendi Hesabına Çalışma



Kaynak: Pedersini, R., & Coletto, D (2010). Self-employed Workers: Industrial Relations And Working Conditions. Dublin. s.27

Bağımlı kendi hesabına çalışanlar “*resmi olarak kendi hesabına çalışan ; fakat gelirleri bir işverene bağlı olan kişiler*”dir. Avrupa Endüstriyel İlişkiler Gözlemevi (EIRO)’nin yaptığı bir çalışmaya göre “ekonomik olarak bağımlı kendi hesabına çalışma” statüsü, hem tipik bağımlı çalışan ve hem de kendi hesabına çalışanın aşağıdaki karakteristik özelliklerine sahiptir. Bunlar:

(1) Resmi olarak kendi hesabına çalışmaktadırlar. (Çünkü hizmet sözleşmesi ile çalışırlar.)

(2) Ekonomik olarak bir işverene bağımlıdırlar. Başka bir açıdan da bazı durumlarda ekonomik olarak bağımlı kendi hesabına çalışanlar tipik bağımlı çalışanlar ile benzer özelliklere sahiptir :

- Örgütsel ayrılık belirgin değildir. işverenlerin talimatları doğrultusunda çalışır ve işverenin ekipmanını kullanırlar.
- Görev ayrımı net değildir. Daimi çalışanlar ile aynı ya da benzer görevleri icra ederler ya da daha önce kendi çalışanları tarafından yürütülen işler sonradan bu kişilere ihale edilir. Bu kişilerin işverenlere sattığı hizmet “profesyonel hizmet” kapsamında değildir. Görevleri basittir, spesifik nitelik ya da yeterlilik gerektirmemektedir (Nies ve Pedersini, 2003:4).

Kavram farklı çalışmalarda çeşitli terim ve tanımlara sahiptir. Bazı çalışmalarda “ekonomik olarak bağımlı kendi hesabına çalışan” terimi kullanılmakta ve bu tanımlama çalışanın büyük ölçüde ekonomik olarak bağımlılığına ilişkin bir algıyı yansıtmaktadır. “Bağımlı kendi hesabına çalışma “terimi ise işverenin aynı zamanda yönetsel olarak kişi ve iş üzerinde kontrol işlevine atıfta bulunmaktadır (European Parliament, 2008:25). Dolayısıyla bağımlı kendi hesabına çalışma ile bağımlı istihdam arasındaki benzerlik özellikle iki tür bağımlılık ilişkisinden kaynaklanmaktadır: Bunlardan birincisi ekonomik bağımlılıktır. Bağımlı kendi hesabına çalışanların gelirlerinin tamamı ya da büyük bir kısmı tek bir işverene bağımlıdır. Dolayısıyla firmanın ekonomik durumuna ilişkin riskleri, kendi hesabına çalışan da taşımaktadır. İşveren/firma/müşterinin ekonomik durumu aynı zamanda kendi hesabına çalışan kişiyi de etkilemektedir. Zira firmanın ticari kayba uğraması ya da iflas etmesi halinde kendi hesabına çalışan da bu durumdan büyük zarara uğrayacak, dolayısıyla gelirini kaybedecektir.

Aslında bağımlı kendi hesabına çalışan açıkça girişimci riski altındadır Bağımlılığın ikinci biçimi ise zaman, yer ve işin içeriğiyle ilgili. Zira bağımlı kendi hesabına çalışanın bağımsız bir kendi hesabına çalışana mı yoksa bağımlı çalışana mı daha fazla benzediğini bu iki bağımlılık biçiminin derecesi belirlemektedir. Bağımlı kendi hesabına çalışma, hem örgütsel sınırların hem de istihdam ile kendi hesabına çalışma arasındaki sınırların bulanık hale gelmesi ve sosyal güvenlik haklarından yoksun kalması anlamına gelmektedir (Böheim ve Muehlberger, 2006:3; European Parliament, 2008:26).

AB-27 ülkelerinde yapılan çalışma sonucuna göre, bağımlı kendi hesabına çalışanlar çalışma saatleri konusunda kendi hesabına çalışanlar gibi uzun saatler çalışmamaktadır; aksine bağımlı çalışanlara yakın çalışma saatlerine sahiptirler. Çalışma saatlerini belirleme konusunda bağımlı çalışanlardan daha esnekler ve bu durum iş yaşam dengesini kurmada avantaj sağlamaktadır. Bağımlı kendi hesabına çalışanlar, işyerinde sağlık ve güvenlik konularında risklere maruz kalma noktasında bağımlı çalışanlar ile kendi hesabına çalışanlar arasında ortada bir yerdedir. İşle ilgili özerklik düzeyi açısından da, ekonomik açıdan bağımlı işçiler, bağımlı çalışanlar ve kendi hesabına çalışanlar arasında yer almaktadır (Oostveen vd., 2013:6).

- **Portföy Çalışma**

Portföy çalışmaya yönelik önemli araştırmalar yapan Handy (1995:175), portföy çalışmayı *farklı müşteriler için çeşitli sayıda işler yapmak* şeklinde tanımlamaktadır. Ona göre portföy çalışma, bireylere kendi işlerini ve kariyerlerini organize etmek için yeni bir yol sunmaktadır. Handy, ilk olarak portföy kariyer kavramını tartışmakta ve kariyer sürecine bireyin ücretli, ücretsiz, gönüllü çalışmalar ve iş dışı aktivitelerini de dahil etmektedir. Ona göre bir kişinin kariyerini salt ücretli çalışmalar oluşturmamaktadır. Kişinin kariyer portföyünde iş dışı aktiviteleri, gönüllü ya da ücretsiz çalışmaları da yer almaktadır. Dolayısıyla kişinin ücretli çalışmaları ile birlikte diğer bütün aktiviteleri de kariyer sürecine dahil edilmektedir. Günümüzde artık kişiler hayatları boyunca tek bir örgütte ve bir işverene bağımlı olarak çalışmamakta, bir çok alanda farklı müşterilerle ve işverenlerle çalışmaktadır ve farklı işler gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla bireyin kariyeri, hem örgüt sınırları içindeki hem de örgüt dışındaki aktivelerinin birleşiminden oluşmaktadır (Clinton ve Totterdell, 2006:180).

Geleneksel tam zamanlı ve uzun süreli işlerin yerini kısa vadeli ve geçici süreli işlerin almaya başladığı, hiyerarşik örgüt yapılarından yatay örgüt yapılarına kaymanın yaşandığı günümüz çalışma hayatında kariyer süreci sadece bir örgütle sınırla kalmamaktadır. Bireyleri kendi kariyerlerini yönetmeye ve özellikle de herhangi bir örgüt/işverenden bağımsız olarak kendi istihdam edilebilirliklerini geliştirmeye imkan sağlayan alternatif modeller ortaya çıkmaktadır. Hiyerarşik bir örgüt yapısında yönetimsel bir pozisyona sahip olma anlayışından daha az yapılandırılmış ve bürokratik süreçlerden arınmış farklı alanlarda çeşitli çalışma biçimlerinden inşaa edilen daha fazla belirsiz bir kariyer anlayışına doğru bir geçiş olduğu görülmektedir (Cohen ve Mallon , 1999:329).

Bu süreç ‘portföy kariyer’ olarak adlandırılmaktadır. Portföy kariyerin tanımlayıcı özelliklerinden biri herhangi bir işverenden bağımsız olarak çalışması ve kişinin kendi niteliklerini farklı işverenler için özgür bir biçimde kullanması ve pazarlamasıdır. Handy’e göre *“giderek daha fazla insan profesyoneller gibi davranmaktadır. Bir maaş karşılığında değil, bir ücret karşılığında iş yapmaktadırlar. Zamanla bu kişiler ‘portföy’ olduklarının farkına varmaktadırlar. Portföy olmak, bağımsız ve özgür olmak için tam zamanlı istihdamdan feragat etmek anlamına gelmektedir. Portföy, farklı müşteriler için farklı işlerin toplamından oluşmaktadır. İş kavramı artık “müşteri” anlamına gelmektedir”* (Mallon, 1998:2).’

Portföy çalışma, freelance çalışma ve kendi hesabına çalışma kavramları bir çok ortak özelliklere sahip olmasına rağmen aynı zamanda birbirinden ayrılan özelliklere de sahiptir. Örneğin, Handy’nin portföy çalışma modeli ücretsiz, gönüllü çalışmaları da içermektedir. Benzerliklerine bakılacak olursa her ikisi de belirli zaman diliminde çeşitli müşteriler için çeşitli işler yapmaktadır. Her ikisi de bireyleri kendi hesabına çalışan olarak görmektedir. Son olarak, her ikisi de, müşterilerini ve projelerini seçebildiği nispeten mobil ve özerk istihdam biçimidir (Platman, 2004:576).

Kendi hesabına çalışma, freelance çalışma ve portföy çalışma deneyimine yönelik yapılan çalışmalar 1990’ların ortalarından beri hızla çoğalmıştır.Örneğin; Magazin endüstrisindeki freelance çalışanlara yönelik (Ekinsmyth, 1999), freelance çevirmenlere yönelik (Fraser ve Gold, 2001), Kamu endüstrisi profesyonellerine yönelik (Davies, 2001), sağlık hizmeti yöneticilerine yönelik (Cohen ve Mallon, 1999; Mallon, 1998) ve

freelance gazetecilere yönelik çalışmalar (Baines, 1999) portföy çalışmayla ilgili önemli çalışmalardır.

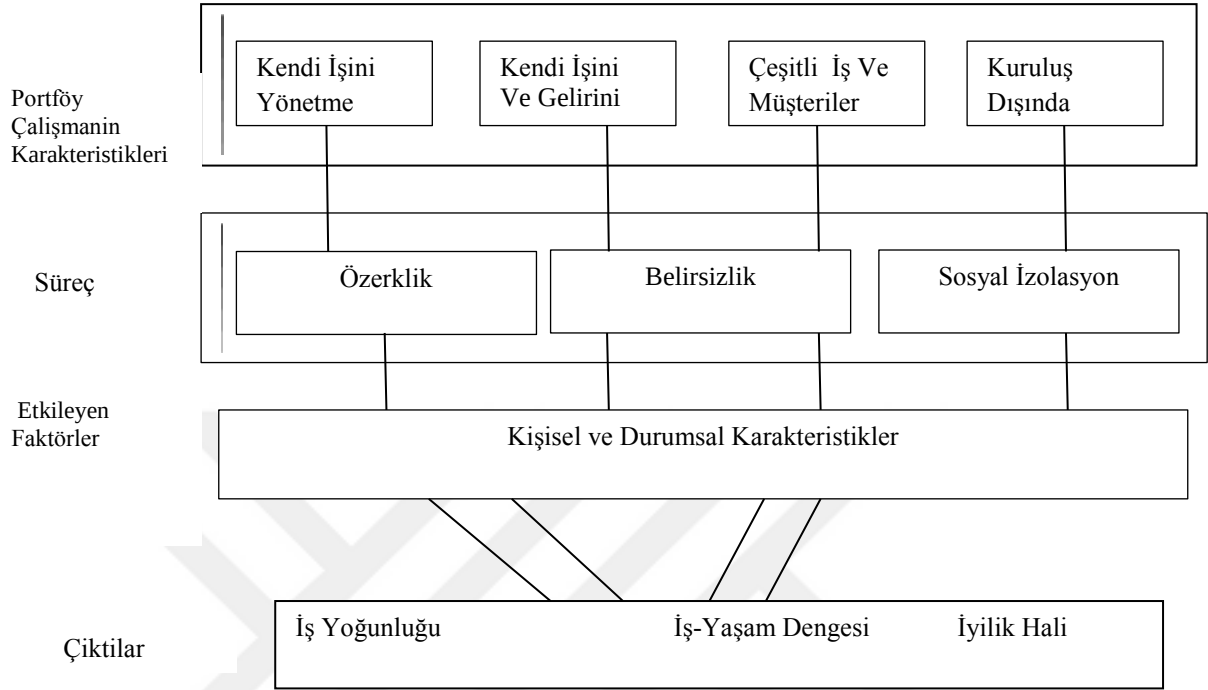
Çalışmalar daha çok portföy kariyer temelinden yola çıkarak portföy çalışmayı tanımlama yoluna gitmiştir. Bu bağlamda Clinton, Totterdell ve Wood (2006)'un kavramı teknik olarak tanımlamak amacıyla, yaş ortalaması 41,7 olan 8 erkek ve 18 kadından oluşan mülakat grubu ile yapmış olduğu çalışma, portföy çalışmanın teorik altyapısını oluşturmak açısından oluşturulmuş önemli bir kaynaktır.

İngiltere’de gazetecilik, iş danışmanlığı, eğitim, sağlık ve fitness danışmanlığı, yazarlık, organik tarım, yayıncılık, sanat, fotoğrafçılık, gibi farklı alanlarda çalışan portföy çalışanlarla bu çalışma biçimini nasıl deneyimlediklerine yönelik mülakat yapılarak elde edilen yanıtlardan ortak bir tanımlamaya ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan ortak tanımlama şöyledir(Clinton ve Totterdell 2006:183):

“Portföy çalışan, ‘ belirli aralıklarla ya da periyodik olarak kısa süreli sözleşmeler ile farklı sayıda örgütler ya da müşteriler için çalışan kendi hesabına çalışan ya da freelance çalışandır” .

Aynı zamanda portföy çalışmanın temel karakteristiklerinden kaynaklanan baskın psiko-mantıksal süreçler ve bu süreçlerin sonuçlarını göstermek için aşağıdaki model oluşturulmuştur.

Şekil 3:
Portföy Çalışma Modeli



Kaynak: Clinton, M., Totterdell, P., Wood, S. (2006). A Grounded Theory Of Portfolio Working: Experiencing The Smallest Of Small Businesses. *International Small Business Journal*, 24(2), 179-203.

Portföy çalışma, bir kişinin birden çok müşteri ya da işveren için çeşitli işler yapmasına dayalı bir çalışma şeklidir. Tek bir işverene bağımlılık söz konusu değildir.

Uzun vadeli bir çalışma anlayışı yerine müşteri ya da işverenlerle parça başı işler karşılığında çalışmayı ve üretilen çıktı ya da gerçekleştirilen performans karşılığında gelir elde etmeyi amaçlamaktadır. Bu modelde, Portföy çalışmayı karakterize eden temel özellikler şöyle ifade edilmektedir(Clinton ve Totterdell, 2006:179):

- (1) Bireyin kendi işini kontrol etme ve yönetmesi.
- (2) Bağımsız çalışma ve gelir elde etme
- (3) Çeşitli işlerin ve müşterilerin varlığı
- (4) Tek bir örgüte bağlı olmayan çalışma ortamı .

Söz konusu temel özellikler portföy çalışma deneyiminin merkezinde başlıca 3 farklı psikolojik sürecin yaşanmasına yol açmaktadır :

- Özerklik
- Belirsizlik
- Sosyal izolasyon.

Bu özellikler haricinde portföy çalışmanın nasıl deneyimlendiği konusunda çalışanların kişisel ve durumsal özellikleri de önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda bu psikolojik süreçler bireyin iş yoğunluğu, iyilik hali ve iş yaşam dengesi üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Bireylerin kendilerinin patronu olmak istemesi ve kariyer gelişimi için kendilerini sorumlu görmesi portföy çalışanların belirgin özelliklerinden biridir. Aynı zamanda iş ve gelir fırsatlarını kendileri yaratmaktadır. Çeşitli işlerde, görevlerde ve müşterilerle çalışmak portföy çalışmanın doğasında bulunmaktadır. Bireyin çalışma ortamı yaptığı işe bağlı olarak değişmektedir. Örneğin bir iş danışmanı zamanının çoğunu müşterinin ofisinde ya da evinde harcarken, bir sağlık danışmanı farklı spor salonlarında harcamaktadır (Clinton ve Totterdell, 2006:186-187).

İşgücü piyasasının karakteristiklerine göre çeşitli mesleklerde çalışan portföy çalışan grupları farklı çalışma koşullarına sahip olabilmekte ve buna dayalı olarak kendi çalışma biçimlerine ilişkin algıları da farklılaşabilmektedir. Bu nedenle farklı alanlarda ve sektörlerde çalışan portföy çalışanlar, portföy çalışmayı tanımlayan temel özelliklerin neden olduğu psikolojik süreçleri farklı biçimlerde yaşayabilmektedirler.

- **Sıfır Süreli Sözleşmeler**

Sıfır süreli sözleşme, yeni bir kavram değildir. 1980'li yıllardan itibaren uygulana gelen esnekleşme faaliyetlerinin bir parçasıdır. İşverenlere sayısal esneklik ve işgücü koruma uygulamalarından kaçma fırsatı sağlayan sıfır süreli sözleşmeler, kırk yıl öncesine dayanmaktadır. 1990'lı yıllarda Katherine Carve tarafından yapılan bir araştırmada, "sıfır saat sözleşmeleri olarak tanımlanan çalışma biçiminin yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Daha sonraki on yıl içinde ise sıfır süreli sözleşmeler işverenler tarafından kötüye kullanılarak artma eğilimine sahip olmuştur (Adams, Freedland ve Prassl, 2014:3).

“Sıfır saat sözleşmesi” sözlü olarak yapılmaktadır. İşçinin sürekli bir iş garantisi bulunmamaktadır ve ödeme sadece yapılan iş için yapılmaktadır. Genellikle, “işçiye herhangi bir iş garantisi verilmemekte; ancak işverenin ihtiyaç duyduğu zaman işçiye ulaşabilmesi ve işçinin de çalışmaya hazır olması gerekmektedir(Pyper ve McGuinness, 2013:5). Sıfır süreli sözleşmeler, belirli bir süre veya sürekli olabilmekte; ancak minimum çalışma süresi garantisi bulunmamaktadır. Bu, işçinin işveren tarafından hiç çağırılmayabileceği anlamına da gelmektedir. Bununla birlikte, işçinin işveren tarafından çağırıldığında işe gelmesi beklenmektedir.

Bir sözleşmenin sıfır süreli sözleşme niteliğinde olabilmesi için şu özelliklerin bir ya da daha fazlasına sahip olması gerekmektedir:

- (a) İşçi ihtiyaç duyulan bir zamanda ulaşılabilir olmalıdır.
- (b) İşçinin sadece bir işveren için çalışması gerekmektedir.
- (c) İşçiye, 12 hafta boyunca istihdam edildikten sonra işçinin normal çalışma saatlerini belirleyen bir sözleşme teklif edilmemiş olmalıdır.

Sıfır saatlik sözleşmelerin gerçekte ne olduğu konusunda bir belirsizlik bulunmaktadır. Açıkça tanımlanmamış, çok farklı ve değişken sözleşme düzenlemeleri vardır. Özellikle Sıfır süreli sözleşmeler son yıllarda yaygın olarak kullanılarak güvencesiz çalışmanın büyümesini maskeleymektedir. Kötü niyetli işverenler sürekli işler için de bu tür sözleşmeleri kullanmaktadır (Adams, Freedland ve Prassl, 2013:4). Çünkü güvencesiz çalışmanın yeni bir türü olan bu çalışma biçiminde işveren, işçinin tatil, analık izni, sosyal sigorta gibi ücretlerini ödemek zorunda kalmamaktadır. Aynı zamanda işveren haksız fesih gibi iş güvencesini sağlayan yaptırımlardan da kurtulmuş olmaktadır

Bu çalışma biçiminde işçiler, işverenin ihtiyaç duyduğu zamanda çalışmaya hazır olacaklarını kabul etmektedirler ve uzun süreli çalışma garantisinden de mahrum kalmaktadırlar. Sıfır süreli sözleşmeler, işverenlere gereksinim duyduklarında kullanabilecekleri bir işçi havuzu olanağı sağlamaktadır. Genel olarak işverenler sıfır süreli sözleşme ile işçilere iş garantisi vermek zorunda olmamakta; fakat işçiler de işverenin teklif ettiği işi kabul etmek zorunda kalmamaktadır. Bu bağlamda sıfır süreli sözleşmeler ara sıra çalışmak isteyen bazı insanlara uygun olmaktadır. Çünkü kazançları ve çalışacakları süre tamamen esnek olmaktadır

- **Bağımsız Yükleniciler (Independent Contractor)**

Bağımsız yükleniciler kavramını tanımlamak karmaşık bir konudur. Bağımsız yükleniciler ne bir işverendir ne de bir ücret sözleşmesine bağlı olarak çalışan bir çalışan olarak görülmektedir. Kendi vergi düzenlemelerinden sorumlu kendi hesabına çalışanlardır. Ancak, kendi hesabına çalışanların hepsi kendilerini bağımsız yüklenici olarak görmemektedir. Örneğin, sabit bir yerde çalışan küçük esnaf kendisini bağımsız yüklenici olarak tanımlamamaktadır. Bağımsız yükleniciler üretim araçlarına sahip olmasına rağmen, emek tarafından üretilen artı değeri tahsis etmezler. Aynı zamanda sıradan bir çalışan olarak da kabul edilmemektedirler. Dolayısıyla geleneksel işçi ve işveren kategorileri dışında yeni bir istihdam kategorisi olarak görülmektedirler. Ücretli çalışanlardan farklı olarak, genellikle, kendi işlerinin kontrolüne sahip olmakta ve işleriyle ilgili ekonomik riskin sorumluluğunu da üstlenmektedirler (Kalleberg, 2000:335-356).

Tipik bir işveren-çalışan ilişkisinde, işveren, hizmetleri yerine getiren kişiye, ne yapılması gerektiği ve nasıl yapılacağına ilişkin talimat verme hakkına sahiptir. Aynı zamanda işin yapılacağı yer ve işi yapmak için gerekli ekipmanın tedarik edilmesi konusunda sorumludur. Böyle bir ilişki bulunduğu durumlarda, çalışanın ve işverenin tüm vergi ve sosyal güvenlik primlerini ödemesi gerekmektedir. Aynı zamanda ücretli çalışanlar sendikalarda örgütlenme ve işten atılmaları durumunda tazminat gibi yasal haklara sahiptir. Oysa bağımsız yükleniciler, kendi hesabına çalışmaktadırlar ve en önemli özelliği ise, ne zaman ve kimin için çalışacakları konusundaki esnekliktir. Bağımsız yüklenicilerin belirli bir işvereni yoktur. Tüm bağımsız çalışanlar gibi, bu yükleniciler de kendi vergilerini ve sigortalarını ödemekle yükümlüdürler (De Silva vd., 2000:2).

Örneğin kendi şirketi olan John bir kitap editörüdür. Şirkette yaptığı iş karşılığında fatura vermekte ve vergi ödemektedir. Ancak hiçbir çalışanı bulunmamaktadır. Kendi adına çalışmaktadır. Pratikte yalnızca bir müşterisi vardır; tek bir yayıncı için tüm editör çalışmalarını yapmaktadır. Yayıncı onu freelance çalışan olarak görmektedir ve aynı anda birkaç başka freelance çalışan ile de çalışabilmektedir. John, büyük ölçüde kendi zamanını kontrol etmektedir. Yayıncının gönderdiği tüm işleri yapmak zorunda değildir; bir gün tatil yapmak istiyorsa, yayıncıya acil materyalleri diğer freelance

editörlere göndermesini söyleyebilmektedir. Ne zaman çalışılacağını, nerede çalışacağını ve günde kaç saat çalışması gerektiğine kendisi karar vermektedir. Ayrıca, yayıncının herhangi bir organizasyon kuralına tabi de değildir. John bir bağımsız yüklenicidir. Tek bir müşterisi olmasına rağmen, yayıncının kadrolu çalışanlarıyla aynı avantajlara ve dezavantajlara sahip değildir. Spesifik olarak, yayıncı ile olan ilişkisi komuta ilişkisinden farklıdır. Öte yandan, tek bir müşteri ile çalışması halinde, ilişki bağımlılık ile karakterize edilmektedir; ancak itaata tabi değildir. Fakat John'un pratikte birkaç gazete ile çalıştığını da varsaydığımızda, birkaç müşteri arasında riskleri dağıtma özelliği dolayısıyla ekonomik bağımlılık da azalmakta hatta ortadan kalkmaktadır. John, risklerden sorumlu değildir (Davidov, 2012:183).

- **Freelance Çalışma**

Freelance kavramı, ilk olarak Orta Çağ'da ödeme yapmaya hazır olan asil adama mızraklarını sunan askerleri tanımlayan bir terim olarak ortaya çıkmıştır. Free-lances (özgür-mızraklar) kavramı, o dönemde, herhangi birine bağlı olmayan özgür ajanlar olarak tanımlanıyordu. Yeni tanımlamalar ise bu özerklik fikrini hala korumaktadır. Freelance çalışanlar, herhangi bir işverene ya da şirkete uzun vadeli sözleşme taahhütleri olmayan, sürekli olarak istihdam edilmeyen, belirli görevler için kiralanan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Tipik olarak, bir dizi işverene tecrübeleri, becerileri ve uzmanlıklarına dayalı hizmetleri satan kendi hesabına çalışanlardır (Platman, 2004:577-578).

Öncelikle olarak Freelance çalışma kavramının kuramsal çerçevesini oluşturmak oldukça önemlidir. Zira kavram heterojenik bir yapıya sahiptir ve freelance çalışmanın farklı ülkelerde farklı biçimlerde gerçekleştiği görülmektedir. Hatta aynı devlette dahi farklı uygulamaları mevcuttur.

Freelance çalışma, atipik çalışmanın bir alt kategorisidir ve freelance çalışan kişi, genellikle, kendi hesabına çalışmaktadır. İşverenlerle uzun dönemli bir anlaşma yapmaksızın ürettiği içerik ya da haberleri birkaç işverene satmaktadır.

Dolayısıyla freelance çalışan, diğer taşeron, geçici ve kısa süreli sözleşme ile çalışan diğer atipik çalışanlardan ayrılmaktadır (Walters, Warren, Dobbie, 2006:6). Freelance çalışanlar müşterileri ile emek hizmetleri için sözleşme yapmaktadır.

Bu, müşterilerin onları kiralaması anlamına gelmemekte, yalnızca performansları için ödeme yaptıkları anlamına gelmektedir. Vosko (2006:144)'ya göre freelance çalışanlar tek başına çalışabilecekleri gibi bir kaç freelance çalışanın bir araya gelerek kurdukları bir şirket aracılığıyla da çalışabilmektedirler. Freelance çalışanların en önemli özelliklerinden biri tek bir işveren yerine aynı sektörde birden fazla müşteriyle devam eden iş ilişkilerinin olmasıdır.

Aslında freelance çalışma biçimi, bağımlı çalışma ve kendi hesabına çalışma arasında bir yerde konumlanmaktadır. Gerçekte, farklı araştırmacılar, sosyal partnerler ve kamu otoriteleri konuya farklı analiz konuları ile yaklaşmaktadır. Fakat neredeyse bütün araştırmacıların ortak çıkış noktası, freelance çalışmanın bir kendi hesabına çalışma biçimi olduğu ve bu çalışanların bağımlı çalışanlardan daha az sosyal koruma ile karakterize edildiğidir (Nies ve Pedersini, 2003:3).

Freelance çalışma, kendi hesabına çalışma biçimi olarak görülmekle birlikte yeni dünyanın şekillendirdiği üretim ilişkileri temelinde kendine has özelliklere de sahiptir. Bu nedenle salt kendi hesabına çalışmadır denilemeyeceği gibi kendi hesabına çalışmadan da ayrı bir yere konulması doğru değildir.

Dolayısıyla Freelance çalışanlar ücretle/maaşla çalışan kimse ile aynı statüde değildir; fakat aynı zamanda özgürlük, özerklik ve güç ile karakterize edilen kendi hesabına çalışmanın ideal biçimi olan bir girişimci (Fudge, 2003:41) de tam anlamıyla değildir. Tipik olarak girişimciler, üretim araçlarına ve üretim süreci üzerinde kontrole sahip olmakta ve sermaye biriktirmektedirler. Oysa freelance çalışanlar, kendi hesabına çalışan olmalarına rağmen bir çoğu kendi hesabına çalışmanın ideal biçiminden uzaktır (Stanworth ve Stanworth, 1997:53). Örneğin, bir girişimci üretim sürecini tamamen kendisi kontrol ederken, freelance gazetecinin çalışma koşullarının sınırları üzerinde kontrolü yok denecek kadar azdır. Çünkü sermayenin genel eğilimleri doğrultusunda haber üretmek avantaj sağlamaktadır, aksi durumda freelance çalışanlar ürettikleri haberleri satacak müşteri bulamamaktadır.

Bu dinamiğin sonucu olarak, freelance çalışanlar işçi ve işverenden ayrı bir bir sınıf olarak düşünülemez; fakat freelance çalışanların 'girişimci' den daha çok ücretli bir işçiye benzeyen melez bir sınıf olarak kavramsallaştırılması gerekmektedir (Fudge, Tucker ve Vosko, 2002: 7).

Nitekim, freelance çalışmanın yaygınlaşması uzun vadeli neo-liberal politikaların bir sonucu olarak görülmektedir. Maliyetleri düşürmek amacıyla çalışanların zorunlu olarak itildiği proje bazlı istihdamın bir görüntüsüdür (Christopherson, 2002:2003). Zaten Bilgi Ekonomisi'nde istihdam kavramı artık, son işin kadar iyisin vurgusunu yapan portföy kariyer (Platman, 2004) odaklı çalışmalara dayanmaktadır. Dolayısıyla çalışanlar tek bir işverene bağlı çalışmak yerine farklı müşteri/işverenlerle çalışarak kendi portföylerini oluşturmaktadır. Yapılan iyi iş, çalışanın daha sonraki zamanlarda yeni müşteriler bulması için de kendisine referans olmaktadır. Bu yüzden freelance çalışanın başarısı, kendi kişisel iletişim ağlarını yönetme kapasitesine bağlıdır. İş akışını canlı tutmak için ilişkilerin sürekli olarak yenilenmesi ve muhafaza edilmesi gerekmektedir (Gandini, 2016:127)

Sonuç olarak freelance çalışan kişi, yaygın olarak kendi hesabına çalışmakta ve işverenle uzun dönemli bir bağımlılık ilişkisi kurmamaktadır. Freelance çalışan ya emeğini müşterilere satan bir şirket ya da geçici bir ajans tarafından temsil edilmekte, ya da diğer çalışma şekli olarak bağımsız çalışmaktadır. Bazı durumlarda kendi üretim araçlarına sahip olup kendi web sitesi üzerinden müşterilere ulaşarak da faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Freelance çalışma özellikle, medya ve kültür endüstrilerinde oldukça yaygın olmaktadır (Hesmondhalgh ve Baker, 2010:5).

- **Tek Kullanımlılık İş (Disposable Work)**

Son yıllarda, işten çıkarmalar, küçülme, yeniden yapılanma ve dış kaynak kullanımı gibi faktörler, daha fazla istihdam güvencesizliğine yol açmaktadır. Tam zamanlı, istikrarlı, iyi ücretli bir iş bulmaya yönelik beklenti giderek azalmaktadır. Yeni nesil işgücü, istihdamın geçici, kısa ömürlü ve belirsiz olacağı bir gelecekle karşı karşıya kalmaktadır.

Esnek çalışma, hiç kimsenin uzun vadeli istihdam garantisine sahip olmadığı bir dünya yaratmaktadır. Çalışanlar, değişen dış çevre koşullarına daha bağımlı hale gelmektedir ve kendilerini daha az değerli hissetmektedir. Her an kullanılıp atılabilir oldukları için ağır bir baskı ve güvensizlik duygusu ile baş başa kalmaktadırlar (Webb, 2004:734). Geçicilik, yaşamın her alanına nüfuz etmektedir. Herkesin her an vazgeçilebilir olduğu ve güven ve sadakate dayalı ilişkilerin yok olup gittiği sık bir dünya yaratılmıştır (Urry, 1995:102)

“Tek kullanımlılık işgücü” yeni bir kavramdır. Tek kullanımlık terimi, pek çok genç insanın emek piyasasına girdiğini, hizmetlerinin birkaç yıl, tek kullanımlık bir emtia olarak kullanıldığını ve ardından emek piyasasını tamamen terk ettiğini ifade etmektedir. Contini ve Grand (2009:1), İtalya'daki işgücünün tek kullanımlık modellerini araştırdığı makalede, özellikle gençlerin, işsizlik oranının ve düzensiz, belirsiz faaliyetlerle çalışan işçilerin arttığını saptamıştır.

Dünyanın her yerinde, özellikle üçüncü dünya ülkelerinde uluslararası firmalarda çalışan kadınlar tek kullanımlık istihdam kapsamına girmektedir. Wright (2006), tek kullanımlık çalışan kadınların hikayesini ve bu fikrin fabrika duvarları içinde ve ötesinde nasıl arttığını, “Tek kullanımlık Üçüncü Dünya Kadınının Efsanesi” olarak adlandırdığı hikaye ile anlatmaktadır. Bu uluslararası masal, fabrika yöneticileri, şirket yöneticileri ve ürünlerini satın alan tüm dünyadaki tüketiciler de dahil olmak üzere her kesimden insanlar tarafından dile getirilmektedir; Diller, kültürler ve tarihi anlar boyunca da bu düşünce, günün koşullarına adapte edilerek devam etmektedir. Kadın işçinin tek kullanımlılığının doğal ve kültürel açıdan olgusal bir gerçekliğin sonucu olduğuna inanılmaktadır (Wright, 2006).

ABD Çalışma İstatistiği Bürosu, tek kullanımlık işçileri, bir firma için birkaç yıldan fazla bir süre hizmet veren ve becerilerini geliştiren; fakat kendi isteği dışında işini kaybeden ve bir daha denk bir istihdam imkanı bulamayan çalışanlar olarak tanımlamaktadır. 1990’lardan itibaren ABD’de büyük çaplı işten atılmalar bir fenomen haline gelmiştir. Çalışanların işlerinden atılmaları ve tabii ki hayallerinden de koparılmaları işletmeler için sıradan bir yönetim pratiği haline dönüşmüştür.

İşçiler mağdur olarak durumu kabul etmiş ve kanıksamak zorunda kalmıştır. ABD’de 1980’lerin başlarında beri yaklaşık 30 milyon tam zamanlı çalışan işlerini kaybetmiştir. Her defasında sabırlı olunması gerektiğine ve Amerika’nın tam zamanlı, güvenceli işler yaratacağına yönelik söylemler ortaya çıkmıştır. Fakat bu yalnızca bir masal olarak kalmış ve işten atılmalar devam etmiştir. Çünkü liberal politikaların bir sonucu olarak işletmeler küresel piyasalarda rekabet etmek zorundadır ve rekabet avantajı elde edebilmek için maliyetleri kısmaları gerekmektedir(Uchitelle, 2006:2). Kitlese işten atılmalar sadece sıradan bir ekonomik olayı yansıtmamaktadır. Çünkü işten atılmalar aynı zamanda istihdam ilişkilerinin de yeniden şekillenmesine yol açmaktadır.

İşgücü piyasası bu durumdan etkilenmekte ve piyasanın yeniden yapılanmasına yol açmaktadır. Bir anlamda uzun dönemli, güvenceli tam zamanlı istihdam yerini kısa süreli, tek kullanımlık, güvencesiz çalışmaya bırakmaktadır. İşsizlik artmakta, tek kullanımlık işler sonucunda anlık gelir ve kazanç elde etme normalleşmekte ve bireyler geçici işler bulabilmek için sürekli yer değiştirmek zorunda kalmaktadır (Moore, 1996:3).

Flaim ve Sehgal (1985:4), tek kullanımlık işçileri yarı zamanlı, sözleşmeye dayalı veya geçici ajanslar için gönülsüz çalışanlar ve zorunlu kendi hesabına çalışan kişiler olarak tanımlamaktadır. Bu çalışanlar fırsat verilmesi halinde daimi pozisyonları tercih etmektedir (Jing Yi, 2015).

2.2 Güvencesiz İstihdam

Bu bölümde güvencesiz istihdam kavramı ve güvencesiz istihdamın gelişim süreci açıklanarak güvencesiz istihdamın özellikleri ve düzgün iş ilişkisi ele alınmaktadır.

2.2.1 Güvencesiz İstihdam Kavramı

Düzensiz işgücü piyasaları, şiddetli rekabet ve teknolojik gelişmeler gibi küresel ekonomik eğilimler, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde, iş güvensizliği, düşük sosyal koruma, düşük gelir seviyesi ve geçici çalışma ile karakterize edilen karmaşık bir işgücü piyasası yaratmıştır (Menedez vd., 2007:776). Munck ve arkadaşları (2011:6)'na göre, güvencesiz çalışma, gelişmekte olan ülkelerde yaygın olarak görülürken, son yıllarda gelişmiş ülkelerde de artış göstermektedir.

Önceden sıradan bir durum olarak görülmeyen üretim ilişkilerinin enformelleşmesi ve işin güvencesizleşmesi artık tüm dünyada normalleşmektedir. Beck, bu durumu “Brezilyalılaşma” olarak tanımlamaktadır. Ona göre Güney’e özgü üretim kalıpları ve toplumsal ilişkileri Kuzey’in gelişmiş toplumlarına da yayılmaktadır. Beck (2014b:1), ‘Batının toplumsal yapısının da, Güney halklarının işlerindeki ve hayatlarındaki farklılaşma, belirsizlik ve güvensizlikle tanımlanabilen yamalı bohçaya benzemeye başladı’ vurgusunu yaparak, Güney toplumlarında hakim olan güvencesizliğin Batı toplumlarına da sirayet ettiğini ifade etmektedir.

Gerçekte güvencesiz istihdam, yeni bir sorun değildir. Yıllardır uluslararası ve ulusal aktörler, güvencesiz çalışmaya dikkati çekmektedir. En azından 1990'ların ortalarından beri, sendikalar, ILO'nun güvencesiz çalışma hakkında araştırma yapması ve daha ileri düzeyde harekete geçmesini sağlamak için girişimlerde bulunmaktadır. O dönemlerde “Güvencesiz” terimi kullanılmıyor olsa da, şu anda güvencesiz çalışma olarak adlandırdığımız kavramın özellikleri, 1997 ve 1998 yıllarında, “sözleşmeli işçi” ile ilgili bir madde ILC tarafından incelenirken tartışılmıştır (ILO, 2012a:23)

Nitekim, gelişmiş ülkelerdeki çalışma ortamındaki en önemli değişikliklerden biri, yeni istihdam biçimlerinin ortaya çıkışı ile esnek emek piyasalarının genişletilmesi olmuştur. Standart, tam zamanlı, daimi işlerin bulunabilirliği azaldığı için işgücü piyasası daha parçalı hale gelmiş, 'standart dışı' çalışmalar daha yaygın hale gelmiştir (Benach vd., 2002:405).

Güvencesizlik kavramı ilk olarak Dorothy Day tarafından 1952 yılında Fransız teologlar hakkında yazılan “Katolik İşçiler” adlı makalede kullanılmıştır. Komünist Rahip Leonce Crenier, güvencesizliği teolojik ve politik açıdan ele almış ve güvencesizliğin manevi hayat üzerindeki etkisini araştırmıştır. Zaman içinde kavram, düşük ücretli işler ve çalışma saatleri belli olmayan tehlikeli işler için de kullanılmaya başlanmıştır. Gerçekte kavramı tanımlamak zordur; çünkü farklı yazarlar farklı şekillerde ele almaktadır. Aynı zamanda literatürde güvencesiz çalışma kavramı; atipik ve standart dışı çalışma, durumsal (contingent) çalışma gibi farklı ifadelerde de kendini göstermektedir (Lambert ve Herod, 2016:4).

Güvencesizlik kavramı, bazı ülkelerde 1950’li yıllara dayanıyor olsa da, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra uygulanan yeni koruma sistemlerinin nüfusun bir bölümünü kapsam dışında bırakması sonucu 1990’lı yıllarda yaygın olarak kullanılan bir kavram haline gelmiştir (Frade vd., 2004:33)

Güvencesiz çalışma kavramı, Avrupa ve uluslararası düzeyde giderek yaygınlaşsa da, bu kavram için evrensel olarak kabul edilmiş bir tanım yoktur. Bu, esasen güvencesiz çalışmanın çok yönlü niteliği ve anlayışındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır; ülkeye, bölgeye, politik sistemlerin ve işgücü piyasalarının ekonomik ve sosyal yapısına bağlıdır (Jain ve Hassard, 2014).

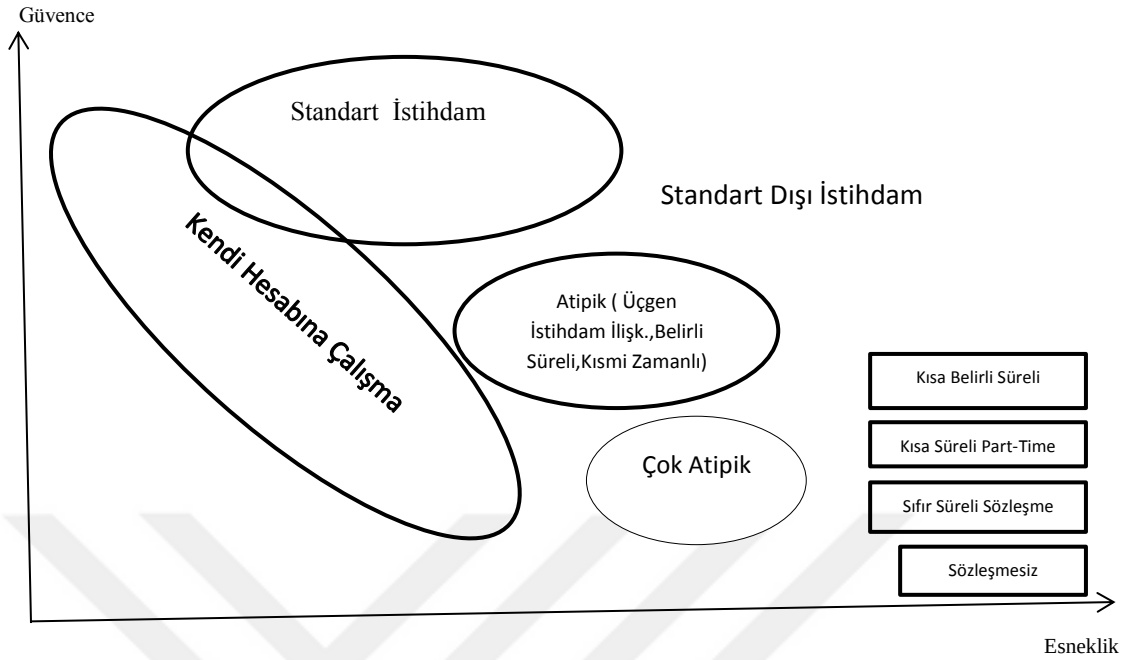
Dolayısıyla güvencesiz çalışma kavramı, ulusal geleneklere, istihdam ve refah rejimlerindeki farklılıklara ve her ülkenin göreceli durumuna göre farklı tanımlamalara ve farklı biçimlere sahiptir. Gelişmiş ülkelerde genellikle esnek, atipik ve geçici istihdam biçimleri şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bunlar geçici çalışma, belirli süreli çalışma, kısmi süreli çalışma biçimindedir. Gelişmekte olan ülkelerde ise güvencesiz istihdam, istihdamın enformelleşmesi veya marjinalleşmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Düll, 2003:4; Frade, Darmon ve Laparra, 2004:33). Birçok ulusal ve küresel sendika son yıllarda güvencesiz çalışmaya karşı kampanyalar başlatmış ve güvencesiz çalışmaya ilişkin kendi tanımlarını geliştirmişlerdir. Örneğin Uluslararası Metal İşçileri Federasyonu (IMF) güvencesiz çalışmayı, *“kalıcı iş gücünü minimuma indirmek veya azaltmak, esnekliği en üst düzeye çıkarmak ve riskleri işçilere yüklemek üzere işverenlerce tasarlanan uygulamalar”* olarak tanımlamaktadır. Güvencesiz çalışma standart dışı istihdamın bir sonucu olarak görülmektedir. Sonuçta ortaya çıkan işler genellikle kalıcı değildir, geçici, istikrarsız ve güvensizdir. Bu gibi işlerde çalışanlar çoğu zaman iş kanunu ve sosyal güvenlik korumaları kapsamında değildir. Avrupa Metal İşçileri Federasyonu (EMF) terimi daha geniş anlamda kullanmaktadır: Güvencesiz çalışma, standart dışı çalışmayı tanımlamak için kullanılan bir terimdir (Düll, 2003:5). Bir ülkede var olan standart dışı çalışma biçimi, güvencesiz istihdam olarak tanımlanırken, başka bir ülkede farklı şekilde değerlendirilebilmektedir. Bu, her ülkenin standart veya normal olana nasıl baktığı ile ilgili bir durumdur. Aynı zamanda güvencesiz istihdam ve ilgili kavramlar için istatistiksel bir kategori de yoktur. Bu nedenle, standart dışı istihdam yoluyla güvencesiz istihdamın ölçülmesi sorunludur, çünkü standart dışı istihdamın nasıl tanımlandığı konusunda da ülkeler arasında ortak bir anlayış yoktur. Örneğin, resmi istatistiksel kaynaklarda güvencesiz işler, güvencesiz çalışma kavramlarına ilişkin bir tanımlama bulunmamaktadır. Belirli süreli sözleşmeler, geçici istihdam, kısmi zamanlı çalışma ve kendi hesabına çalışma gibi önemli miktarda güvencesizlik içeren mevcut istatistiksel kategorilerin, salt güvencesiz istihdam ile açıklanması doğru değildir. Bir başka deyişle, standart dışı istihdam biçimlerinin hepsi güvencesiz değildir (Frade vd., 2004:45). Oysa güvencesiz istihdam kavramı, korumasızlık, belirsizlik ve güvensizlik ile karakterize edilmektedir.

Uluslararası Metal İşçileri Federasyonu, Afrika'da güvencesiz çalışmanın norm olduğuna dikkat çekmektedir. Bu nedenle, istihdamın güvencesiz olup olmadığını belirlemek için dört boyutun varlığına bakmak gerekmektedir: 1. İstihdamın kesinlik derecesi; 2. sendika varlığı veya yokluğu ile bağlantılı olarak çalışanın, emek süreci, çalışma koşulları, ücretler ve çalışma hızı üzerindeki kontrol derecesi; 3. koruma derecesi; 4. gelir düzeyidir (ILO, 2012a:28).

Güvencesiz istihdam kavramı içinde, güvenli, sürekli ve düzenli ücretli çalışmadan uzaklaşma eğilimi vardır. Güvencesiz istihdam kavramına ilişkin ilk tanımlamayı yapan Rodgers ve Rodgers (1989), güvencesiz istihdamı çok boyutlu bir olgu olarak ele alarak dört bölüme ayırmaktadır. Öncelikle işin devamlılığına ilişkin kesinlik derecesi güvencesizliği belirleyen önemli bir boyuttur. Güvencesiz işler, genellikle kısa süreli işlerden oluşur ve iş kaybı riski oldukça yüksektir. Belirsizliği de kapsayarak sürekliliğin olmadığı bir içeriğe sahiptir. İkinci olarak iş daha güvencesizdir ve çalışanların çalışma koşulları, ücretler ve çalışma yeri üzerindeki bireysel ya da kollektif kontrolü daha az olmaktadır. Üçüncü olarak çalışanlar, kritik öneme sahip olan sosyal koruma ve sosyal güvenlik (iş kazası ve meslek hastalığı, emeklilik, işsizlik sigortası vb) haklarından yoksun olmaktadır. Ayrıca çalışanlar, ayrımcılığa, işten atılmaya ve istenmeyen çalışma pratiklerine karşı korumasızdır. Dördüncü olarak da güvencesiz çalışma, yoksulluk ve sosyal güvencesizliğin eşlik ettiği düşük gelirli işlerden oluşmaktadır.

Fakat her istikrarsız iş de güvencesizdir anlamına gelmemektedir, iki veya daha fazla boyutun (zamansal boyut, örgütsel boyut, ekonomik boyut, sosyal boyut) kombinasyonu gerekmektedir. (Rodgers ve Rodgers, 1989:3).

Şekil 4:
Güvencesiz Çalışma –Standart Dışı İstihdam



Kaynak: Jain, A., & Hassard, J. (2014). Precarious Work: Definitions, Workers Affected And OSH Consequences. *European Agency for Safety & Health at Work.s.2*

Şekil 4’te güvencesiz çalışmanın 4 boyutu açıklanmaktadır. Güvencesiz istihdam üzerine yapılan geniş çaplı bir Avrupa çalışması (ESOPE)’ndan yola çıkılarak çizilen bu şekil, aynı zamanda güvencesiz çalışmanın bütünsel tanımını da yansıtmaktadır. Geçici istihdam, eksik istihdam, kendi hesabına çalışma, çağrı üzerine çalışma..vb çeşitli çalışma biçimleri toplumsal olarak kabul edilmiş normatif standartların altında kurulmaktadır. Bu standartlar, iş yasaları ya da toplu pazarlıklardan doğan haklardan oluşmaktadır. Standart dışı istihdam, çeşitli çalışma biçimlerini kapsayan oldukça geniş bir kavramdır. Standart dışı çalışma biçimlerinde genel olarak ekonomik yaşama ve özellikle iş piyasasına bağlı güvensizlik ve risklere karşı işçiler arasında dengesiz bir dağılım söz konusudur. Dolayısıyla güvencesiz istihdam, çeşitli nitelikte olan ve bazıları güvencesizlik unsurları ile karakterize edilen istihdam ilişkilerini kapsamaktadır (Jain ve Hassard, 2014:2).

“Güvencesizlik”, kayıtdışı çalışmada olduğu gibi, hem standart hem de standart dışı işlerde bulunabilmektedir (Şekil:4). Aslında, dikkat edilmesi gereken şey şudur: standart kavramı, standart dışı tartışmalarında bir kriter olarak ele alınırsa, birçok standart işin çalışma koşullarında ülkeler arasında farklılıklar olacaktır ve standart işlerde dahi birçok işçi tehlikeli koşullarla karşı karşıya gelebilecektir.

Örneğin, eğer işlerin sürekliliği belirsiz olursa ya da iş, işçiyi mesleki tehlikelere maruz bırakırsa ve ücretler yoksulluk düzeyinde ise, işin standart olması güvencesiz olmadığı anlamına gelmeyecektir. Bu bağlamda standartın bir kıyaslama olarak kullanılması, çalışma koşullarının her zaman iyi olması nedeniyle değil, aksine, standart işle ilişkili temel özelliklerden sapan, yeni sözleşme biçimlerinin ortaya çıkmasıyla ilgilidir. Öyle ki standart işler güvensiz olabileceği gibi standart dışı işlerin daima istikrarsız olacağına dair iddia da yanlış olacaktır. Standart dışı, sözleşme biçimiyle ilgilidir; güvencesizlik ise işin niteliklerini belirtmektedir. Bununla birlikte, her ikisi de değişmekte olan istihdam koşullarını ve olumlu koşulların kaybedilmesini yansıtmaktadır (Kalleberg ve Hewison, 2013:274)

ILO'nun yayımladığı “*Dünya’da İstihdam ve Sosyal Görünüm :İşlerin Değişen Doğası (2015)*” adlı raporda güvencesiz çalışmanın yaygınlaşması meselesi şöyle ele alınmaktadır (ILO, 2015e:13):

“Gelişmiş ülkelerde standart istihdam modelleri azalmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde ise bazı iş sözleşmelerinin ve ilişkilerinin güçlenmesine karşın bir çok ülkede kayıt dışı istihdam giderek artmaktadır. Özellikle kısa süreli sözleşmeler ve düzensiz çalışma saatleri yaygınlaşmaktadır. Bugün ücretli maaşlı istihdam, küresel istihdamın neredeyse yarısını oluşturmaktadır. Özellikle Güney Asya ve Sahra Altı Afrika’da çalışanların yalnızca %20’si ücretli maaşlıları kapsamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde ise tüm çalışanların yüzde 60’ından fazlası herhangi bir iş sözleşmesi olmadan çalışmaktadır; çoğu kendi hesabına çalışmakta ya da aile işlerine katkıda bulunmaktadır. ücret ve maaş karşılığı çalışanların bile yarısından azı (yüzde 42’si) tam zamanlı ve sürekli çalışmaktadır. Yani her 10 ücretli ve maaşlı çalışanın 6’sı ya part time ya da geçici çalışmaktadır”

Sonuç olarak güvencesiz çalışmaya ilişkin tanımlamaların genişliği ve çeşitli standart dışı çalışma biçimlerinin farklı iş düzenlemelerine sahip olması dolayısıyla 2011 yılında gerçekleştirilen ACTRAV Sempozyumunda, güvencesiz çalışmanın kapsamı, güvencesiz iş düzenlemelerinden en çok olumsuz etkilenen işçilerin çoğunluğunu kapsayan birkaç kategoriye indirgenmeye çalışılmıştır. Sempozyum, dört tehlikeli çalışma koşuluyla karakterize edilen iki kategorili sözleşmeye dayalı düzenlemeye odaklanmaktadır(ILO, 2012a:29):

Sözleşme Biçimleri

- (1) Sözleşmenin kısa ve belirli süreli olması : sabit süreli, kısa vadeli, geçici, mevsimlik, günlük işçi ve geçici işçiler,

(2) İstihdam ilişkisinin doğası: üçgen ve gizli istihdam ilişkileri, sahte kendi hesabına çalışma, taşeronluk ve acentelik sözleşmeleri.

Güvencesiz Koşullar ise:

(1) Düşük ücret,

(2) İşten atılmaya karşı zayıf koruma,

(3) Genellikle tam zamanlı standart istihdam ile bağlantılı sosyal koruma ve faydalara erişim sorunları,

(4) İşçi haklarına erişimde sorunlarıdır.

Güvencesiz istihdam, iş güvencesizliğini kapsayan, düşük gelirli, sınırlı sosyal yardımlar ve kanuni yetkileri içeren bir çalışma biçimi olarak tanımlanmaktadır. Güvencesiz istihdamı, istihdam durumu , istihdam biçimi ve işgücü piyasası güvencesizliğinin boyutları şekillendirmektedir. Genellikle, istikrarsız, sürekli olmayan, geçici, güvensiz iş düzenlemelerini ifade etmektedir. Bu işlerde çalışan işçiler, iş kanunları ve sosyal güvenlik koruması kapsamı altında değildir. Güvensiz ve güvencesiz çalışma, işçiler, aileleri ve toplumlar için daha büyük ekonomik eşitsizlik, güvensizlik ve istikrarsızlık yaratmaktadır (ITUC, 2011:12).

Ülkelerde güvencesiz istihdam konusundaki tartışmalar ise geniş ya da dar kapsamda ele alınmaktadır. Fransa'da yoksulluk araştırmaları kapsamında ele alınırken; İtalya ve İspanya'da gizli istihdam; Almanya'da işgücü piyasası düzenlemeleri bağlamında ele alınmaktadır. Fransa ve İngiltere'nin aksine, Alman, İtalyan ve İspanya'daki tartışmalar endüstriyel ilişkiler konularına yoğunlaşmaktadır (Frade vd.,2004:34; Düll, 2003:4). Güvencesiz istihdam kavramı yaygın olarak Fransa, İspanya ve İtalya'da kullanılırken, Almanya'da sosyal bilimciler tarafından daha kısıtlı kullanılmaktadır. Almanya'da, 'güvencesiz istihdam' kavramına ilişkin genel kabul gören bir tanım yoktur. Onun yerine atipik istihdam (Prekäre Beschäftigung) kavramı daha yaygındır; ancak bu terimin tanımları da farklılık göstermektedir.

Genel olarak, kısmi zamanlı çalışma (aylık brüt kazanç 400 € 'ya kadar olan mini işler), ve belirli süreli sözleşmeler standart çalışmadan farklı olduklarından, standart dışı istihdam biçimleri olarak görülmektedir (Weinkopf, 2009:1).

İngiltere'de, güvencesiz istihdam kavramı nadiren kullanılmakta ve ulusal tartışmalarda yer almamaktadır. Çünkü a-tipiklik, bazı ülkelerde açıkça belli değildir. Güvencesiz istihdam kavramının çok yönlü ve çok boyutlu olması dolayısıyla genel bir tanımlamasının yapılması zor olmaktadır (Frade vd., 2004:7-8) .

2.2.2 Güvencesiz İstihdamın Gelişimi

Geçici ücret emeği, sadece modern çağın bir olgusu değildir. Antik Yunan'da, topraksız emekçiler, gündelik iş için işe alınan çok düşük bir sosyal statüye sahipti. Herhangi bir yere ait olmadıkları için yerli kölelerin statüsünden daha düşük görülmekteydi (Finley, 2002:v).

Sanayi devrimiyle birlikte işçilerin, üretim araçlarından sürekli olarak ve kitleler halinde kopması, Avrupa'da sürekli olarak büyüyen tehlikeli bir işçi sınıfının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu sınıfın yarısından azı bir fabrika tarafından istihdam edilirken, çoğu, işsiz kalmış ya da sık sık yer değiştirerek gündelik çalışmak zorunda kalmıştır (Van Der Linden, 2005:14).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ise kapitalist ekonomiler, eşi benzeri görülmemiş bir büyüme yaşamışlardır. Batı Avrupa'da sosyal güvenlik programlarının genişletilmesiyle Kuzeydeki işçi sınıflarının büyük bir kısmının bu kapsamda yer alması olanaklı hale gelmiştir (Munck, 2003:47). Yirminci yüzyılın başlangıcından itibaren, Batı Avrupa ve diğer gelişmiş kapitalist ülkelerde endüstriyel devrimin neden olduğu yoksulluk ve kötü yaşam ve çalışma koşulları iyileşmeye başlamıştır. Karl Polanyi'nin Büyük Dönüşümü (1944) adlı kitabında ifade ettiği gibi, bu değişiklik kaçınılmaz bir şekilde gerçekleşmiştir. Çünkü kendi kurallarına göre işleyen bir piyasa sisteminin insan toplumuyla bağdaşması imkansızdır ve yok olmaya mahkum olarak görülmüştür. Ortaya çıkan sistemin belirgin bir özelliği, resmi bir iş sözleşmesine dayalı düzenli ve sürekli bir çalışma sisteminin varlığıdır. Gelişme, eşitsiz ve ülkeden ülkeye farklılık göstermesine rağmen, istihdam şartları daha uygun hale gelmiştir.

Asgari ücret, tehlikeli çalışmaya karşı koruma, zorunlu eğitimin sunulması, daha kısa çalışma saatleri, fazla mesai için daha yüksek ücret, yıllık izin, keyfi işten çıkarma yasağı ve işgücünün daha güçlü bir pazarlık avantajına sahip olması gibi unsurlar sendikaların gücünün artmasıyla daha olanaklı hale gelmiştir (Bremen ve Van Der Linden, 2014:921).

Fakat, 1980'li yılların başından itibaren uygulanan neo-liberal politikalar, çalışma hayatında, özellikle çalışanlar açısından bir çok sorunun yeniden ortaya çıkmasına neden olmuştur. Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler, üretimin yapısını değiştirmiş, esnek çalışma biçimlerinin yaygınlaşmasıyla çalışanların çalışma koşullarında insani olmayan durumlar varlığını daha artırmıştır. Artan işsizlik ve kayıt dışı istihdamın yaygınlaşmasıyla beraber güvenceden yoksun, sendikal temsil ve toplu pazarlık kapsamı dışında çalışan sayısı giderek artmıştır (Günaydın, 2015:124). Sosyalizmin 1990'da çöküşüyle birlikte, kapitalizm nihai zaferini ilan etmiştir. Ekonomik liberalizasyon sürecini hızlandıran piyasa köktenciliği, hakim tek güç haline gelmiştir. Fakat bu süreç ekonomik ve sosyal eşitsizliğin Batı'da istikrarlı bir şekilde yükselmeye başlamasına ve kısa süreli spekülatif patlamalar dışında, genel olarak ekonomik büyümenin yavaşlamasına yol açmıştır. Küresel Kuzey'deki standart istihdam ilişkisi adım adım kırılarak gücencesiz çalışmaya doğru evrilmeye başlamıştır. Bu durum literatürde Kuzey'in Brezilyalılaşması olarak açıklanmaktadır (Munck, 2003:18).

Kalleberg (2009:2) hem ABD'de, hem de dünya çapında sosyal, ekonomik ve politik değişimlerin, işi daha istikrarsız hale getirdiğini savunmaktadır. Geçtiğimiz yıllarda milyonlarca Amerikalı'nın işlerini istemsiz bir şekilde terk etmeye zorlandığına, ev ipoteği hacizleri ve kişisel iflas davalarının arttığına ilişkin veriler sunarak, belirsiz ve işçi açısından riskli işlerin yaygınlaştığını iddia etmektedir.

Sosyolog Jan Breman ve emekçi tarihçi Marcel Van der Linden (Breman ve Van Der Linden (2014:920) de çağdaş kapitalizmde, güvencesiz çalışmayı ve güvencesiz çalışmanın geçmiş ve mevcut kapitalizmde oynadığı rolü ele almaktadır. Kapitalizmin bir normu olarak standart istihdam ilişkisini açıkça sorgularken, uzun vadede küresel istihdam ilişkisinin gerçek normu olarak, durağanlığı ve güvensizliği kavramsallaştırmaktadır.

1980'lerden itibaren gerçekleşen esnekleşme Batı'daki emek politikaları için önemli bir örgütlenme ilkesi haline gelmiştir. Bu reformlar, işgücü piyasasında işçilerin hakları konusunda önemli sınırlandırmalar getirmiştir. Batı'da finans piyasalarının açılması, devlet müdahalesinden arınmış küresel finans sisteminin refah devleti ile arasında bir çatışmaya yol açmıştır. Modern ekonomi, işçi sendikalarıyla birlikte bu eski sistemi silip atarak bilgiye dayalı yeni bir sistem yaratmıştır.

Bu durum, tam istihdamın ortadan kalkmasına ve üçüncü sektör olan hizmet sektörünün büyümesine yol açarak güvencesiz emek düzenlemelerinin oluşumuna hizmet etmiştir. Batı ekonomilerinin dışında kayıt dışılaştırma olarak ifade edilen süreç de aynı gelişmelerin sonucudur. Dikkat çekici bir fark ise, prekarlılaşan ücretli işçilerin yani belirsiz, koşullu, istikrarsız, güvensiz koşullara bağımlı hale gelen işçilerin, son zamanlara kadar, Batı'da atipik olarak görülmesidir (Van Der Linden, 2005:11-12; Munck, 2003:99). Kapitalist toplumlarda geniş yelpazeli ücret-temelli istihdam ilişkileri mevcuttur. Yelpazenin bir ucunda nitelikli işçiler yer almaktadır. Öte yandan, herhangi bir hakka sahip olmayan, kaderi patronun kaprisine bağlı olan ve devlet, sendika ya da başka bir örgüt tarafından fiziksel ve ekonomik tacize karşı korunmayan geçici işçiler vardır (Van Der Linden, 2005:10). Diğer bir deyişle bir tarafta bir işverenle tam zamanlı bir pozisyonda ve sadece işverenin iş yerinde çalışan asgari bir gelire ve sosyal haklara sahip, haksız işten çıkarılmaya karşı yasal, toplu veya geleneksel korumaya sahip olmasının yanı sıra hastalık, kaza ve işsizlik sigortası kapsamına erişim kapsamı geniş olan standart istihdam ilişkisine sahip işçiler bulunmaktadır. Diğer tarafta ise güvencesiz istihdam ilişkisine sahip işçiler yer almaktadır. Güvencesiz koşullarda yaşayanların kaderleri üzerinde hiçbir kontrolü yoktur ve başkalarının iyi niyetine bağlıdır; Hiçbir güvenceye sahip değildirler ve o anki koşullara bağımlıdırlar (Rodgers ve Rodgers 1989:9; Vosko, Zukewich ve Cranford, 2003).

2.2.3 Güvencesiz İstihdamın Özellikleri ve Düzgün İş İlişkisi

Dünyada üzerinde tahmin edilemeyecek kadar çok güvencesiz, belirsiz, tehlikeli ve öngörülemeyen çalışma koşullarında çalışmak zorunda bırakılan kişi bulunmaktadır. İşsizlik rakamları, tek başına endişe kaynağı olmakla birlikte, bir işte çalışan fakat iyi bir işi olmayan, iyi bir ücret, güvenli bir gelecek, sosyal koruma ve temel haklara erişimi olmayan çalışan sayısı çok daha fazladır. Özellikle 2007 yılından beri dünya genelinde yaşanan küresel mali, ekonomik ve sosyal kriz, bu sorunları derinleştirmiştir. Krizden ders çıkarmak ve başarısız olan neoliberal ekonomik modelini değiştirmek yerine, hükümetler kendilerinin finansal piyasalar tarafından yönetilmesine izin vermektedir.

Emek piyasalarının serbestleştirilmesini amaçlayan politikalar, istihdam ilişkisini dönüştürmede rol oynamakta ve böylelikle son on yılda güvencesiz işlerin ortaya çıkmasına ve büyümesine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır.

Kamu endüstrisinde istihdam azaltılıp, işçi hakları daha da aşındırılmaktadır. Güvencesiz çalışma, sınırlı veya hiç sosyal yardım ve yasal haklara sahip olmayan, yüksek iş güvencesizliği, düşük ücret ve iş kazaları ve meslek hastalıkları riskinin yüksek olduğu standart dışı iş sözleşmeleri ile karakterize edilen çalışma biçimlerine atıfta bulunmaktadır. İşçiler üzerinde olumsuz etkilere sahip olan 'esneklik', riskleri firmalardan alıp işçilere kaydırmaktadır. Ücretler kırılmakta ve milyonlarca işçi, pek çok ülkede güvencesiz, geçici ve güvensiz istihdama itilmektedir (ILO, 2012a:3; Evans ve Gibb, 2009:4).

Literatürde düzgün iş, saygın iş, insan onuruna yakışır iş ve uygun iş gibi tanımlamalar yapılan insana yakışır iş kavramı (Işığışok, 2010:309), ilk olarak 1999 yılında Uluslararası Çalışma Konferansı toplantısı, 87. oturumunda ILO Direktörü Juan Somavia'nın yayınladığı raporda ele alınmıştır. Raporda ILO'nun temel amacı, kadınlar ve erkekler için özgürlük, eşitlik, güvenlik ve insan onuru koşullarında iyi ve üretken çalışma imkânı yaratmak olarak tanımlanmıştır. Kavram, bugün çalışma hayatı ile ilgili geniş ve çeşitli boyutları taşımaktadır . 93. Uluslararası Çalışma Konferansında yeni program ve bütçe, İnsana Yakışır İş'in her düzeyde yaygınlaştırılmasına hizmet edecek şekilde planlanmıştır. Programda ILO dört geniş stratejik hedefi gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Bunlar :

- (1) Çalışma hayatında temel prensipleri ve hakları sağlamak;
- (2) İstihdamın artırılması;
- (3) Sosyal korumanın güçlendirilmesi;
- (4) Sosyal diyalogu genişletmek.

Bu bağlamda istihdam, her çeşit çalışmayı kapsamaktadır ve nicel ve nitel boyutlara sahiptir. Dolayısıyla, insana yakışır iş, sadece kayıtlı ekonomideki işçiler için değil, aynı zamanda düzensiz çalışan ücretli işçileri, kendi hesabına çalışanları ve ev eksenli çalışanları da kapsamaktadır. İnsana yakışır iş, göstergeleri olarak nitelendirilen bu 4 temel unsurun birlikte varlığı ile anlamlı ve işlevsel hale gelmektedir.

Bu unsurlardan birinin yokluğu, işin insana yakışır olma özelliğini de ortadan kaldırmaktadır. ILO tarafından gerçekleştirilen farklı programlar, insana yakışır iş kavramına ilişkin geniş uygulama alanı oluşturmaya yönelik girişimleri de içermektedir.

ILO gerçekleştirdiği girişimler neticesinde insancıl çalışmanın 5 önemli boyutu üzerinde öneriler sunmaktadır:

- (1) alışma saatlerine ilişkin düzenlemeler,
- (2) İş yaşam dengesini sağlama,
- (3) Cinsiyet eşitliğini sağlama,
- (4) retkenliği arttırma;
- (5) alışanların çalışma saatleri üzerindeki etkisini arttırma olarak sıralanabilir.

Aynı zamanda kavram, bu temel 4 göstergenin ötesinde, DWCP'lerde veya diğer politika belgelerinde ifade edildiği gibi, her ülkeye özgü koşulları ve öncelikleri de yansıtmalıdır (Ghai, 2003:113; ILO, 2008:4; Jean-Yves Boulın, 2006:24). ILO, insancıl iş kavramını, kadınlar ve erkekler için özgürlük, eşitlik, güvenlik ve insanlık onuruna sahip koşullarda insana yakışır ve üretken bir çalışma ortamı yaratmak için fırsatların geliştirilmesi şeklinde tanımlamıştır (ILO, 1999: 6). ILO'nun insana yakışır iş konusuna önem vermesinin nedeni, özellikle küreselleşme ve neo-liberal politikalar karşısında olumsuz çalışma koşullarına maruz kalan ve işveren karşısında giderek daha zayıf duruma gelen işçi sınıfı için insan onuruna yakışır iş olanaklarının arttırılmasını sağlamaktır. Aslında insana yakışır iş prensibi ilk kez, 1948 İnsan Hakları Evrensel Beyannamesinde kabul edilmiştir. Buna göre herkes çalışma hakkına sahiptir ve kendi işini özgürce seçebilmelidir. Hiçbir ayrımcılığa tabi tutulmadan eşit iş için eşit ücret almalıdır. alışan herkesin kendisi ve ailesinin insan onuruna yakışır bir hayat sürmesini sağlayacak sosyal koruma hakları sağlanmalıdır. 1999'dan bu yana ise Uluslararası alışma rgt insana yakışır iş kavramını gündemi'ne alarak faaliyetlerde bulunmakta ve son zamanlarda yaşam kalitesini iyileştirmenin bir aracı olarak insancıl iş yönündeki faaliyetlerine ivme kazandırmaktadır (Athanasou, 2010:36).

İnsana yakışır işler, kişinin daha üretken olabileceği ve karşılığında adil bir ücret elde edebileceği, iş güvenliğini ve sağlıklı çalışma koşullarını benimseyen, örgütlenme özgürlüğü sağlayarak iş yerinde ayrımcılığı önleyen, çalışanların gelişimlerini sağlayan ve görüşlerini sunmak, çıkarlarını savunmak ve tartışmalara katılmak konusunda iyi fırsatlar sunan işlerdir (Ghai, 2003:113). Bireylerin alışma ve istihdam haklarına, iş sağlığı ve güvenliği koşullarına, sosyal güvenlik olanaklarına ve sendikalar ya da diğer

temsil ve katılım mekanizmaları aracılığıyla kendilerini ifade etme haklarına sahip olduğu çalışma koşullarını ifade etmek için kullanılmaktadır (Işığışık, 2010:328).

2.2.4 Esnek Çalışma Biçimleri ve Güvencesiz İstihdam İlişkisi

Yeni Kapitalizm kavramı, kapitalizmin yeni bir evreye girdiğini ve sermayenin örgütlenme biçimlerinde farklılaşmaların ortaya çıktığını ifade etmek için kullanılmaktadır. Özellikle küreselleşme ve artan rekabet, iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, sermayenin küresel düzeyde mobilizasyonunu mümkün kılarken, aynı zamanda, esnek örgütlenme imkanına da sahip olmasını sağlamaktadır. Söz konusu dinamiklerin ortaya çıkardığı en önemli sonuçlar arasında, üretimin taşeronlaşması, emek piyasasının esnekleştirilmesi gelmektedir (Emirgil, 2010:225).

Bir işçinin ve bir işverenin bulunduğu standart istihdam modelinde çalışanlar, belirsiz süreli sözleşmelere dayalı olarak, çoğunlukla işverenin binalarında tam zamanlı ve sosyal güvenlik sistemi kapsamında çalışmaktadır (Evans ve Gibb, 2009:4). Fakat son yıllarda, kendi iradesine terk edilmiş işgücü piyasasında esneklik uygulamaları daha da artmıştır. İşverenler, firma dışına iş vererek ya da taşeron sözleşmeler yaparak ve standart dışı istihdam biçimlerini kullanarak çekirdek personeli küçültme yoluna yönelmişlerdir (Stanford ve Vosko, 2004: 8).

Standart istihdam ilişkisinin parçalanmasının sonucunda ortaya çıkan standart dışı istihdam, kısmi zamanlı, belirli süreli, kendi hesabına, bağımsız veya ev eksenli çalışmayı da kapsayan yeni çalışma biçimlerinin ortaya çıkmasını ifade etmektedir. Ayrıca, geçici istihdam büroları ve sözleşmeler yoluyla işe alma ve sıfır saat sözleşmeleri de bu kapsamda ele alınmaktadır. Ancak, standart dışı istihdam, ekonomik şartları güvencesiz istihdamdaki işçilerden çok farklı olan bağımsız profesyoneller ve kendi hesabına çalışan bazı çalışanların yüksek ücret aldığı ve güvenceye sahip olduğu bir dizi istihdam biçimini de kapsayan geniş bir kavramdır (O' Connor, 2008:2).

OECD ülkeleri geleneksel standart istihdam ilişkilerinden giderek uzaklaştığından, güvencesiz istihdam konusu son yıllarda daha fazla tartışılır durumu gelmiştir. Çünkü standart dışı çalışma biçimlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte çalışma biçimleri daha güvencesiz bir hal almaktadır. Standart dışı çalışma ile güvencesiz istihdam arasında nedensel bir bağ bulunmamasına rağmen, araştırmalar iki kavram arasında güçlü bir

ilişki olduğunu göstermektedir. Fakat bu, standart dışı istihdam biçimlerinin tümünün güvencesiz olduğu anlamına gelmemektedir. Güvencesiz istihdamda, standart dışının varlığı önemli oranda dahil olsa da, standart istihdam ilişkilerinde de güvencesizlik yer alabilmektedir. Dolayısıyla standart dışı istihdam, güvencesizlikle eşanlamlı değildir (Fudge vd., 2002; Tucker, 2002; Vosko, Zukewich ve Cranford, 2003; O' Connor, 2008:2). Örneğin bir çok ülkede, belirli süreli ve kısmi zamanlı çalışmada artışlar meydana gelmektedir. Kısmi zamanlı çalışma, doğrudan güvencesiz bir çalışma olarak algılanmamasına rağmen, gönülsüz kısmi zamanlı çalışmada bir artış olduğu ve çalışanların kısa çalışma saatlerini kabul etmek zorunda kaldığı görülmektedir. Kısmi zamanlı çalışmanın kalitesini belirleyen iki etmen vardır: Birincisi, kısmi zamanlı çalışmanın gönüllü ya da zorunlu olup olmadığı, yani çalışanların çe bu işi seçip seçmedikleri, yoksa bir alternatiften yoksun oldukları için kısmi zamanlı çalışmaya zorlanıp zorlanmadıklarıdır. İkincisi, kısmi zamanlı çalışmanın, düzenli, uzun vadeli bir çalışma imkanı sunması ya da geçici bir iş düzenleme mi olduğu ile ilgilidir. Fakat yine de araştırmalar, kısmi zamanlı istihdamın tam zamanlı istihdamla kıyaslandığında önemli bir eşitsizlik kaynağı olduğu ve kadınların daha çok düşük vasıflı işlerde istihdam edilmesinin kısmi zamanlı çalışmanın bir karakteristiği olduğunu göstermektedir. Zaten kısmi zamanlı çalışma, esasen bir tür gizli işsizlik olarak görülmektedir. Dolayısıyla gönülsüz kısmi zamanlı çalışma, güvencesiz olarak algılanmakta güvencesiz istihdam ilişkileri alanına dahil olmaktadır. Bununla birlikte, sahte kendi hesabına çalışma⁵, kayıt dışı çalışma ve geçici çalışma da işçilere düşük düzeyde istihdam ve refah koruması sağladığı için sıklıkla güvencesizlikle ilişkilendirilmektedir. Kendi hesabına çalışma, genellikle işçileri sosyal sigortadan ve sosyal korumadan dışladığından, sahte kendi hesabına çalışma, istihdam ile ilişkili risklerin yükünü işverenden işçiye kaydırmanın bir yöntemi haline gelmektedir (McKay, vd., 2012:6; Kjeldstad ve Nymoen, 2010:10-11).

Esnek istihdam ve güvencesiz istihdam arasında önemli bir ayrım bulunmaktadır: Güvencesizlik, kendine has farklı tanımlamalara sahip olmakla birlikte, özellikle yoksulluk düzeyinde ve altında olan gelire sahip olmak ile tanımlanmakta; genellikle

⁵ "Sahte kendi hesabına çalışma"da eşit olmayan bir güç ilişkisi vardır. Burada iş teklifi, bir dizi müşteriden ziyade tek bir kaynaktan gelmekte ve dolayısıyla iş ilişkisi tek bir işverenle kurulmaktadır.

düşük ücretli bir iş olarak anlaşılmaktadır. Aynı zamanda güvensiz, yani istihdamın sürekliliği konusunda belirsizliğe sahiptir ve iş kaybı riski yüksektir. İşçinin kendi çalışma koşulları, ücretleri veya çalışma hızı üzerinde kontrolü az ya da hiç yoktur. Ve işçi, iş sağlığı ve güvenliğine karşı korunmasızdır. Standart istihdam ilişkisine sahip işçilere kıyasla yasal ve toplu sözleşmelerden doğan haklardan yoksundur (Rodgers ve Rodgers, 1989:3). Güvencesizliğin belirleyici diğer bir özelliği, işçinin kendisini kiralayan şirketten kaynaklanan değil, işten kaynaklanan risklere katlanmasıdır (ILO, 2016c:18).

İstihdam alanında yapılan bilimsel araştırmaların çoğu, standart dışı istihdam ilişkileri için bir takım etiketlerden faydalanmıştır. En sık kullanılan etiketler arasında atipik ve güvencesiz istihdam bulunmaktadır; ancak örneğin ABD’de; güvensiz istihdam, istikrarsız istihdam, gündelik istihdam, düşük ücretli iş ve durumsal iş gibi kavramlar da yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu tür kavramlar, ancak dolaylı olarak atıfta bulunduğu ölçütlerle bağlantılı olarak anlaşılabilir. Böyle bir ölçüt, ampirik ya da normatif olabilir. Karakteristik olarak ampirik ölçütler; olgular, veri ve istatistikler referans alınarak oluşturulurken; normatif ölçütler, deneysel olguların dışındaki norma atıfta bulunmaktadır. Bu tür normatif ölçütler; haklar, sosyal koruma ve kolektif koruma olarak ifade edilmektedir. Ampirik ölçütün paradigması olan 'atipik istihdam', genellikle, istatistiksel olarak tipik olanın dışına çıkan istihdam biçimlerine işaret etmektedir. Dolayısıyla güvencesiz istihdam kavramı, standart veya normun altına düşen istihdam biçimlerine işaret etmektedir. Bu yüzden istihdam biçimlerinin normatif olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü güvencesiz çalışma, standartlardan daha yüksek veya daha iyi olan istihdam biçimlerine değil, standardın altına düşen sözleşmelere veya istihdam ilişkilerine atıf yapmaktadır (Frade vd., 2004:40).

Tucker (2002), güvencesiz istihdamın tüm önemli yönlerini içeren entegre bir model geliştirmiştir. Modeldeki göstergeler, herhangi bir iş düzenlemesinde güvencesizliği değerlendirmek için bir araç olarak kullanılabilir. Örneğin, istihdamın devamlılığına ilişkin kesinlik kriteri güvencesizliğin önemli göstergelerinden biridir.

Tablo 3:
Tucker'in Güvencesizlik Göstergeleri

İstihdamın Devamlılığına İlişkin Kesinlik Durumu	-Kısa veya uzun vadeli kariyer beklentileri yoktur. -Yüksek bir iş kaybı riski vardır -İş, işveren tarafından önceden bildirimde bulunulmaksızın veya hiç yapılmaksızın fesh edilebilir -Devam eden istihdam için açık veya örtük bir sözleşme yoktur. -Kazançlar belirsiz ya da düzensizdir
İşçinin Kontrol Düzeyi	-Çalışanlar, istihdam üzerinde düşük pazarlık / pazarlık gücüne sahiptir (ücretler, çalışma hızı, çalışma şartları). -Çalışma saatleri belirsizdir veya işveren tarafından isteğe göre değiştirilebilmektedir. -İşin fonksiyonları işveren tarafından isteyerek değiştirilebilir. -Yapılan görev veya işyeri sağlık ve güvenlik uygulamaları yetersiz, iş tehlikelidir.
Gelir Durumu	-Ücret düşüktür . -Gelir düzeyi, işçiler ve onların bakmakla yükümlü oldukları kişilerin refah düzeyini korumak için yetersizdir
Sosyal Haklar	-Standart istihdam yardım ve korumalarına erişim az ya da hiç yoktur. (Hastalık izni, ev izni, müsaade izni veya ebeveynlik gibi Eğitim ve kariyer fırsatları sınırlıdır.
Sendikal Temsil ve Yasal Koruma	Çalışma uygulamaları ve tehlikeli koşullar da dahil olmak üzere risklere karşı yasal koruma ya da sendikal temsil yoktur.

Kaynak: Tucker, D. (2002). 'Precarious' Non-Standard Employment–A Review of the Literature. *Department of Labour, New Zealand*. s.25

Hannif ve Lamm (2005:348), standart dışı çalışma ve güvencesizlik arasındaki ayırt edici özellikleri, çağrı merkezlerindeki çalışanların çalışma deneyimlerini araştırarak ortaya koymaya çalışmıştır. Elde edilen bulgulara göre standart dışı istihdam düzenlemelerindeki çalışanlar daha güvencesiz çalışma koşullarına tabi olmakla birlikte, istihdamın kesinliği, ücret ve koşullar, çalışanların kontrol derecesi gibi göstergeler açısından farklılıklar görülmektedir. Buna ek olarak, bir sendika varlığının olmaması, çalışanların ücret ve koşullarını kötüleştirmekte ve çalışanların risklere karşı korunma seviyesini düşürmektedir.

Gerçekte standart dışı istihdamın tümüyle güvencesiz olduğunu etiketlemek yerine herhangi bir çalışmayla ilişkili olabilecek güvensizlikleri dikkate almak daha faydalı olmaktadır.

Bu bağlamda ILO tarafından yayımlanan “*Daha İyi Bir Dünya İçin Sosyal Güvenlik*” adlı raporda güvencesizliğin göstergeleri yedi kriter olarak ele alınmaktadır. Bunlar(ILO, 2004a:14)⁶:

İstihdam: İstihdam güvensizliği, devam eden istihdam halinin kaybına ve dolayısıyla gelir kaybına yönelik riskler üzerine yoğunlaşmaktadır. İşten atılmaya yönelik engellerin olmaması veya çok sınırlı bir engel bulunması durumunda bu riskler daha yüksektir.

Gelir: Gelir güvensizliği, asgari düzeyde yaşama imkanı sağlamayacak kadar düşük geliri ya da örneğin iş belirsiz olduğu takdirde gelecek kazançlara ilişkin belirsizlikleri ifade etmektedir.

Çalışma Saatleri: Sürekli değişen, uzun ya da çok kısa süreli çalışma saatleri işçilere özel sorunlar yaşatmaktadır Yetersiz veya öngörülemeyen çalışma süreleri, yetersiz gelir getirmesi yüzünden endişelere neden olabilmektedir.

İş Sağlığı ve Güvenliği: İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili güvensizlik, işçileri tehlikelere, işle ilgili hastalıklara ve yaralanmalara karşı koruyan iş sağlığı ve güvenliği hükümlerine sahip olmayan veya yeterli korumayan çalışma ortamları.

Sosyal Güvenlik: Güvensizlik, çalışanların sosyal güvenlik kapsamı dışında yer almasıdır.

Eğitim: Eğitimle ilgili güvensizlik, mesleki gelişimi ve mesleki ilerlemeyi teşvik etmeye yardımcı olacak becerileri geliştirebilecek eğitim fırsatlarına erişememe veya yetersiz erişim konusundaki endişeleri yansıtmaktadır.

Sendikal Temsil ve Toplu Pazarlık: Bir sendika tarafından temsil edilmeme ve toplu pazarlık kapsamı dışında kalma olarak ifade edilebilir.

2.2.5 Güvencesiz İstihdamın Etkileri

Bu bölümde güvencesiz istihdam ve esnek çalışma biçimleri ilişkisi açıklanarak güvencesiz istihdamın nitelikler, ücretler, sosyal haklar ve ayrımcılık üzerine etkileri incelenmektedir.

⁶ Bu haklar, bu sözleşmeyi onaylamış olsun ya da olmasın, organizasyonun tüm üye devletlerine bu haklara saygı duymak, teşvik etmek ve yerine getirmekle yükümlü tutan 1998 tarihli İşyerinde Temel İlkeler ve Haklar Bildirgesi'nde yer almaktadır.

2.2.5.1 Güvencesizliğin Nitelikler Üzerine Etkileri

Bazı durumlarda, düşük vasıf düzeyi ile güvencesiz istihdam arasında açık bir korelasyon gözlemlenmesine karşın bazı ülkelerde yüksek vasıflı işçiler de bu kapsamda yer alabilmektedir. Fakat, düşük vasıflı çalışanların daha yüksek bir işsizlik riski ile karşı karşıya kaldığı ve genel olarak işgücü piyasasına entegre olmakta zorlandığına yönelik çalışmalar fazladır (Duell, 2003:98).

İşgücü piyasasına yeni giren, deneyime sahip olmayan niteliksiz gençler için güvencesiz istihdam, iş bulmak için çoğu zaman tek olasılıktır. Bununla birlikte benzer riskler, istihdam edilebilirliği olmayan uzun dönemli işsizler arasında da yüksektir. Genç ve yaşlı işçiler, güvencesiz çalışmanın iki yönünü işgücü piyasasına giriş ve çıkış noktalarında temsil etmektedir (McKay vd., 2012:8).

2.2.5.2 Güvencesizliğin Ücretler Üzerine Etkileri

Düşük ücret genelde güvencesiz çalışmanın bir karakteristiği olarak kabul edilmektedir. Kolev (2003:31) tarafından güvencesiz çalışma, sosyal güvenlik katkı payı ödenmeyen ve ücretli yıllık izin olanağı vermeyen, düşük ücretli, düşük görevli işler' olarak tanımlanmaktadır. Ödemelerin düzensiz yapıldığı veya ücretlerin ödenmediği yerlerde güvencesizlik ortaya çıkmaktadır (McKay vd., 2012:9).

Ücret ve gelir dağılımındaki son küresel trendler, yaygın ve yükselen eşitsizlikleri açık şekilde göstermektedir. Son 30 yılda, birçok ülkede üretkenliğin artmasına rağmen, ABD, Avrupa, Sahra altı Afrika, Orta Doğu, Latin Amerika'da milli gelirden işçilere düşen pay düşmüştür. Bu trendin en önemli sonucu, kârların yükselip, eşitsizliğin artmasıdır. İşgücü piyasasındaki düşük ücretli işler, özellikle kadınlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Eurostat, (2007) verilerine göre Avrupa'da cinsiyete dayalı ücret farkı (resmi rakamlara göre) yaklaşık %17.6'dır ve bu da kadınların saatlik ücretinin erkeklerden yaklaşık beşte bir daha az olduğu anlamına gelmektedir. Avrupa'daki ayrımcılıkla mücadele yasalarına rağmen, kısmi zamanlı çalışanlar, tam zamanlı meslektaşlardan daha düşük ücret elde etmektedirler (ITUC, 2011:21-22). Güvencesiz işlerin büyümesi çalışanlar için ciddi sonuçlar doğurmaktadır.

Korumanın kaybedilmesi ve iş güvencesizliğinin artmasının yanı sıra, güvencesiz istihdamda çalışan işçiler, bireysel ve toplu olarak, çalışma koşulları, çalışma hızı ve ücretler üzerindeki etkisini de kaybetmektedir. Tam zamanlı çalışanların yalnızca % 14,3'ü düşük ücretle uğraşırken, bu oran, atipik istihdam formları için daha yüksektir (Evans ve Gibb, 2009:5;178). Çünkü güvencesiz çalışma, standart dışı istihdamın farklı biçimlerine bakılmaksızın genel olarak düşük ücretli işleri kapsamaktadır. OECD tanımına göre, düşük ücretler, tam zamanlı çalışanlar açısından aylık veya saatlik olarak ulusal asgari ücretin üçte ikisinin altında olanlardır (Weinkopf, 2009:1).

2.2.5.3 Güvencesizliğin Sosyal Haklar Üzerine Etkileri

O' Connor (2008:1), güvencesizliği, geleneksel olarak tasarlanan standart istihdam ilişkisini karakterize eden üç ögenin yokluğu olarak tanımlamaktadır. Bunlar, iş güvenliği, gelir güvenliği ve sosyal koruma. Bu üç ögenin kombinasyonu, güvencesizliği, istihdam güvencesizliğinden daha fazla sorunlu hale getirmektedir. Çünkü hem güvenceyi taahhüt eden aktif işgücü piyasası politikaları hem de işgücü piyasasının risklerine karşı etkin bir sosyal koruma sistemi olmadan, güvencesiz istihdam devam etmektedir.

Güvencesiz çalışma, çalışanları, işsizlik yardımı, doğum ücreti ve emekli maaşları da dahil olmak üzere, iyi düzeyde sosyal koruma erişiminden mahrum bırakmaktadır. Çünkü sosyal korumaya erişim, çoğunlukla, işçilerin gelirlerine dayalı olarak hesaplanan belli bir katkı payına ve istihdam durumuna bağlıdır. Standart dışı çalışma biçimlerinin normalleştirilmesi sonucu ülkeler, bazı standart dışı çalışma biçimlerini sosyal haklardan faydalanmayı olanaklı kılacak düzenlemeler yapmaktadır. Örneğin Analık ödemesi Birleşik Krallık dışındaki tüm ülkelerde en kapsamlı olanıdır. Fransa, Slovenya ve Danimarka da kendi hesabına çalışan kişileri de kapsamaktadır .Yine İspanya ve Almanya'da da bu haktan faydalanma koşulları geniştir. İspanya, yüksek gençlik işsizlik sebebiyle 26 yaşından küçükler için çok sınırlı bir hizmet süresi için özel düzenlemeler yapmıştır. Buna karşılık, İngiltere çalışanların en düşük haktan dahi faydalanabilmesi için en az 6 ay boyunca aynı işverenle sürekli istihdamı zorunlu kılmaktadır (Grimshaw vd., 2016:5). İş, sosyal güvenlik riski taşıyan durumlarda yasal güvenlik sağlamıyorsa güvencesiz olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal sigorta sistemleri, standart istihdam ilişkileri temelinde modellenmiştir ve bu nedenle genelde standart dışı ilişkilerin biçimlerine uyum sağlamada sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu durum, standart dışı çalışan işçiler için az düzeyde koruma sağlayarak ya da hiç sağlamayarak güvencesizliği teşvik etmektedir (McKay vd., 2012:96). Örneğin Almanya'da atipik çalışanların sosyal güvenlik sistemine erişimi sınırlıdır ve hatta pek çok çalışan kapsam dışı olabilmektedir. Çalışanların Alman sosyal güvenlik sistemine dahil edilmesi çalışanların aylık brüt kazançları üzerinden hesaplanmakta ve hem çalışanlar hem de işverenler tarafından ödenen katkılara dayanmaktadır. İşsizlik Sigortası fonlarından kısa dönemli işsizlere ve kamu emeklilik sisteminden emeklilere sağlanan fayda, önceki kazançlarla yakından ilişkiliyken, sağlık ve bakım sigortası ilişkili değildir. 400 € üzerinde brüt aylık kazanç elde eden tüm çalışanlar farklı istihdam biçimlerinde çalışıyor olsalar da sosyal güvenlik katkı paylarına tabidir (Weinkopf, 2009:4).

2.2.5.4 Güvencesizliğin Ayrımcılık Üzerine Etkileri

Küresel finansal kriz, kadınları erkeklerden daha farklı şekilde etkilemiştir. Kısa süreli, geçici ve yarı zamanlı işler gibi güvencesiz istihdamdaki pek çok kadın kriz sırasında işten çıkarılmaları kolay olduğu için işten çıkarılmıştır. Kriz, kadınlar üzerinde çok büyük bir etkiye sahip olmuş ve tarihsel olarak dezavantajlı konumlarını daha da artırmıştır. Mevcut krizden önce gelen cinsiyet eşitsizlikleri ve güç dengesizlikleri, küresel krizin etkisiyle daha da artmıştır. Özellikle, kadınlar hem kamu hizmetlerinde bir çalışan olarak hem de kamu hizmetlerinden daha fazla faydalanan kişiler olarak kamu harcamalarındaki kesintilerden doğrudan etkilenmektedir. Krizin özellikle kadınların istihdam koşulları üzerindeki etkisi hafife alınacak gibi değildir. Fakat ne yazık ki çalışmalarda yeteri kadar yer almamaktadır. Bununla birlikte, artan güvensizlik ve iş güvencesizliğinden en çok etkilenen yine genel olarak kadınlardır. İşsizlik, iş güvensizliği, düşük ücret ve kamu hizmeti kesintileri çocuklarını besleme, eğitime ve besleme olanaklarını olumsuz etkilemektedir (ITUC, 2011).

Standart dışı ve güvencesiz işlerin artması ile kadınların işgücü piyasasına katılım oranlarındaki artış birbiri ile ilintilidir. Zira standart istihdam ilişkisi, ev halkı bireyleri arasındaki geleneksel işbölümü temeline dayanmaktadır.

Kadın, evin dışında çalışmamaktadır. Ev işleri ve çocuk bakımı ile sorumlu olmaktadır. Standart çalışma kavramı, erkeği referans alarak kutsal bir görev anlayışıyla oluşturulmuştur. Standart çalışmaya ilişkin düzenlemeler bir çok OECD ülkesinde 2. Dünya Savaşı'ndan sonra yaygınlaştırılmıştır. Kadınların artan işgücü piyasasına katılımı beraberinde esnek çalışmaya yönelik talebi de getirmiştir. Zaten işverenlerin esnek iş düzenlemelerine yönelik talepleri yüksekti. Kadınlar tarafından yapılan baskılar da standart istihdam biçiminde bir kırılmaya yol açmıştır (Fudge ve Owens, 2006:21).

Standart istihdam ilişkisinden uzaklaşma, erkekleri ve kadınları farklı şekilde etkilemektedir. Geleneksel cinsiyet ayrımcılığını, istihdam ve işbölümünde kırılma konusunda kaydedilen ilerlemelere rağmen, kadınların çalıştığı işler, genellikle güvencesizdir. Kadınların çalıştığı işler, düşük ücretli ve sosyal haklara sınırlı erişim konularında riskler taşımaktadır (Evans ve Gibb, 2009:5).

Rodgers ve Rodgers (1989), güvencesiz işlerde çalışanların daha çok kadın, genç, etnik bir azınlık ve daha az eğitim düzeyi düşük kişiler olduğunu ifade etmektedir. Kadınlar tarihsel olarak evde ya da standart dışı işlerde çalışmaktadır. Bugüne kadar, hizmet işleri, ev işleri, gıda işleme, elektronik endüstrisi ve konfeksiyon endüstrisi gibi geleneksel olarak güvencesiz sektörlerde daha fazla kadınlar yer almaktadır. Bu nedenle kadınlar erkeklere göre işsizlikle daha çok karşı karşıya kalmakta ve daha güvencesiz işlerde çalışmak zorunda kalmaktadır. (ITUC, 2011:23).İspanya'da, kadınların üçte biri belirli süreli sözleşmelerle istihdam edilmektedir. Kore'de, kadın işçilerin üçte ikisi güvencesiz sözleşmeler yapmakta ve maaşları normal erkek işçilerin aldıkları ücretin % 40'ına denk gelmektedir (Menedez vd.,2007:777).

Japonya'da metal işçilerinin yaklaşık %30'u atipik veya sözleşmeli işçidir ve kadınlar bu oranın büyük kısmını oluşturmaktadır. Özellikle gittikçe istikrarsızlaşan istihdam, cinsiyet ayrımcılığına yol açmaktadır. Çalışma süresinin belirsizliği, çocuk bakım sorumluluğu taşıyan kadınlar için zorluklar yaratmaktadır.

Bazı kadınlar için, öngörülen saatler yarı zamanlı çalışmayı arzu edilen istihdam biçimi haline getirmektedir. Ancak kısmi zamanlı çalışmanın çoğu geçicidir ve sürekli kısmi zamanlı çalışma azalmaktadır. Aynı zamanda güvencesiz çalışma, kadın ve erkek arasındaki gelir uçurumunu da artırmaktadır.

Japonya'da kadın kısmi zamanlı çalışanlar, tam zamanlı çalışan kadın işçilerinin saatlik ücretinin yalnızca %54,3'ünü kazanmakta ve bu fark son on yılda daha da artmaktadır. Kore'de, kadın işçilerin yüzde 69'u düzensiz işçiler olarak bilinmekte ve güvencesiz istihdam edilmektedir(Global Aciton Against Precarious Work, 2007:21). Hollanda'da kısmi süreli istihdam geçen 30 yıl içinde önemli derecede artmış ve en yaygın çalışma biçimlerinden biri haline gelmiştir. Hollanda'da kısmi süreli kadın istihdam oranı diğer OECD ülkelerindekinden yüksektir. Bu ülkede çalışan dört kadından üçü kısmi süreli çalışmaktadır (Kapar, 2012:129).

2016 yılında ILO tarafından yayımlanan “ **Çalışma Yaşamında Kadınlar :Eğilimler 2016**” adlı raporda ILO Genel Direktörü Guy Ryder “*kadınların insana yakışır işler bulmakta ve bu işleri korumakta büyük güçlüklerle karşılaşmaya devam ettiklerini*” vurgulamıştır (ILO, 2016d:2). Rapora göre 1995 ile 2015 yılları arasında küresel kadınların işgücüne katılma oranı %52,4'ten %49,6'ya düşmüştür. Küresel işsizlik oranı erkekler için %5,5 ve kadınlar için %6,2'dir. Doğu Asya, Doğu Avrupa ve Kuzey Amerika hariç, erkeklerin işsizlik oranı, diğer tüm bölgelerdeki kadın işsizlik oranlarının altındadır. Kadınların %52,1'i ve işgücü piyasasındaki erkeklerin %51,2'si ücretli ve maaşlı çalışanlardır. Fakat küresel olarak, ücretli istihdamdaki kadınların neredeyse %40'ı sosyal korumaya katkıda bulunmamaktadır. Bu oranlar Sahra-Altı Afrika'da %63,2'ye ulaşmaktadır. Kayıt dışı istihdamın en yaygın istihdam şekli olduğu Güney Asya'da %74,2'dir. Bunun sonucunda, kadınların gönüllü veya zorunlu kısmi süreli çalışma oranı erkeklerden daha fazladır. Dünya genelinde kadınlar toplam istihdamın %40'ından azını temsil etmesine rağmen, kısmi zamanlı çalışanların %57'sini oluşturmaktadır. İstihdam edilen kadınların üçte birinden fazlasının (%34,2) haftada 35 saatten az çalıştıklarını, buna karşılık çalışan erkeklerin %23,4'ünü karşıladığını göstermektedir (ILO, 2016d:6). Bununla birlikte, kısa çalışma saatleri uygulaması, daha az ücret elde edilmesi sonucunu doğurmakta ve çalışanı iş güvencesizliği, kısıtlı sosyal güvenlik kapsamı, sınırlı kariyer umutları gibi olumsuz koşullarla baş başa bırakmaktadır. Kısmi zamanlı istihdamla ilgili bu eşitsizlikler, kendi başına kısmi zamanlı çalışmaya özgü değildir; bunun yerine, kısmi zamanlı çalışmanın nasıl yapılandırıldığı ile ilgilidir (ILO, 2016d:53).

2.3 Esnek Bir Çalışma Türü olarak Freelance Çalışmanın Analizi

Freelance gazeteciliği doğru değerlendirebilmek için freelance çalışmanın yapısı hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Bu bölümde freelance çalışma kavramı, freelance çalışmanın kapsamı ve yasal statüsü incelenmektedir.

2.3.1 Freelance Çalışma Kavramı

Oxford İngilizce sözlüğü, freelance kelimesini "*sabit bir işveren için çalışmayan kişi*", Wikipedia ise freelance çalışanı "*kendi hesabına çalışan ve belirli bir işverene uzun vadeli bağlı olmayan biri*" olarak tanımlamaktadır. Freelance çalışanlar ekonomik faaliyetlerin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Freelance çalışan kişi, bir kendi hesabına çalışan olarak sınıflandırılmakta ve çeşitli müşteriler için çalışmaktadır. Bir ücretli işçi hizmet sözleşmesine bağlı olarak çalışırken, freelance çalışanın emek hizmeti için sözleşme yaptığı kabul edilmektedir (Fudge, 2003:36). Kitching ve Smallbone, (2008:4)'un yaptığı tanıma göre ise freelance çalışanlar, tüm kendi hesabına çalışanları ve çalışanı olmayan limited şirketlerin yöneticilerini kapsamaktadır. Fakat, ücretli işçi çalıştırmayan işletmeler kategorisini freelance işçiler kategorisinden ayırmak gerekmektedir. Çünkü freelance çalışan terimi, bir işçi tipini tanımlamak için kullanılmaktadır ve özel bir meslek ve endüstri bağlamıyla ilişkili bir kullanım uygun görülmemektedir. Örneğin İngiltere'de freelance çalışma yasal bir statü değildir. Aksine çalışanlar tarafından geleneksel bir kullanıma sahiptir. Geleneksel olarak freelance işçiler, vasıflı profesyonel işçiler olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışanlar ne işveren statüsündedir ne de bağımlı işçidir. Bir hizmet sözleşmesi altında ve ücret karşılığında geçici olarak müşterilere hizmet sunan kişilerdir (Kitching ve Smallbone, 2008,4). Guy Davidov (2012:172)'e göre freelance çalışanların herhangi bir organizasyonel yükümlülüğü yoktur ve herhangi bir disiplin kuralına veya işverene itaat etmek zorunluluğu bulunmamaktadır. İşlerini gazeteye ya da uygun gördükleri bir projeye satmakta ve karşılığında ücret almaktadırlar.

2.3.2 Freelance Çalışmanın Kapsamı

Modern dinamik ekonomik sistemde portföy çalışma, süreksiz ve koşullu iş sözleşmeleri, kendi hesabına çalışma ve dış kaynak kullanımı gibi yeni çalışma biçimlerinin yaygınlaşması, freelance çalışmayı da araştırmaların merkezi haline getirmektedir.

Freelance çalışma konusunu, çalışma ilişkileri açısından ele alan araştırmalar, genellikle, freelance çalışanların olumsuz koşullara maruz kaldığını vurgularken (Cohen, 2016:26), girişimcilik yaklaşımıyla ele alanlar yetersiz performans gösteren girişimciler olarak görmektedir (Welter, 2011). Freelance çalışanların işçi olarak sınıflandırılmadığı bir girişimcilik literatürü bulunmaktadır; ancak burada genellikle herhangi bir çalışanı olmayan kendi hesabına çalışanlara odaklanılmaktadır (Burke, 2011:2).

Burke ve arkadaşları (2008), tipik bir freelance çalışmanın doğasında süreklilik ve devamlılık arz eden işler yerine, süresiz ve belirli aralıklı gerçekleştirilen işlerin yer aldığını ifade etmektedir. Nitekim bu özellik, kendi hesabına çalışmanın en önemli ve gerekli niteliğini göstermektedir.

Diğer yandan “koşullu çalışma” terimi de freelance çalışanların tanımlanması için ABD işgücü piyasası analizlerinde yaygın olarak kullanılan bir terimdir. Polivka (1996), koşullu (contingent) çalışma kavramı üzerinde durarak özellikle süresiz ve aralıklı yapılan sözleşmelerin, bu çalışma biçiminin en önemli özelliği olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışma biçiminde bir ekonomik durgunluktan ziyade projenin bitiş tarihi, sözleşmesinin sona ermesine yol açmaktadır. Polivka (1996:4), koşullu işçileri hem talep halinde istihdam hem de tek kullanımlık olarak adlandırmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma biçimi olumlu ve olumsuz çağrışımları da beraberinde getirmektedir. Koşullu çalışma terimi ilk kez Audrey Freedman tarafından 1985 yılında istihdam güvenliği konulu bir konferansta kullanılmış ve işçilerin yalnızca acil ve doğrudan bir talep olduğunda işe alındığı bir yönetim tekniği olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte, ilk kullanımdan birkaç yıl sonra, bu terim, kısmi zamanlı çalışma, geçici istihdam, işçi kiralama, kendi hesabına çalışma, bağımsız yüklenicilik, ev eksenli çalışma gibi çok çeşitli istihdam uygulamalarını kapsamıştır (Polivka, 1996:4).

Esasen freelance çalışan işçiler, proje bazında çalışan, emek hizmetlerini bir projede kiralayan profesyonellerdir. Du Gay, Salaman ve Rees (1996), freelance çalışmanın tanımlayıcı özelliğinin, işverenin sorumluluğunun olmadığı kısa vadeli sözleşme olduğunu vurgulamaktadır. Aynı zamanda tam zamanlı istihdamda işçilere zaman girdisi esasına göre (örneğin haftalık ücret veya aylık maaş) ödeme yapılırken, freelance çalışmada çalışanların verimlilikleri esas alınarak ödeme yapılmaktadır (Burke, 2011:4).

Akademik araştırmacılar, genellikle freelance terimini kullanmaktadır. Özellikle kültür ve medya sektörlerindeki meslekler veya işçiler için freelance çalışma kavramı oldukça yaygındır. Bunlar arasında gazetecilik (Baines, 1999), televizyon ve radyo (Dex ve diğerkleri 2000, Saundry ve diğerkleri 2007), film (Davenport, 2006), Halkla İlişkiler (Tench, Fawkes ve Palihawadana, 2002), eviri hizmetleri (Fraser ve Gold, 2001), tasarım (Henninger Ve Gottschall 2007) ve sanat (Menger 1999) sayılabilir. Bunların dışında Birleşik Krallık'ta çok daha fazla freelance çalışan olduğu da tahmin edilmektedir (Kitching, 2015:22).

Freelance ekonomi, sadece medya endüstrisinde değil, son yıllarda diğerk sektörlerde de hızla büyümeye devam etmektedir.

Avrupa'da UNI-MEI-UNI Küresel Medya, Eğlence ve Sanat Sendikaları yelerinin yarısının freelance ya da kendi hesabına çalışan olduğu ve çoğunluğun atipik olduğu tahmin edilmektedir (Bibby, 2014:vii). Freelance alışanların sayısındaki artışa ragmen, Avrupa Komisyonu herhangi bir yasal metinde freelance çalışan kavramına yönelik bir statü tanımlaması yapmamaktadır. Fakat kendi hesabına çalışan bir kişiye ulusal hukuk tarafından belirlenen koşullar altında kendi hesabına kazançlı faaliyette bulunan kişidir şeklinde tanımlamaktadır. Freelance alışanlar da genel olarak, o piyasada küçük işletme sahibi ya da kendi hesabına çalışan olarak görülmektedir (Bittner, 2011:19). Esasen freelance çalışanlar, kendi hesabına çalışan statüsünde görülmesine rağmen freelance çalışmanın kendi hesabına çalışma ile eş anlamlı olarak düşünülmesi de doğru değildir. Freelance alışma, kendi hesabına çalışmanın bir türüdür ve kendine has özelliklere sahiptir (ILO, 2014:17).

2.3.3 Freelance alışmanın Yasal Statüsü

Freelance alışanların hukuki statüsü ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. İtalya ve Almanya gibi bazı devletlerde belirli şirket ya da işverene ekonomik olarak bağımlı konumda çalışan işçileri tanımlayan bir ya da daha çok yasal istihdam biçimi vardır. Benzer şekilde, İşpanya'nın 2007 Meslek İşçi Yasası "ekonomik olarak bağımlı kendi hesabına çalışan" kavramını içermektedir (Bibby, 2014:14).

Freelance alışanların öncelikli olarak istihdam statüsünün tanımlanmasına yönelik farklı seçenekler sunulmaktadır.

Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Nies ve Pedersini, 2003:20):

- (1) Almanya ve İtalya’da olduğu gibi yeni bir yasal tanım oluşturmak.,
- (2) Fransa’da olduğu gibi çalışanları kapsayan düzenleyici çerçevede freelance çalışanları cezbedecek kurallar oluşturmak (pigiste),
- (3) Tüm çalışanlar için geçerli olan temel haklar çerçevesi oluşturmak,
- (4) Freelance çalışanların kendi hesabına çalışan girişimcilerin bir parçası olduğunu varsaymak. Bu her ne kadar kabul edilen ortak bir görüş olsa da tüm aktörleri tatmin etmekten uzak olduğu görülmektedir.

Freelance çalışanın yasal statüsüne ilişkin önemli yaklaşımlardan birisi, freelance çalışanın kendi hesabına çalışan olarak sınıflandırılmasını önlemeye yöneliktir. Bu bağlamda freelance çalışanın yasal statüsüne ilişkin öngörülen iki farklı opsiyon bulunmaktadır. Birinci yaklaşımda freelance iş ilişkisi, bağımlı çalışma ve kendi hesabına çalışma statüleri arasında üçüncü bir ara statü olarak görülmektedir. Özellikle Almanya ve İtalya’da böyle bir yaklaşım söz konusudur. Avrupa Gazeteciler Federasyonu (EFJ) raporları verilerine göre en fazla freelance gazeteci Almanya’da yer almaktadır. Almanya’nın ardından İtalya gelmektedir. Almanya’da bağımlı freelance çalışan ekonomik olarak bağımlı işçi kavramına çok yakın biçimde tanımlanmıştır. Dolayısıyla freelance çalışma belirli yasal kurallarla düzenlenmemiştir. Sadece yıllık izin, hastalık ve doğum izni, toplu pazarlık gibi konularda birkaç düzenleme yer almaktadır. Fakat, bu düzenlemelerden yararlanabilmek için yasada tanımlandığı şekilde ekonomik olarak bağımlı kendi hesabına çalışan ya da freelance çalışan olmak gerekmektedir. Söz konusu düzenlemelerden faydalanabilmek için freelance çalışanların gelirlerinin 1/3’ü, bir işverene bağımlı olması gerekmektedir. Doktor, mühendis, avukat gibi geleneksel kendi hesabına çalışanlar ve çiftçiler, ücret ve sosyal güvenliği de kapsayan belirli bir mesleki düzenlemelere zaten dahildir. Lakin istihdam statüsü belirsiz yeni bir kendi hesabına çalışan grubu olarak bütün freelance çalışanlar, sosyal güvenlik kapsamında yer alamamaktadır. Bilindiği üzere Alman sosyal güvenlik sistemi bağımlı çalışmaya dayalıdır ve katkıların yarısını çalışan, yarısını da işveren ödemektedir. Aynı zamanda 1981 Yasası, medya ve kültür sektörlerinde yaratıcı işler yapan kendi hesabına çalışanlar için yasal sosyal güvenlik sistemine bir ek düzenleme yapmıştır. KSV (Künstlersozialversicherung) olarak bilinen bu düzenleme, işverenin

katkısı, kendi hesabına çalışanın katkısı ve emeklilik ve sağlık ödemlerini kapsayan devlet katkısı şeklinde bir sistemi tanımlamaktadır(Nies ve Pedersini, 2003:29).

İkinci yaklaşımda ise freelance çalışma, yasal olarak bağımlı istihdam biçimi olarak görülmektedir. Fransa’da olduğu gibi gazetecilere parça başı (makale,fotoğraf vb) ödeme yapılmakta ve bir bağımlılık ilişkisi olduğu varsayılmaktadır. Bu sistem Fransızca “pigiste” olarak adlandırılmaktadır. Fransa İş kanunu (Kanun 761-2) pigistes’te kıdem tazminatı dahil hastalık, analık,iş kazaları, işsizlik, emeklilik ve işten atılmalara karşı bir dizi korumaya ek olarak ,ücretli izin, eğitim ve gazetecilere toplu sözleşme yapma hakkı sağlamaktadır. Pigistes, gazeteciler için en azından prensipte aynı düzenleyici çerçeveyi sunmaktadır. Pigiste, freelance çalışanlar için muhtemelen en fazla koruma sağlayan sistemdir (Nies ve Pedersini,2003:8-9).

2.3.4 Freelance Çalışmanın 4857 Sayılı İş Kanunun’da Yer alan Diğer Esnek Çalışma Türleri ile İlişkisi

Freelance çalışma kavramı, öncelikle, basın ve film endüstrisi de dahil olmak üzere medya sektörünün kurulu bir özelliğidir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) büyümesi ile freelance çalışma kavramı, grafik tasarım, web tabanlı girişimler ve eğlence sektörü gibi etkinliklere de yayılmıştır (Pedersini ve Coletto, 2010:1).

Kavram, doğası gereği girişim fikrinin gelişmesiyle paralel yaygınlaşmaktadır (Cohen ve Mallon, 1999:330). Kavramın doğasında özgürlük ve özerk olma anlayışı yatmaktadır (Clinton vd., 2006:181). Freelance çalışma kavramına ilişkin standart bir söylem ve uygulama bulunmamaktadır. Heterojenik bir özelliğe sahiptir. Ülkeler düzeyinde olduğu gibi aynı ülkede çeşitli sektörlerde farklı uygulamalara sahiptir. Nitekim, freelance çalışma durumunun yorumları, ülkelerin sosyal, bireysel ve ekonomik dinamiklerine göre değişmektedir (Cohen ve Mallon, 1999). Örneğin, gelişmiş ülkelerde girişimcilik veya girişim gibi olumlu değerlendirmeler yapma eğilimi, çağdaş söylemin baskınlığının doğrudan bir sonucudur (Du Gay vd., 1996:268).

Dolayısıyla freelance çalışma kavramı, bünyesinde diğer esnek çalışma biçimlerinden farklı olarak girişimcilik ruhunu ve girişimciliğin özelliklerini barındırdığı iddia edilmektedir.

Genel olarak, freelance çalışanlar, iş hayatlarında kurumsaldan arınarak, bağımsızlık ve özerkliğin temel niteliklerine yönelme eğiliminde olmaktadır ve bu özelliklerin etkileri konusunda da olumlu olmaktadır (Storey vd., 2005:1050). Oysa, 4857 sayılı İş Kanunu kapsamında yer alan esnek çalışma biçimlerinin ortak özellikleri, iş sözleşmesine dayalı bir bağımlılık (Kuzgun, 2004:17) koşulunu sağlamalarıdır. Dolayısıyla diğer atipik iş ilişkileri genellikle tek bir işveren ile kurulurken, freelance çalışmada aynı anda birden fazla müşteri (Platman, 2004:577) ile çalışmak kavramın genel doğasını yansıtmaktadır. Nitekim freelance çalışma, kendi hesabına çalışmanın bir türü olarak görülmektedir (Nies ve Pedersini, 2003:8). Kendi hesabına çalışanlar, özerklik, esneklik ve diğer çalışma koşullarından daha fazla faydalanmaya çalışan bağımsız girişimci kategorisine uymakta ve iş piyasasında içeridekiler olarak değerlendirilmektedir (Conen vd., 2016:7).

Diğer atipik çalışanlar, emek gücünü, iş sözleşmelerinde belirledikleri süre kapsamında bir işverene kiralamaktadır. Oysa freelance çalışanlar, müşterileri ile emek hizmetleri için sözleşme yapmaktadır. Müşerilerle yapılan iş anlaşması, üretilen çıktı üzerinden gerçekleşmektedir. Dolayısıyla müşteriler, işgörenlerin emek gücünü kiralamamakta, ortaya koydukları ürüne ya da hizmete ödeme yapmaktadırlar.

Diğer atipik çalışanlar hizmet sözleşmesine bağlı olarak çalışırken, freelance çalışanın emek hizmeti için sözleşme yaptığı kabul edilmektedir (Fudge, 2003:36).

Diğer atipik çalışanların işverenleriyle kurdukları bireysel itaate dayalı iş ilişkisi, freelance çalışanlar için bir gereklilik değildir. Freelance çalışanlar, ekonomik olarak bir işverene bağımlı olmadıkları gibi emek süreci üzerinde bireysel kontrole de sahip olmaktadır. Guy Davidov, (2012:172)'e göre freelance çalışanların herhangi bir organizasyonel yükümlülüğü yoktur ve herhangi bir disiplin kuralına veya işverene itaat etmek zorunluluğu bulunmamaktadır.

Freelance çalışma, son yıllarda farklı sektörlerdeki bir dizi kitle kaynak kullanımı olarak tanımlanan çalışma biçimlerinde de görülmektedir (Schoukens ve Barrio, 2011:317).

2.4 Kendi Hesabına Çalışmanın Yükselen Trendi ve Yeni İşgücü

Kendi hesabına çalışma, farklı etkinliklerden oluşan geniş bir alanı kapsayan işgücü statülerinden biridir. Bireyler çeşitli nedenlerden dolayı kendi hesabına çalışmaya yönelmektedir.

Dolayısıyla kendi hesabına çalışanlar, bir grup olarak oldukça heterojen yapıdadır. Yelpazenin bir ucunda kendi hesabına çalışan girişimciler yer almaktadır. Bireyleri, girişimci kendi hesabına çalışan olmaya yönelten bir takım temel motivasyonlar vardır. Bunlar arasında, örneğin kendini ifade etme, bağımsızlık, statü veya maddi avantaj gibi pozitif unsurlar yer almaktadır. Yelpazenin diğer ucunda mevcut işgücü piyasası koşulları altında uygun ücretli istihdam bulamayan bireylerin isteksizce seçtiği bir kendi hesabına çalışma statüsü yer almaktadır. Mesela, esnek çalışma saatlerinde çalışmak isteyen kişiler, yeterli esneklik sunan ücretli bir iş imkanı bulamadıkları takdirde kendi hesabına çalışmaktadırlar. Bazı kendi hesabına çalışanlar ise işsizliğe tek alternatif olarak kendi hesabına çalışmayı görmektedir. Nitekim, birçok gelişmekte olan ekonomide kendi hesabına çalışma, bir tür kayıt dışı istihdam etkinliği olarak görülebilmektedir (Dawson, Henley ve Latreille, 2009:1; Stanworth ve Stanworth, 1995). Bireyleri kendi hesabına çalışmaya yönelten sebeplere yönelik araştırmalar iki farklı yaklaşımı esas almaktadır. Birinci yaklaşıma göre kendi hesabına çalışanlar, bağımsızlık, özerklik, iş doyumu ve daha yüksek kazanç gibi nedenlerle gönüllü olarak kendi hesabına çalışmaktadır.

Diğer yaklaşıma göre ise kendi hesabına çalışanlar işgücü piyasasında başka çekici bir alternatif bulunmadığı için kendi hesabına çalışmak zorunda kalmaktadır (Clark ve Drinkwater, 2000:604; OECD, 2013).

Kendi hesabına çalışma kavramına yönelik farklı bakış açıların ve tanımlamaların olması; aynı zamanda kendi hesabına çalışmanın da kendi içinde alt kategorilere ayrılması dolayısıyla kendi hesabına çalışma statüsüne yönelik farklı konumlandırmalar da gerçekleşmektedir. Örneğin kendi hesabına çalışmanın yasal statüsü, ücretli bir çalışana sahip olup olmadığına, ya da faaliyette bulunduğu sektöre (örn. tarım endüstrisi) göre farklılık göstermektedir. Farklı ekonomik sektörlerde kendi hesabına çalışmanın görünümü de farklılaşabilmektedir. Örneğin Fransa’da kendi hesabına çalışma daha çok tarım endüstrisinde görülmekle birlikte inşaat ve yerel hizmetlerde de kendi hesabına çalışma oldukça fazladır. Almanya’da ise hizmet endüstrisinde kendi hesabına çalışma oranı daha yüksektir. Hatta İtalya, Almanya gibi bazı ülkeler tek bir işverene bağımlı olarak çalışan bağımlı kendi hesabına çalışan ile kendi adına çalışan arasında da yasal anlamda belli farklılıklar oluşturmaktadır (Hawley vd., 2010:6-7).

Bu ülkelerde bağımlı kendi hesabına çalışmaya yönelik yasal statüsü oluşmasına karşın bu çalışma şekline yönelik herhangi bir düzenleme bulunmayan ülkelerde "bogus" ya da "false" kendi hesabına çalışma, işgücü piyasasında son yıllarda yeni bir fenomen olarak yaygınlaşmaya başlamıştır. Birçok çalışan, yasal işçi tanımlamasındaki şartları taşımasına ve aynı işleri yapmasına karşın kendi hesabına çalışan olarak muamele görmektedir. Özellikle son yıllarda işverenlerin bu yönde işçi çalıştırma eğilimlerinde artış görülmektedir. Tabii ki bunun sayısını ölçmek oldukça güçtür (Hatfield, 2015:32). Kendi hesabına çalışmaya yönelik standart bir tanımlamanın ya da statünün olmaması ve farklı alt kategorilerden oluşması dolayısıyla kendi hesabına çalışmaya yönelik eğilimi tek bir bakış açısıyla yorumlamak da olanaklı olmamaktadır. Kendi hesabına çalışanlara yönelik araştırmaların sayısı 1980'lerde belirgin bir artış göstermiştir. 1981 ve 1991 yılları arasında sayı 1,1 milyondan 3,3 milyona artmıştır. Bu oran 1990'lar boyunca istikrarını korumuştur. Kendi hesabına çalışanların toplam işgücü içindeki oranı 1979 yılında %7,7'den 1988 yılında kadar %12'ye yükselmiş ve 1997 yılında %13 olarak sabit kalmıştır. Bu trend 1980'lerde yükselme eğilimine girmiş ve yapılan araştırmalar kendi hesabına çalışmanın makro ekonomik boyutlarına odaklanmıştır. Bu yönde yapılan bazı araştırmalar artışın nedenlerine odaklanırken, bazı çalışmalar ise artan işsizlik ve ekonomik durgunluktan ziyade toplumda artan girişimcilik duygusunun bir yansıması olduğuna ilişkin tartışmaları merkeze almıştır (Fraser ve Gold, 2001:680).

Kendi hesabına çalışmaya ilişkin araştırmaların özellikle son 10 yılda artış göstermesi şüphesiz çalışma şeklinin yaygınlaşması sonucunda gerçekleşmektedir. Kendi hesabına çalışma, yeni meslek kategorilerinin bu kapsama dahil olmasıyla hem daha kompleks hem de heterojenik çalışma koşullarına sahip olmuştur (Kuhn ve Schuetze, 2001:761). Ekonomik büyümeyi ve istihdamı artırmaya dönük politikalarda, girişimcilik ve kendi hesabına çalışma konusu daha da önemli hale gelmektedir. Sanayileşmiş ülkelerdeki tarım dışı kendi hesabına çalışanların sayısındaki artış, durgun ekonomileri yeniden canlandırma aracı olarak istihdamın artırılması yönünde kullanılmaktadır. Örneğin İngiltere'de kendi hesabına çalışmadaki artışın özellikle işgücü piyasasında gerçekleşen iyileşmeye katkısı oldukça büyük olmuştur. Aslında İngiltere'de 2010 yılının ikinci çeyreğinden beri istihdamdaki %40 'lık büyüme, kendi hesabına çalışanların sayısındaki artıştan kaynaklanmaktadır. 2010 yılında kendi hesabına çalışanların oranının sadece

%13 olduğunu göz önüne aldığımızda bu gerçekten şaşırtıcı bir artıştır. Fakat İngiltere'deki durumun böyle olması, Avrupa ülkelerinde de durumun buna benzer olduğu anlamına gelmemektedir. Her ülkenin kendi iç dinamikleri ve yapısı farklıdır. Örneğin Hollanda ve Belçika'da da kendi hesabına çalışanların sayısında artış görülmesine rağmen, toplam istihdamdaki etkisi büyük olmamıştır. Almanya'da ise istihdam 1,6 milyon kişi artmıştır; fakat bu, yeni işlerin yaratılmasıyla gerçekleşmiştir. 2010 yılının ikinci çeyreği ile 2014 yılının ikinci çeyreği arasında kendi hesabına çalışanların sayısında bir düşüş gerçekleşmiştir. İngiltere bu bağlamda bir anomalidir (Hatfield, 2015:6). İngiltere'de 1981 ile 1991 yılları arasında ekstra 1 milyon kendi hesabına çalışan ortaya çıkmıştır. Bunların 1 milyonu, herhangi bir çalışanı olmayan kendi adına çalışanlardan oluşmaktadır. 1991 yılına kadar toplam kendi hesabına çalışanların %69'u kendi adına çalışan kişilerden oluşmaktaydı. 1997 yılında ise bu oran toplam kendi hesabına çalışanların %74 'üne ulaşmıştır. Gerçekten de 1990'larda yapılan araştırmaların daha çok bu grubun üzerine odaklandığı görülmektedir. Bunun nedeni kompleks fakat özellikle İngiltere'de kişilerin kendi hesabına çalışmaya yönelik artan ilgilerinin de önemli bir etken olduğu vurgulanmaktadır. Özelleştirme, artan rekabet ve örgütsel yeniden yapılanmaların sonucu olarak çalışanların çalışma koşulları üzerinde kendi kontrollerini almaya yönelik seçenek arayışını girdikleri ifade edilmektedir. Handy (1990), kendi hesabına çalışmadaki bu ilgiyi portföy çalışma'daki büyümeye gönderme yaparak kavramsallaştırmaktadır (Fraser ve Gold, 2001:681).

Kendi hesabına çalışmada Doğu ve Güney Avrupa ülkeleri en fazla paya sahiptir. Özellikle Yunanistan'da işçilerin %30'u kendi hesabına çalışmaktadır. Yunanistan, İtalya, Polonya ve İspanya'da tarımsal, hizmet tabanlı ve kayıt dışı çalışmanın yaygınlığı nedeniyle, geleneksel olarak kendi hesabına çalışan işçilerin oranı fazladır. Kendi hesabına çalışma zayıf işgücü piyasası koşullarına sahip ülkelerde işsizliğe alternatif bir yol olarak görülmektedir. Norveç, Estonya, Danimarka, İsveç gibi Kuzey Batı Avrupa ülkelerinde kendi hesabına çalışan sayısı daha düşüktür. Bunun nedeni olarak da aktif işgücü piyasası politikalarına önem vermeleri ve düşük kayıt dışı çalışmadır. Sadece İngiltere, Hollanda ve İrlanda'da kendi hesabına çalışma oranı, Avrupa ortalamasının üstündedir. Ekonomik durgunluktan beri İngiltere ve Hollanda'da kendi hesabına çalışma oranı giderek artmaktadır. Hollanda'da kendi hesabına çalışma oranı, 2014'de

resesyon öncesi %12'den %15'in üzerine çıkmıştır. İngiltere'de kendi hesabına çalışma oranı da 2007'den beri istikrarlı bir şekilde artmıştır. Şu an için İngiltere'de 4 milyon kendi hesabına çalışan bulunmaktadır ve kendi hesabına çalışma son dört yılda 1,3 puan artmıştır. Almanya'da İngiltere'nin aksine kendi hesabına çalışma oranında 2010 yılından itibaren düşüş eğilimi görülmektedir. Bunun sebebi olarak da Almanya'nın derin bir ekonomik durgunluk yaşamaması ve işletmelerini yeniden yapılandırarak ücretli iş yaratmasıdır (Hatfield, 2015:8).

2.4.1 Durgunluk İticiliği Teorisi Çerçevesinde Kendi Hesabına Çalışma

Kendi hesabına çalışma, 1970-1980 yılları arasında işsizliğe alternatif bir istihdam yaratma yöntemi olarak önem kazanmıştır. Çünkü yaratıcılık ve yenilikçilik ile yüceltilen kendi hesabına çalışma biçimi, istihdam yaratma ve ekonomik büyüme için bir çare olarak görülmektedir.

Özellikle kadınların, yaşlı ve gençlerin de işgücü piyasasında daha fazla yer almasıyla kendi hesabına çalışma, hükümetlerin de desteklediği bir ekonomi politikası haline gelmiştir (Startienė, Remeikienė ve Dumčiuvienė, 2010:262). Durgunluk iticiliği teorisine göre kendi hesabına çalışmanın işgücü piyasalarındaki rolü, işsizliğin azaltılması ve yeni istihdam imkanları yaratılmasıdır. Özellikle Avrupa'da ve diğer gelişmiş ülkelerde işsizliğe çözüm olarak kendi hesabına çalışma önemli bir araç olarak görülmektedir. Örneğin Almanya'da kendi hesabına çalışanlar, işsizliği azaltmak için desteklenmektedir. Çünkü 2009 yılında 5 kendi hesabına çalışandan biri işsiz olarak tanımlanmaktaydı. Yine Slovenya'da kendi hesabına çalışanlar, işgücü piyasasında önemli bir paya sahiptir. Artan işsizliğe çare olarak geliştirilen aktif işgücü piyasası politikaları kapsamında, diğer atipik istihdam biçimlerinde olduğu gibi kendi hesabına çalışmanın da desteklenmesi yer almaktadır. Polonya'da kendi hesabına çalışma, istihdama alternatif bir yöntem olarak görülmekten ziyade ek gelir elde etmek isteyenler için yöneldikleri bir çalışma biçimidir. Polonya'da kendi hesabına çalışanların çoğunluğu birden fazla işe sahiptir. Türkiye'de ise kendi hesabına çalışma, girişimcilik yaklaşımıyla ele alınmaktan ziyade kayıt dışılığın kapsamında değerlendirilmektedir. Bireylerin istihdam edilmemesi halinde işsizlikle baş edebilmek için başvurduğu bir alan olarak görülmektedir. Halen istihdamın önemli bir parçasıdır; lakin çekici, katma-

değeri yüksek bir parçası konumunda değildir. Hükümet, güvencesiz istihdamın ve işsizliğin daha fazla artmasını önlemek amacıyla ne teşvik edici ne de engelleyici söylemlerde ve politikalarda bulunmamaktadır (Hawley vd., 2010:11-12).

Son yirmi yılda Kanada ekonomisi ve diğer birçok sanayileşmiş ülke, gerçekleştirdikleri yeniden yapılanma süreci sonucunda kendi hesabına çalışma ve küçük ölçekli girişim faaliyetlerini arttırmışlardır. Özellikle kadınlar bu değişimin ön saflarında yer almaktadır. Kendi hesabına çalışan kadınların sayısındaki artış bir çok faktörle ilgilidir. Bazı araştırmacılar, kadınların bağımsızlık, esneklik ve ücretli istihdamdaki engellerden kurtulmak için kendi hesabına çalışmaya gönüllü olarak yöneldiğini iddia ederken bazı araştırmacılar ise işgücü piyasasında yeniden yapılanma ve küçülme gibi durumlar nedeniyle kendi hesabına çalışmaya zorunlu olarak itildiğini ifade etmektedir (Hughes, 2003:434).

2.4.2 Girişimci Çekiciliği Teorisi Çerçevesinde Kendi Hesabına Çalışma

Kendi hesabına çalışmanın artmasıyla birlikte bireyleri kendi hesabına çalışmaya yönelten nedenlere ilişkin kuramlar da geliştirilmiştir. Gerçekte kendi hesabına çalışma teorilerine olan ilgi, 18. yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır. Fakat, özellikle 1970 -1980 yılları arasında kendi hesabına çalışmanın artışıyla birlikte kendi hesabına çalışma konusuna girişimcilik temelinde bakan çalışmaların sayısında da bir artış gözlenmiştir. Bu yönde yapılan çalışmalar (Wagner, 2007; Lofstrom, 2002; Akyol, Athreya, 2009; Verheul vd.,2006) ilginç bir gerçeği ortaya koymaktadır. Kavramlar açık ve net olmasa da, girişimcilik ve kendi hesabına çalışma genellikle eşanlamlı olarak kullanılmaktadır. Çoğu yazar, kendi hesabına çalışma ve girişimcilik kavramlarını birbirine denk görürken (Verheul vd., 2001), bazı çalışmalar ise (Krasniqi, 2009) girişimciliğin ve kendi hesabına çalışmanın eş anlamlı olmadığını ifade etmektedir. Genellikle girişimciliğin çok boyutlu bir olgu olduğu kabul edilmektedir. Girişimcilik ve iş yaratımında temel bir 'itici güç' olarak algılanan kendi hesabına çalışma, Avrupa'daki ekonomik dinamizm ve ekonomik büyümede önemli bir potansiyel olarak görülmektedir. İş yaratma, beceri geliştirme ve işsizlerin ve dezavantajlıların topluma katılımını sağlamaya yönelik politikalarda kendi hesabına çalışmanın teşvik edilmesine yönelik politikalar ön plana çıkmaktadır.

Son yıllarda, kendi hesabına çalışmayı ve KOBİ'leri desteklemek için bir dizi Avrupa politikası ve programı da hayata geçirilmiştir. 2005 yılında, KOBİ'lerin ihtiyaçlarını ele almak, Lizbon'un büyüme stratejisini başarmanın bir yolu olarak belirlenmiştir. Ekonomik büyüme, modern KOBİ'lerin büyüme ve istihdam politikaları üzerine temellenmiştir (Hawley vd., 2010:5). Lakin kendi hesabına çalışma aracılığıyla iş yaratma ve istihdamı arttırmaya yönelik çabaların öngörüldüğü gibi sonuçları olmadığı da görülmektedir. Zira son yıllarda kendi hesabına çalışmanın toplam istihdama katkısı sınırlı gerçekleşmiştir. Örneğin Finlandiya'da girişimci kendi hesabına çalışma motivasyonu güçlü bir şekilde gelişmiştir. Son yıllarda girişimcilerin sayısında önemli bir artış görülmektedir. Fakat, girişimciler arasında faaliyetlerini genişletme konusunda isteksizlik fazladır. İş yaratma potansiyeli kısıtlıdır. Yine Slovenya'da da kendi hesabına çalışma, yeni işler yaratma konusunda ağırlıklı olarak bireysel ve verimsizdir. Çünkü kendi hesabına çalışanlar ücretli bir çalışan istihdam etmemektedir (Hawley ve diğ., 2010:11).

BÖLÜM 3: FREELANCE GAZETECİLERİN İŞGÜCÜ PİYASASI ANALİZİ

3.1 Genel Olarak Medya Endüstrisinin İşgücü Piyasası Analizi

Bu bölümde medya endüstrisi işgücü piyasası özellikleri ve işgücü piyasasına yönelik yasal düzenlemeler ele alınmıştır.

3.1.1 Medya Endüstrisi İşgücü Piyasasının Özellikleri

Son yıllarda medya endüstrisinde, tam zamanlı çalışanların sayısındaki düşüşe paralel olarak freelance çalışanların sayısında hızlı bir artış olduğu görülmektedir (ILO, 2014:1). Teknoloji, medya şirketlerinin çalışanlarını sabit tam zamanlı bir çalışmadan ziyade freelance olarak yönetmelerini ve özellikle işgücü maliyetlerinin yüksek olduğu ülkelerde işçileri sadece ihtiyaç duydukları anda işe almalarını kolaylaştırmaktadır (White, 2012:16) Bu durum, meslek kavramını da kısa bir cümleyle ifade edilemeyecek duruma getirmektedir. Freelance çalışanlar, kendilerini tek bir mesleğin sınırları içine hapsetmemekte ve birbirine yakın farklı meslekleri kendileri için tanımlamaktadır. Örneğin yayıncılık alt endüstrisinde çalışan bir freelance çalışan, kendini freelance yönetmen, bir iletişim danışmanı, bir editör koordinatörü, bir gelişim yöneticisi, bir öğretim görevlisi, bir eğitim danışmanı ve bir yönetici olarak da tanımlamaktadır. Meslekler arasındaki geçişgenlik ise bireyin daha nitelikli ve daha profesyonel olmasını gerekli kılmaktadır (Platman, 2004:582). Bütün sektörlerde işler sürekli değişmektedir. Bilim ve teknolojiadaki gelişmeler, her yıl yeni işler, yeni meslekler ortaya çıkarmakta, bir kısım meslekler ise tarih sahnesinden ayrılmaktadır. Geleneksel meslekler varlığını sürdürse bile kullanılan araç ve yöntemler değişmekte ve çeşitlenmektedir (Burke vd., 2008:94).

Özellikle değişim basılı medya sektöründe daha derin hissedilmektedir. Birçok Avrupa ülkesinde, basılı medya sektörü, örgütlü işçi hareketinin ön saflarında yer almıştır. Sendikalar güçlenmiş ve uygun bir sosyal diyalog ortamı yaratılmıştır. Fakat zamanla diğer endüstrilerde olduğu gibi medya sektörü de zamanla değişmiştir ve bu değişim işgücü piyasası dinamiklerini de dönüştürmüştür. Bu sektörde çalışanların sayısının azaltılması ve atipik işlerin büyümesi, diğer ana eğilimlere paralel olarak ilerlemektedir.

Büyük şirketler, iş sürecinin büyük bir bölümünü dışarıdan temin etmektedir. Ancak, bu çalışanlar genellikle diğer çalışanlarından daha düşük bir sosyal koruma düzeyi ile karşı karşıya kalmaktadır. Buna ek olarak, bu durum çalışanların daha az temsil edilmesinden dolayı sektördeki tüm mevcut taraflar için sosyal diyalogu engellemektedir (Lafoucriere, 2006:1). Türkiye’de çalışanlar, medya sektöründe yaşanan değişimlerle güvenceli çalışma ortamından uzaklaşmaktadır. 212 Sayılı Kanunun uygulamasından kaçınmak için gazetecilerin büyük bir kısmı 4857 sayılı kanun kapsamına dahil edilerek taşeron gazeteci olarak çalıştırılmaktadır ya da freelance çalışanlara iş verilmektedir (Dişbudak ve Bozkulak, 2010:107; Atılğan, 2001:86) Ülkemizde de özellikle 1980’lerden itibaren basın çalışanları için zor bir dönem başlamıştır. Kadrosuz ve sigortasız çalıştırılan basın çalışanları haklarından mahrum edilmek için sendikasız çalıştırılmaya zorlanmakta ve aksi halde işten çıkarılma tehdidi ile karşılaşmaktadır (Karahisar, 2008:81). 2000 yılı ve sonrası medya sektöründe ciddi değişimlerin yaşandığı bir dönemin başlangıcı olmuştur. Yabancı sermayenin piyasaya girişiyle birlikte çalışanlar açısından çok daha olumsuz çalışma koşulları oluşmaya başlamıştır. Özellikle teknolojik gelişmeler neticesinde medyada yer alan tecrübeli ve yaşı ilerlemiş birçok çalışan işsiz kalmıştır. Telifle gazeteci çalıştırmanın cazibesi artmış, bu da gazetecilerin örgütlenmesinde ciddi sorunlar ortaya çıkarmıştır. Medya şirketleri tam zamanlı çalışan gazetecisine bile maaşının yarısını bordroda göstermiş, kalanı ise telif ücreti adı altında ödemiştir. Bordro ücreti üzerinden hesaplanan kıdem tazminatı işten ayrılan gazetecilere düşük ödenmiştir (Seçkin, 2010: 72).

Medya endüstrisinde freelance çalışma, tüm dünyada, 1920 ve 1930’larda gazetecilerin bir çalışma biçimi olarak kurulmuştur. Medya alt sektörleri ve işverenler arasındaki hareketlilik yüksek olmasına rağmen 1980’lere kadar sektörde var olan beklenti sürekli istihdama yönelik olmuştur. Bununla birlikte, 1980’lerin ortalarından itibaren bir dizi köklü değişim gerçekleşmeye başlamıştır. 1990’ların ortalarına gelindiğinde ise, bir zamanlar kalıcı olan pek çok iş artık freelance çalışanlar tarafından yapılmaya başlanmıştır. Örneğin, yayıncılık alt endüstrisinde freelance çalışanlar 1989’da toplam iş gücünün %39’undan 1994 ‘te %54’e yükselmiştir. Bu eğilimler yalnızca televizyonda, film ve video alt sektörlerinde değil, aynı zamanda kitap yayıncılığı ve dergi yayıncılığı alanında da benzer gelişmeler görülmektedir (Platman, 2004:578).

Küçülme ve yeni iş ilişkilerinin yaygınlaşmasını kapsayan bu süreç, belirsiz süreli sözleşmelere dayanmamakta, daha az maliyetli ve piyasa dalgalanmalarına daha kolay adapte olan, kısa vadeli ya da bağımsız iş sözleşmelerine dayanmaktadır (Nies ve Pedersini, 2003:7).

Birçok merkez ve doğu Avrupa ülkesinde freelance çalışma, özellikle gazetecilik endüstrisinde yaygın bir çalışma biçimi haline gelmiştir (Nies ve Pedersini, 2003:2). Medyada atipik çalışma, freelance çalışma, girişimci gazeteci, kısa süreli veya kısmi zamanlı çalışma ve hatta ajans çalışması gibi çok çeşitli durumları kapsamaktadır (Drobinski-Weiss, 2017:9).

IFJ ve EFJ'nin sektördeki freelance gazetecilere yönelik girişimlerinin olduğu ve yaygınlaşan güvencesiz çalışma koşullarına çözüm bulmaya ilişkin faaliyetlerde bulundukları görülmekte ve bu yönde Avrupa sosyal politika yapıcılarını, profesyonel gazetecileri, işçi ve işveren örgütlerini insanca çalışma koşullarını ve temel sosyal güvenlik imkanlarını sağlama konusunda bir araya getirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadır. Çünkü sadece profesyonel gazetecilik mesleği değil aynı zamanda bilgi güvenliği de risk altında görülmektedir. Hem politikacıları hem de sivil toplumu sektördeki muhtemel tehlike ve tehditlere karşı uyarmaktadırlar (Nies ve Pedersini, 2003:2).

Medya endüstrisinde freelance çalışanlar, işverenler tarafından özellikle 3 amaçla kullanılmaktadır. Bunlar, esneklik, ekonomiklik ve anlık bilgi elde etmedir. İlk olarak sektörde geniş bir freelance çalışan havuzunun var olması yaratıcı ve profesyonel çalışanların çeşitli şekillerde tedarik edilmesine imkan sağlamaktadır. Bu kişilerle, uzun ve maliyetli işe alım süreçlerine gerek olmaksızın hızlı bir şekilde iş anlaşması yapılabilmektedir. İkinci olarak işverenler/müşteriler için ekonomiklik sağlamaktadır. Çünkü işverenler freelance çalışanlarla bir anlaşma yaptıklarında freelance çalışanların kendi ekipmanlarını kullanmaları neticesinde genel giderlerinde önemli ölçüde tasarruf sağlamaktadır. Aynı zamanda freelance çalışanlar hastalık ödemelerini, emeklilik primlerini kendileri ödemek zorundadır. Eğitim ve kariyer gelişim harcamalarını da kendileri üstlenmektedir. Bu da işverenlerin işgücü maliyetlerini azaltmaktadır.

Üçüncü olarak da işverenler/müşterilerin talep ettiği değişime anında adapte olabilecek, en son beceri ve teknolojilerle donatılmış ve işverenin çekirdek kadrosuna yeni bir bakış açısı ve uzmanlık sağlayacak emek ihtiyacını anında sağlayabilmektedir (Platman, 2004:580-81).

3.1.2 Medya Endüstrisi İşgücü Piyasasına Yönelik Mevzuat

Bu bölümde medya endüstrisinde çalışanlara yönelik uygulanan mevzuatlar ele alınmıştır. Bunlar Borçlar Kanunu, Basın İş Kanunu ve Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'dur.

3.1.2.1 Borçlar Kanunu

Freelance gazeteciler, bir kurum ya da kuruluşa bağlı olmadan çalıştıkları için 4857 sayılı İş Kanunu ve 5953 Sayılı Basın İş Kanunu kapsamına girmemektedir. İş Yasası'nın kapsamı dışında kalan ve Deniz İş Yasası ile Basın İş Yasası gibi özel yasaların uygulama alanına girmeyen işlerde; söz konusu işlerin görüldüğü işyerleri ile buralarda çalışan işçilere ve bunların işverenlerine, Borçlar Kanunu'nun hizmet sözleşmesine ilişkin hükümleri ile genel hükümleri uygulanmaktadır (Tunçomağ ve Centel, 2008:48).

Böylece, bağımsız çalışmaları nedeniyle söz konusu kanunların kapsamına girmeyen freelance gazeteciler, eski 818 sayılı Borçlar Kanunu'nun 'neşir mukavelesi' (md.372) 'istisna akdi' (md.355) veya 'vekalet akdi' (md.386) hükümlerine göre çalışmakta ve eserlerini çeşitli müşterilere satabilmekteydi⁷. 01 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nda bu sözleşme ile ilgili düzenleme, "Yayın Sözleşmesi" adı altında md. 487- 501 arasında 15 madde olarak yer almaktadır⁸. Yayın sözleşmesi, esasen 05.12.1951 tarihli ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda (FSEK) düzenlenen telif hakları konusu ile de alakalıdır. Bu nedenle Borçlar Kanunu içerisinde özel bir durum arz etmektedir.

⁷ Resmi Gazete: T: 29/4/1926 , S:359.

⁸ 11/01/2011 tarihinde TBMM'de kabul edilen 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu ile 12/01/2011 tarihinde TBMM'de kabul edilen 6101 sayılı Türk Borçlar Kanunun Yürürlüğü ve Uygulama Şekli Hakkında Kanun 4 Şubat 2011 Cuma, 27836 Sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır.

3.1.2.2 Basın İş Kanunu

Basın İş Yasası olarak ifade edilen 1952 tarihli ve 5953 sayılı “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Yasa”, basın işlerinde çalışan gazeteciler ile bunların işverenleri arasındaki iş ilişkilerini düzenleyen ilk yasadır ve halen günümüzde yürürlüktedir⁹. İlgili yasa 27 Mayıs 1960 tarihinde 212 sayılı yasa ile yeniden düzenlenmiş ve geliştirilmiştir.

212 Sayılı Yasa olarak bilinen düzenleme, gazeteciler açısından ileri haklar sağlamıştır. 212 Sayılı Kanun’un 1. maddesi; bu kanunun Türkiye’de yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunu’ndaki ‘işçi’ tanımı kapsamı dışında kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanacağını ifade etmektedir (Şakar, 2002:45).

3.1.2.3 Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu

Türkiye’de telif hakları konusunda yapılan ilk düzenleme 1951 yılında yürürlüğe giren 5846 sayılı “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu” dur¹⁰. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu, esasen eser sahibinin ve üçüncü kişilerin eserlerini korumamaktadır. Bu kişilerin eserden kaynaklanan maddi ve manevi haklarını korumaktadır. Dolayısıyla telif hakları terimi ile fikir ve sanat eseri sahiplerinin kendi eserleri üzerindeki hakları güvence altına alınmaktadır (Çetinkaya, 2012:79).

Medya ve Kültür sektörlerinde, telif hakları meselesi, özellikle yeni teknolojilerin gelişmesiyle yoğun bir şekilde ele alınmaktadır. Dijital korsanlık, medya ve kültür endüstrileri için ciddi bir risk teşkil etmektedir. Aynı zamanda, medya ve kültür çalışanları için, fikri mülkiyet hakları, emeklerinin nasıl ücretlendirildiği konusundaki görüşmelerde de önemlidir. İçeriğin kalitesi, entelektüel ve sanatsal başarıların bir sonucudur ve istihdam veya sözleşme ilişkilerinde meydana gelen değişiklikler, bireysel içerik sağlayıcılar ile işlerini ticarileştiren işletmeler arasındaki dengeyi etkilemektedir. Bazı ülkelerde çalışanlar, iş sözleşmesine bağlı olarak ekonomik haklarından vazgeçmiş sayılmakta ve fikri mülkiyet hakları işverene geçmektedir.

⁹ Resmi Gazete: Tarih : 20/6/1952 Sayı : 8140

¹⁰ Resmi Gazete: 13/12/1951 Sayı : 7981

Bununla birlikte, durumun böyle olmadığı Fransa, Almanya ve İsveç gibi ülkelerde telif hakkı sorunları toplu pazarlık ve sosyal diyalog için temel olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde film endüstrisindeki haklar, üretim şirketleri ve sendikalar arasında müzakere edilen toplu sözleşmelerde ele alınmaktadır (ILO, 2014:19).

Çoğu sanatçının, yazarın ve sanatçının, kısa süreli sözleşmelerle çalıştığı veya kendi hesabına çalışanlar olduğu düşünüldüğünde sanatçıların, yazarların gazetecilerin vb diğer medya çalışanlarının ürettikleri içeriklerin korunması konusunun öneminin büyük olduğu anlaşılmaktadır.

Son 50 yılda fikri mülkiyet hakları büyük ölçüde artmıştır; ancak bireysel sanatçı ve yazarların korunması ve ücretlendirilmesi dünya çapında yetersiz kalmaktadır (Rottwilm, 2014:72).

3.2 Medya Endüstrisi İşgücü Piyasası Verileri

Burada dünyada ve Türkiye’de medya endüstrisine yönelik işgücü piyasası verileri incelenmektedir.

3.2.1 Dünyada Medya Endüstrisi İşgücü Piyasası Verileri

Dünyada medya endüstrisi işgücü piyasası verileri istihdam, cinsiyet, endüstri ilişkileri, kayıtdışılık, meslek örgütleri ve ayrımcılık başlıkları altında ele alınmaktadır.

3.2.1.1 İstihdam

Medya ve kültür endüstrileri, aralarında internet, televizyon, gazete, dergi, kitap, film ve radyo gibi kitle iletişim araçlarını; tiyatro, dans, müzik konserleri ve müzik festivalleri, opera, komedi ve sirk gibi sahne sanatlarını; grafik sektörü, video oyunları, basılı ve elektronik yayıncılık ve baskı endüstrilerini içermektedir. Dolayısıyla medya endüstrisi çok çeşitli alt sektörlerden meydana gelmektedir

Birçok ülkede, bu alt sektörler işgücünün %1'inden fazlasını istihdam etmektedir. Sadece Avrupa Birliği'nde (AB), yayıncılık faaliyetleri, video ve televizyon programı prodüksiyon faaliyetleri ile programlama, yayın ve bilgi hizmeti faaliyetleri konusunda 2,3 milyondan fazla insan istihdam edilmekte ve yaklaşık 1.2 milyon kişi basım ve medya üretiminde kullanılmaktadır. Bunların çoğu tam zamanlı çalışanlar olsa da, atipik çalışma biçimleri önem kazanmaya devam etmektedir. AB'deki görsel-işitsel sektörde,

13 600 TV ve radyo şirketi, 3 657 müzik prodüksiyon işletmesi ve 40100 , film yapım ve video şirketi bulunmaktadır (European Commission, 2010:19) Ayrıca, AB canlı performans sektörü, yaklaşık yarısı kendi çalışan statüsüne sahip olan yaklaşık 1 milyon kişiyi istihdam etmektedir (European Commission, 2010:53).

Medya endüstrisinin bir alt sektörü olan basılı medya, Avrupa Topluluklarında (NACE) ekonomik faaliyetlerin sınıflandırılmasında belirtildiği üzere, yayın ve basım olmak üzere iki alandan oluşmaktadır.

Bunlar aşağıda sınıflandırılmıştır:

NACE kodu	Açıklama
22.12	Gazetelerin yayınlanması
22.13	Dergilerin ve süreli yayınların yayınlanması
22.21	Gazetelerin basımı
22.22	Süreli yayınların basımı

Basım endüstrisi, Avrupa'da uzun bir geleneğe sahiptir. Sektör, ağaç işleme, kağıt hamuru ve kağıt gibi diğer orman temelli endüstrilerle bağlantılıdır. Yetenekli ve kalifiye elemanlar için iş olanakları sağlayan önemli bir sektördür. Son yıllarda değişen iş modelleri, dijital iletişime geçişler ve AB dışı ülkelerden gelen rekabet ile ilgili zorluklarla karşı karşıya olmasına rağmen büyümeye devam eden dinamik bir alandır. AB basım sektörü, yaklaşık 820.000 işçi istihdam eden yaklaşık 123.428 şirket içermektedir. Sektör, ağırlıklı olarak iç pazarlarda faaliyet gösteren aile şirketi, küçük ve mikro şirketler tarafından yönetilmektedir. Basım sektörü tarihsel olarak emek yoğun bir sektör niteliğine sahip iken, son yıllarda dijitalleşmedeki gelişmeler dolayısıyla işgücü sayısında bir azalış gerçekleşmiştir (European Communities, 2007:47).

Tablo 4:
Basım Sektöründe İstihdam 2002-2004 (Nace 22.22)

Belçika	-8%
Almanya	-13%
İspanya	-1%
Fransa	-10%
İtalya	-1%
Hollanda	-8%
Birleşik Krallık	-9%

Kaynak: European Communities (2007). Competitiveness of the European Graphic Industry: Prospects For the EU Printing Sector to Respond to its Structural and Technological Challenges. Brussels .s.47

ABD, gazete yayıncılığı piyasasında en fazla istihdam oranına sahip ülkedir, onu Almanya, İngiltere ve Fransa takip etmektedir. 1997 ve 2007 yılları arasında bazı OECD ülkelerinde (Norveç -53%, Danimarka %-41, ve Almanya %-25) gazetecilik alanında istihdam oranlarında hızlı bir düşüş gerçekleşmiştir. İspanya (%63) ve Polonya (%30) gibi bazı OECD ülkelerinde ise istihdamda artış gerçekleşmiştir.

Özellikle 2008 ve 2009 yıllarında bir çok OECD ülkesinde, basın alanında istihdam edilen gazetecilerin sayısında belirgin düşüş görülmüştür (Science vd., 2010,21).

2017 yılında Avrupa Birliği'nde (AB) yazar, gazeteci veya dilbilimci olarak yaklaşık bir milyon kişi istihdam edilmiştir. Bunların neredeyse yarısı gazetecilerdir. Beş yıl öncesine kıyasla, AB'deki gazeteci sayısı 38 bin artmıştır. Genel olarak 1.2 milyon kişi gazete, dergi ve dergi gibi yayıncılık faaliyetlerinde bulunurken, bir buçuk milyona yakını bilgi işlem faaliyetleri, veri işleme, web siteleri veya haber ajanslarında istihdam edilmiştir. Dolayısıyla toplam istihdamın %0,2'sini gazeteciler oluşturmaktadır. Ülkeler arasında toplam istihdamda gazetecilik payının en fazla olduğu ülkeler, Estonya ve İsveç'te toplam istihdamın %0.5'i, Hollanda, Finlandiya ve Almanya'da toplam istihdamın % 0.3'ün üzerinde kaydedilmiştir.

Tablo 5:
AB Ülkelerinde Yayıncılık ve Bilgi Hizmetleri Faaliyetlerinde İstihdam (Bin),
2016

Ülkeler/NACE_R2	J58 Yayıncılık Faaliyetleri	J63 Bilgi Hizmetleri
Avrupa Birliği	1.196,7	396,2
Belçika	10,7	5,7
Bulgaristan	8,3	6,3
Çek Cumhuriyeti	15,0	7,8
Danimarka	21,3	6,1
Almanya	489,0	80,5
Estonya	3,0	1,1
İrlanda	5,2	8,6
Yunanistan	16,2	6,1
İspanya	55,0	15,4
Fransa	118,9	49,1
Hırvatistan	5,9	2,4
İtalya	67,8	52,0
Kıbrıs	0,9	0,5
Letonya	2,7	1,7
Litvanya	:	:
Luxembourg	0,6	0,5
Macaristan	14,4	17,0
Malta	0,6	0,4
Hollanda	25,9	13,8
Avusturya	16,4	10,0
Polonya	45,9	13,6
Portekiz	12,9	:
Romanya	15,1	38,8
Slovenia	3,4	0,5
Slovakya	3,1	7,0
Finlandiya	14,5	6,5
İsveç	34,9	12,1
Birleşik Krallık	185,8	26,9

Kaynak: Eurostat, 2018

Görsel-işitsel medya sektöründe ise birçok işçi, düzensiz ve öngörülemez istihdam olanakları, atipik sözleşme ilişkileri ve çalışma koşulları üzerinde denetim eksikliği ile karşı karşıya bulunmaktadır. Mevcut iklimde, daha fazla “esneklik” ve hareketliliğe” yönelik eğilimlerin yanı sıra, çoğu üye Avrupa ülkesinde, kamu finansmanında yaşanan düşüşün birçok kültürel ve medya çalışanının geçimini tehdit ettiği görülmektedir (European Commission, 2010:18) Sektörde personel sayısında giderek bir azalma söz konusu iken, iş piyasasına girenler için ise aşırı kötü çalışma koşulları ve atipik istihdam ilişkilerinde artış (işten çıkarmalar, taşeron uygulamaları, geçici sözleşmeler) görülmektedir. Avrupa ve ABD’den elde edilen veriler medya endüstrisindeki bazı

alanlarda işlerin kaybolduğunu göstermektedir. Özellikle ABD'deki düşüş oldukça belirgindir. Bazı büyük ekonomilerde haber gazetecilerinin sayısı önemli oranda azalmaktadır. Öyle ki medya endüstrisinde freelance çalışanları da kapsayan atipik çalışanların sayısı diğer tam zamanlı çalışanlardan daha fazladır (Bibby, 2014; Holderness, Pöppelmann ve Klehm, 2011:3).

Avrupa'da medya endüstrisinde çalışanların istihdamına yönelik verilere Eurostat İşgücü Piyasası anketlerinden elde edilmektedir. Fakat Eurostat, medya endüstrisi kavramı yerine kültürel sektör kategorisi altında ilgili çalışanlara ilişkin istatistiki verileri sunmaktadır. Kültürel bir işyerinde çalışıp çalışmadıklarına bakılmaksızın, "kültürel" olarak tanımlanan bir ekonomik sektörde çalışan tüm çalışanların dahil edilmesiyle 'kültürel istihdam' tanımlanmaktadır. Buna ek olarak, kültürle ilgili tüm meslekler, ilgili çalışanlar kültürel olmayan sektörlerde istihdam edildiğinde bile istihdama dahil edilmektedir. Buna göre ekonomik sektör olarak kültürel istihdam ve kültür istatistikleri kategorisi altında yaratıcılık, sanat ve eğlence faaliyetleri, kütüphaneler, arşivler, müzeler ve diğer kültürel etkinlikler, programlama ve yayın faaliyetleri, 'sinema filmi, video ve televizyon programları, ' ses kayıt ve müzik yayıncılık faaliyetleri ve özel tasarım etkinlikleri yer almaktadır. Mesleklerle ilgili olarak, kültür işleri, yazarlar, mimarlar, müzisyenler, gazeteciler, aktörler, dansçılar, kütüphaneciler, el sanatları çalışanları ve grafik tasarımcılar gibi meslekleri kapsamaktadır. Dolayısıyla medya çalışanlarına yönelik istihdam verileri Eurostat raporlarında kültür endüstrisi kavramı altında incelenmektedir.

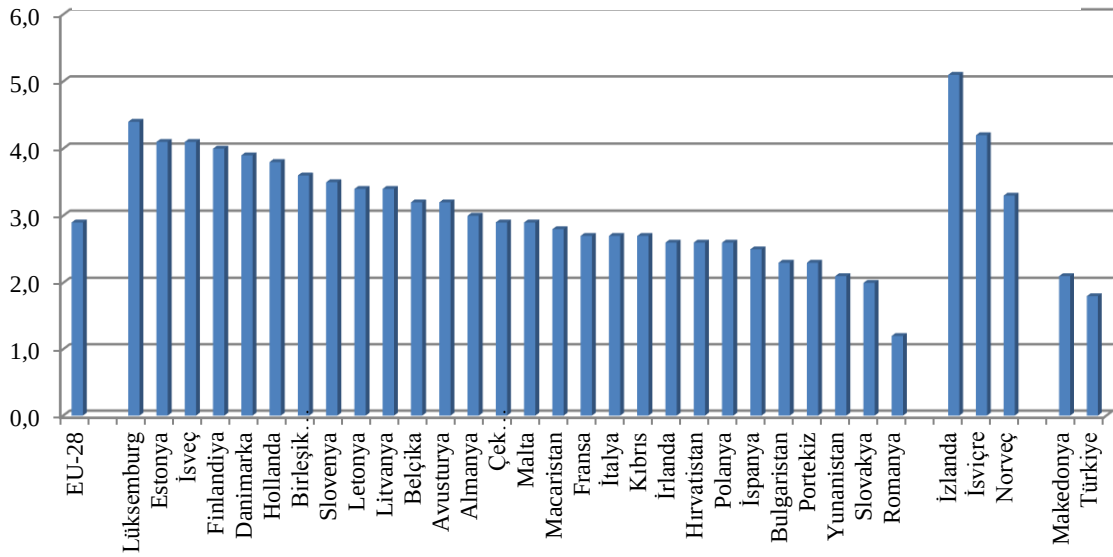
Tablo 6:
Kültürel İstihdam (2010, 2013, 2015)

BÖLGE/YIL	(1000 Kişi)	İstihdam Oranı %	(1000 Kişi)	İstihdam Oranı %	(1000 Kişi)	İstihdam Oranı %
	2010	2010	2013	2013	2015	2015
Avrupa Birliği (28 ülke)	5.393,8	2,5	6.175,4	2,9	6.447,8	2,9
Belçika	108,4	2,4	137	3,0	143,6	3,2
Bulgaristan	70,4	2,3	62,7	2,1	70,4	2,3
Çek Cumhuriyeti	134,1	2,7	143,3	2,9	145	2,9
Danimarka	86,5	3,2	104,6	3,9	106,2	3,9
Almanya	1.026,5	2,7	1.178,5	3,0	1.214,5	3,0
Estonya	20,6	3,6	25,8	4,2	26,2	4,1
İrlanda	50,2	2,7	49,1	2,6	51,6	2,6
Yunanistan	82,8	1,9	85,9	2,4	74,7	2,1
İspanya	393,7	2,1	394,1	2,3	439,8	2,5
Fransa	537,7	2,1	734,6	2,8	719,8	2,7
Hırvatistan	35,3	2,1	40,5	2,7	41	2,6
İtalya	512,2	2,3	603,7	2,7	614,1	2,7
Kıbrıs	9,6	2,4	9,4	2,6	9,7	2,7
Letonya	26,5	3,1	28,2	3,2	30,3	3,4
Litvanya	34,8	2,8	39,2	3,0	44,8	3,4
Lüksemburg	8	3,6	10,7	4,5	11,4	4,4
Hollanda	280,4	3,3	322,4	3,9	318,1	3,8
Avusturya	115,3	2,9	134,9	3,3	132,9	3,2
Polonya	312,3	2,0	375,7	2,4	416,6	2,6
Portekiz	96,3	2,0	91,1	2,1	106,7	2,3
Romanya	91,2	1,0	86,1	1,0	100,4	1,2
Slovenya	26,7	2,8	35,9	4,0	32,2	3,5
Slovakya	55,7	2,4	40,4	1,7	49,2	2,0
Finlandiya	92	3,8	93,7	3,8	96,8	4,0
İsveç	157,7	3,5	192,9	4,1	197,3	4,1
Birleşik Krallık	928,8	3,2	1.034,3	3,5	1.129,3	3,6
İzlanda	7,1	4,3	7,7	4,5	9,4	5,1
Norveç	77,7	3,1	95,1	3,7	87,7	3,3
İsviçre	150,3	3,5	176,1	3,9	194,1	4,2
Yugoslavya	:	:	16,7	2,5	14,7	2,1
Türkiye	447,6	2,0	448,2	1,8	466,1	1,8

Kaynak: Eurostat (2010,2013,2015)

Eurostat verilerine göre AB'de 2015'te yaklaşık 6.5 milyon insan, kültürel bir sektörde veya meslekte çalışmaktadır. Bu sayı istihdam edilen toplam insan sayısının % 2.9'unu kapsamaktadır. 2011 ile 2015 yılları arasında kültür alanında çalışan insan sayısında küçük; ancak istikrarlı bir artış gerçekleşmiştir. 2011 ile 2015 yılları arasında toplam istihdamda kültürel istihdam ağırlığının etkisi, AB üyesi devletler arasında farklılık göstermektedir. Genel olarak gösterge biraz yükselmekte veya stabil kalmaktadır; ancak Almanya, Fransa, Macaristan ve Finlandiya'da az da olsa bir düşüş görülmektedir.

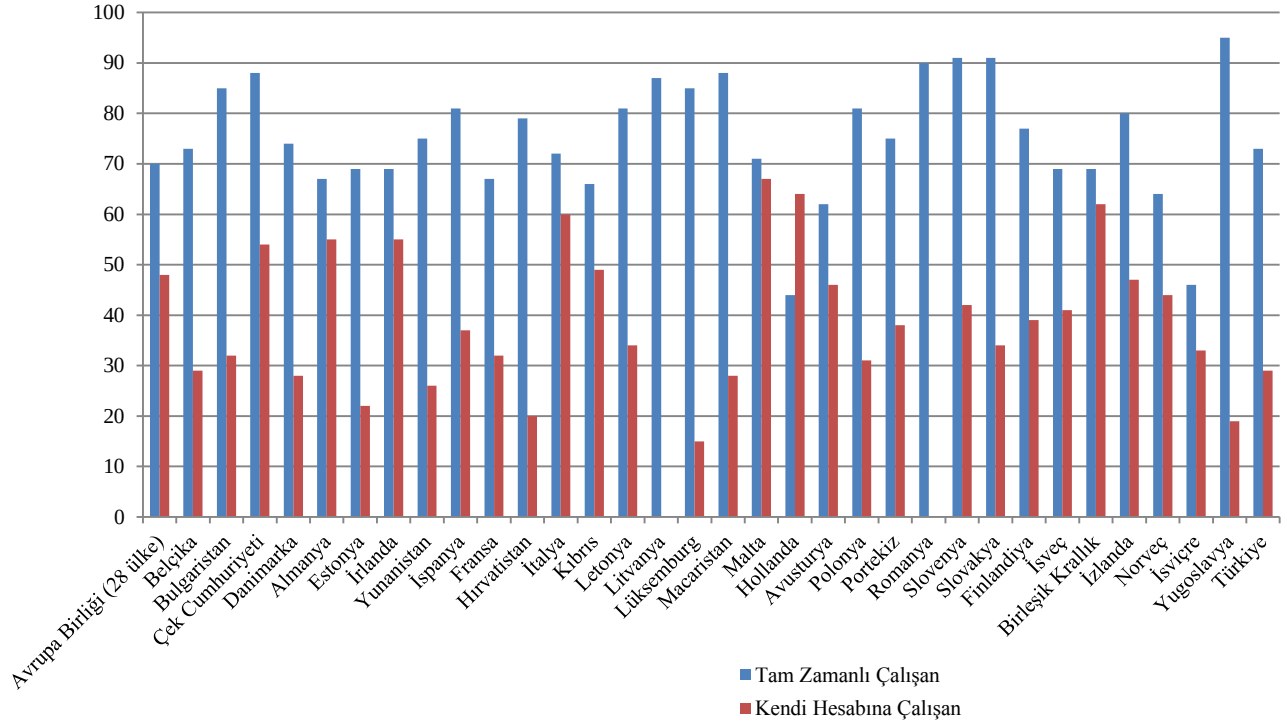
Grafik 7:
Toplam Kültürel İstihdam % (2015)



Kaynak: Eurostat,2015

2015'te kültür endüstrisinde istihdam edilenlerin oranı, Türkiye'de % 1.8 iken Lüksemburg'da bu oran %4.4'tür. Danimarka, Estonya, Hollanda, Finlandiya, İsveç ve Birleşik Krallık'ta da bu oran %3,5 'in üzerindedir (Grafik 8). Avrupa Ticaret Birliği (EFTA) ülkelerinde (İzlanda, İsviçre ve Norveç) ise oran AB ortalamasının üstündedir.

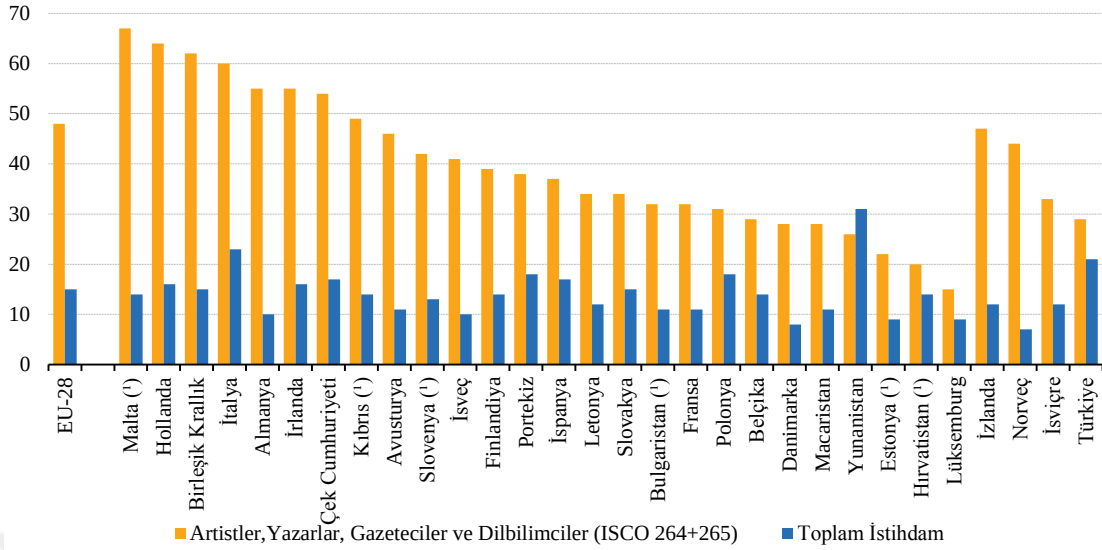
Grafik 8:
Kültürel İstihdamda Kendi Hesabına Çalışma ve Tam Zamanlı Çalışma (%)
2015



Kaynak:Eurostat

AB'deki tüm sanatçı ve yazarların yarısı (%48), 2015'te kendi hesabına çalışmaktadır. Bu oran toplam istihdam oranından (%15), çok daha yüksektir. Esas fark, büyük oranda Almanya (%55) ve Birleşik Krallık (%62) gibi ülkelerin ağırlığından kaynaklanmaktadır (Grafik 9).

Grafik 9:
2015 yılı Kendi Hesabına Çalışan Yazar, Sanatçı ve Gazetecilerin Toplam İstihdam İle Kıyaslaması %



Kaynak: Eurostat ,2015

3.2.1.2 Cinsiyet

Kadınlar, 1980'lerden itibaren gazetecilik mesleğine adım atmış ve her geçen yıl mesleğe katılım artarak devam etmiştir. Kadınların işgücüne katılımı, medya ve gazetecilik sektörü de dahil pek çok sektörde daha çok görünür duruma gelmiştir. Buna rağmen gazetecilik halen erkek egemen bir sektör durumundadır (Gönenç, 2003:24).

Eurostat 20016 kültür istatistikleri verilerine göre medya ve kültür endüstrisinde kadın çalışanların sayısında yıllar itibariyle bir artış görülmesine rağmen erkeklerin kültürel istihdamdaki payları, kadınların oranından%54 daha yüksektir. Özellikle Belçika, İspanya, Fransa, Malta, Hollanda ve Birleşik Krallık'ta kadınların kültürel istihdamdaki payı AB'de en düşük olan ülkelerdir. Örneğin, Birleşik Krallık'ta kadınların toplam işgücü piyasasındaki payı %47 iken, kültür sektörlerinde ve mesleklerde %42 ile daha da düşüktür.

Yunanistan %44 ve İtalya 'da %43 gibi düşük bir oran ile bir bütün olarak istihdamdaki genel cinsiyet açığını yansıtmaktadır. Öte yandan, bazı AB Üye Devletlerinde kültürel istihdamda kadınlar çoğunluktadır. Kültürel istihdamdaki payı, Baltık ülkelerinde kadınların ve erkeklerin toplamda işverenlerde eşit olarak temsil edilmekte ve %60'ın üzerine çıkmaktadır (Eurostat, 2016).

Tablo 7:
Kültürel İstihdamda Kadın (Bin)

Ülkeler	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Avrupa Birliği	7.851,8	8.113,3	8.095,6	8.163,9	8.256,5	8.403,8	8.657,2
Belçika	169,4	182,6	169,9	183,8	181,5	179,4	197,8
Bulgaristan	75,1	76,8	78,2	78,2	83,8	84,3	85,1
Çek Cumhuriyeti	176,9	184,2	191,4	191,2	187	210,2	204,3
Danimarka	123,1	125,9	125	123,5	126,1	125,6	122
Almanya	1.573,1	1.689,5	1.660	1.642,2	1.643,5	1.656,5	1.663,7
Estonya	30,5	35,5	34,7	28,9	33,7	34,2	35,9
İrlanda	67	65,7	71,6	74,7	74,6	79,6	76,5
Yunanistan	126,8	128,5	121,8	112,9	103,9	118,2	120,5
İspanya	563,3	551,5	552,5	583,4	607,3	634,2	671,6
Fransa	884,8	863,2	894,9	884,6	848,5	889,1	939,4
Hırvatistan	58,1	57,6	52,3	59,3	53,7	48,7	57,5
İtalya	783,1	812,7	784,3	781,3	785,6	765,8	825,5
Kıbrıs	11,5	11,5	11,9	11,1	12,1	12,6	13,4
Letonya	29,1	31,6	34,7	34,7	36,2	40,1	36
Litvanya	45,6	47,5	49,1	53,1	53,3	48,9	49,8
Luxembourg	11,8	12,6	12,4	14,7	12,9	13,2	12,4
Macaristan	139,9	143,1	151,2	149,9	155,5	157,1	147,1
Malta	6,5	6,7	7,4	8	8	8	9,9
Hollanda	366,1	376,1	386,1	381,2	382,6	378,3	390,2
Avusturya	155,1	164,3	173,9	163,8	164,3	171	174,7
Polanya	493,1	497,6	492,6	508,2	530,5	544,4	569,2
Portekiz	133,7	128,8	127,6	135,8	142,2	139,4	145,6
Romanya	117,2	131,9	116,3	130,5	126,1	133,7	141,1
Slovakya	60,4	59,4	52,3	62	60,9	62,1	72,6
Finlandiya	128,9	124,8	118,9	118,5	123,3	116,8	115,5
İsveç	219,6	223	225	224,5	229,6	243,1	242,5
Birleşik Krallık	1.261,2	1.338	1.354,6	1.381,1	1.448,1	1.467,3	1.491,9
İzlanda	9	9,1	10	10,1	11	11,9	11,2
Norveç	113,1	119,3	113,9	105,5	102,5	102,5	102,2
İsviçre	207,2	212,8	210,9	210,1	224,5	221	220
Türkiye	522,2	517,5	566	591,2	591,7	607,2	644,7

Kaynak: Eurostat, 2016

Kültürel İstihdamda kadınların sayısında yıllar itibariyle bir artış söz konusudur (Tablo 7). Kadın istihdamının en fazla olduğu ülkelerden biri Almayai ardından Birleşik Krallık gelmektedir.

Ekonomik faaliyet alanlarına göre kadınların sayısına bakıldığında en fazla yayıncılık faaliyetinde istihdam edildikleri görülmektedir (Tablo 8). Yayıncılık alanında kadın istihdamının en fazla Almanya’da olduğu görülmektedir.

Tablo 8:
Cinsiyet ve Ayrıntılı Ekonomik Faaliyete Göre İstihdam (15 yaş üstü) Bin, 2016

Ülkeler/NACE_R2	Erkek		Kadın	
	J58 - Yayıncılık Faaliyetleri	J63 - Bilgi Hizmetler, Faaliyetleri	J58 - Yayıncılık Faaliyetleri	J63 - Bilgi Hizmetler, Faaliyetleri
Avrupa Birliği	692,5	255,1	506,8	149,9
Belçika	6,3	2,7	4,8	:
Bulgaristan	3,7	3,8	4,4	:
Çek Cumhuriyeti	10,4	5,8	7,2	2,1
Danimarka	11,4	4,4	8,6	:
Almanya	300,2	47,0	186,7	33,0
Estonya	1,4	:	2,5	:
İrlanda	2,9	4,8	2,4	2,4
Yunanistan	8,7	4,7	6,8	1,7
İspanya	29,3	9,4	26,1	7,8
Fransa	76,5	27,6	44,6	16,6
Hırvatistan	2,3	1,7	3,1	:
İtalya	36,3	26,2	32,2	27,6
Kıbrıs	:	:	0,6	:
Letonya	:	2,1	:	:
Litvanya	:	:	:	:
Luxembourg	:	:	:	:
Macaristan	7,9	9,6	5,0	5,0
Malta	0,4	0,5	:	:
Hollanda	13,0	10,5	12,3	2,9
Avusturya	7,5	5,9	10,1	3,9
Polonya	22,5	8,6	22,0	5,6
Portekiz	7,4	:	7,6	:
Romanya	9,1	35,4	:	15,5
Slovenia	1,4	0,8	1,9	:
Slovakya	:	3,7	2,5	2,0
Finlandiya	7,4	5,8	7,6	:
İsveç	22,6	8,6	16,4	3,2
Birleşik Krallık	98,3	21,4	81,8	8,4
Türkiye	20,7	8,2	8,0	2,7

Kaynak: Eurostat, 2016

Uluslararası Medya Kadınları Vakfı (IMWF) tarafından, 2011 yılı Ağustos ayında, dünya çapında medyadaki kadınların durumu hakkında kapsamlı bir rapor yayınlanmıştır.

Raporda basılı medyada kadınların istihdamının erkeklere kıyasla az olduğu ve özellikle üst makamlarda temsilde cam tavanların yer aldığı belirtilmektedir. Uzun zamandır beklenen bu kapsamlı araştırmada, araştırmacılar, üst düzey yönetim işlerinin% 73'ünün erkekler tarafından işgal edildiğini, kadınların oranının ise % 27 olduğunu ortaya koymaktadır. Erkek muhabirler, işlerin üçte ikisini ellerinde tutmaktadır. Kadın muhabirlerin oranı ise %36 olarak bulunmuştur. Anket, 59 ülkede 522 şirket kapsamında gerçekleşmiştir. Bu kapsamda 170000 gazetecinin 59,479 'u kadın, 109,763'ü ise erkektir (Byerly, 2011:9).

3.2.1.3 Endüstri İlişkileri

Medya çalışanları, dünya ekonomisinin diğer sektörlerindeki her işgücü gibi, editoryal bütçeleri kesen, işten çıkarma tehdidi altında sendika örgütlerini baltalayan muhalif işverenlerin baskısı altındadır. Avrupa'da, gazetecilerin çalışma hakları, giderek artan deregüle edilmiş piyasa ve kemer sıkma tedbirlerinden kaynaklanan tehditler ile karşı karşıya kalmaktadır. EFJ, üyeleri için güçlü sendikalar oluşturma ve toplu sözleşme müzakere etme stratejileri geliştirmek ve araçlar sağlamak için İşçi Hakları Uzman Grubu'nu (LAREG) kurmuştur. LAREG, Avrupa ülkelerinde çalışan gazetecilere yönelik çalışma koşullarını ve ücret verilerini içeren bir “Veri Tabanı” oluşturmak için girişim başlatmıştır. LAREG tarafından Gazetecilerin Avrupa'daki işçi hakları ile ilgili raporlar yayınlanmaktadır(IFJ, 2012). IFJ, dünyanın en büyük gazeteci örgütüdür. İlk olarak 1926'da Paris'te Fédération Internationale des Journalistes (FIJ) olarak kurulan şirket, 1946'da Uluslararası Gazeteciler Örgütü (IOJ) olarak yeniden faaliyete başlamıştır. Ancak Batılı üyelerini Soğuk Savaş dolayısıyla örgütleyememiş ve 1952'de mevcut haliyle Brüksel'de yeniden kurulmuştur. Bugün Federasyon 140 ülkede yaklaşık 600.000 üyesini temsil etmektedir. Avrupa Gazeteciler Federasyonu (EFJ) ise, 320.000'den fazla gazeteciyi temsil eden Avrupa'nın en büyük gazetecileri örgütüdür ve 44 ülkede 70 üyesi bulunmaktadır (EFJ ve IFJ).

Avrupa basın sektöründe sendikalar, genelde işverenlerle endüstriyel ilişkilerde bulunarak sektörün tüm işçileri için tek tek ve aynı zamanda toplu olarak müzakere etmektedir.

Sendikalar, üyelerin mesleki ve mali çıkarlarını ve refahlarını savunma, gazetecilik ilkelerini ve pratiklerini teşvik etmeyi, bilgi sağlama, iletişim ve sendika örgütlerinin özgürlüğünü savunma konusunda önemli faaliyetlerde bulunmaktadır. Avrupa ülkelerinin çoğunda, sendikalar, iki taraflı ve üç taraflı şekilde toplu olarak pazarlık yapabilen geleneksel olarak temsil edilen kuruluşlardır (Eurofound, 2006)

Tablo 9:
Ulusal Sendikalar ve İşveren Dernekleri - Pazarlık Düzeyleri

ÜLKELER	SENDİKALAR	İŞVEREN DERNEKLERİ	TOPLU PAZARLIK DÜZEYLERİ
AVUSTURYA	Basım, Yayıncılık ve Kağıt Ürünleri Birliği Beyaz Yakalı Çalışanlar Birliği	Avusturya Gazeteler Birliği (CCI'ye bağlı olmayan) Avusturya Dergiler Birliği (CCI'ye bağlı olmayan)	Baskı sektöründe toplu pazarlık sadece sektörel düzeyde gerçekleşmektedir. Yayıncılıkta, toplu pazarlık düzeyi, sosyal taraflar sadece zorunlu olmayan dernekler tarafından temsil edildiği için net değildir.
DANİMARKA	Danimarka Özel Sektöründe Ticari ve Ofis Çalışanlar Birliği Danimarkalı Gazeteciler Organizasyonu	Danimarka Medya İşverenleri Derneği	Ulusal ve sektörel toplu pazarlık. Geniş düzeyde şirket düzeyindeki pazarlıklar
FRANSA	Kitap, Kağıt ve Kağıt Endüstrisi İşçileri Federasyonu	Haberler Dergisi Yayıncılık Derneği	Ulusal, sektörel ve şirket düzeyinde toplu pazarlık
ALMANYA	Birleşik Hizmetler Birliği Alman Gazeteciler Birliği Alman Gazeteciler Federasyonu	Alman Basım ve Medya Endüstrileri Federasyonu Alman Gazete Yayıncıları Federasyonu Alman Dergi Yayıncıları	Özellikle sektörel ve şirket düzeyinde toplu pazarlık. Bazıları ulusal düzeyde.
İTALYA	İletişim İşçi Sendikası Grafik-İşçi Sendikaları Birliği İtalyan İletişim İşçileri Sendikası İtalyan Ulusal Basın Vakfı	İtalyan Gazetesi Yayıncıları Federasyonu İtalyan Gazete Baskı Derneği	Ulusal ve şirket düzeyinde toplu pazarlık.
İNGİLTERE	Ulusal Gazeteciler Birliği	İngiliz Baskı Endüstrisi Federasyonu	İşyeri, şirket ve sektörel düzeyde toplu pazarlık.

Kaynak: Eurofound (2006). Industrial Relations in the Print Media Sector. <https://www.eurofound.europa.eu/print/observatories/eurwork/comparative-information/industrial-relations-in-the-print-media-sector>

Slovenya’da medya sektöründe iş kanunları, genellikle toplu müzakereler ve sözleşmelerle ilgili olarak az çok spesifik düzenlemeler içermektedir. Dolayısıyla Slovenya’da, endüstri ilişkileri belirli bir yasa ile düzenlenmektedir. Toplu sözleşmeler ulusal, işyeri veya şirket düzeyinde yapılabilmekte ve her biri için özel kurallar içermektedir. Genel kural, ulusal mevzuatta belirlenen herhangi bir standardın düşürülmemesidir. Genel işçi haklarını (örneğin asgari ücret, farklı meslekler arasındaki oranlar, çalışma saatleri, fazla mesai, molalar ve ücretli yıllık izin ve işten çıkarma usulleri) ve mesleğin özelliklerini tanımlamaktadır. Slovenya, diğer Güney Doğu Avrupa ülkeleri arasında özellikle profesyonel gazeteciler için ulusal bir toplu sözleşmeye sahip tek ülkedir. Arnavutluk’ta medya sektöründe toplu sözleşme yapılmamaktadır. Romanya’da, 2005’ten bu yana medya sektörü için bir tane ulusal toplu sözleşme yapılmıştır. Bulgaristan’da, medya çalışanları için toplu sözleşmeler sadece ulusal radyo, ulusal televizyon ve Bulgar Haber Ajansı için yapılmaktadır. Makedonya, RTV’nin çalışanları için ortak bir anlaşma olduğu başka bir ülkedir, ancak özel medyanın genel olarak toplu sözleşmeleri bulunmamaktadır. Karadağ’da, özel medyada toplu sözleşmeler yapılmazken, ulusal radyo ve televizyon kanalının çalışanlarına yönelik yapılan toplu sözleşme, Mayıs 2007’den beri yürürlüktedir. Sırbistan’da, tüm medya için tek bir toplu sözleşme bulunmamaktadır. Medya kuruluşlarının büyük çoğunluğunun da toplu sözleşmeleri yoktur (Nahtigal, 2008:30).

3.2.1.4 Kayıt dışılık

Medya endüstrisinde belirli süreli sözleşmeler, kısmi zamanlı sözleşmeler, çağrı üzerine sözleşmeler, sıfır saatlik sözleşmeler, geçici istihdam ajansları aracılığıyla işe alınan işçiler, freelance sözleşmeler.. vb. çalışma biçimleri, Avrupa’nın köklü bir özelliği haline gelmiştir (Walters, Warren ve Dobbie 2006). Bununla birlikte, sektörün standart dışı sözleşmeler ve çalışma biçimlerinin yaygınlığı ile karakterize güvencesiz bir çalışma geleneği bulunmaktadır. ILO bu konuda medya ve kültür endüstrilerinde freelance ve kendi hesabına çalışanların sayısındaki artışa bağlı olarak kayıt dışılığın normalleştiği vurgusu yapmaktadır. Bu durum, güçlü bir sosyal güvenlik sisteminin olduğu ülkelerde bile önlenemez sonuçlar ortaya koyabileceğine yönelik işaretler sunmaktadır (ILO, 2004b:24).

3.2.1.5 Meslek Örgütleri

19. yüzyılın sonlarına doğru, sanayileşmiş ülkelerdeki gazetecilik, yavaş yavaş diğer mesleklerden, belli bir ortak kimlik, normlar ve gazetecileri birleştiren değerler ile doğrultusunda ayrılmaya başlamıştır. Gazeteciler de meşruiyetlerini güçlendirmek ve sosyal statülerini yükseltmek için uğraşan diğer ticaret örgütleri gibi ilk birliklerini Almanya'da 1860'larda, Büyük Britanya, Amerika Birleşik Devletleri ve İskandinavya'da 1880'lerde ve Baltık ülkelerinde 1900'lü yıllarda kurmuşlardır.

Kuruluş amaçları mesleğin gelişimini sağlamak olan bu birimler yapılan işe meşruiyet kazandırmak için çeşitli stratejiler kullanmışlar ve basınla ilgili mevzuatı ve düzenlemeleri etkilemeye çalışmışlardır (Høyer ve Lauk, 2016:9).

Avrupa'da çok çeşitli gazeteci birlikleri bulunmaktadır. Birlik düzeyinde faaliyetlerde bulunan en fazla üyeye sahip gazeteci birlikleri tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10:

Merkezi Brüksel'de Olan Gazeteci Birlikleri

Avrupa Gazeteciler Birliği (AEJ)	Avrupa'nın bir çok ülkesinden bireysel gazetecileri bir araya getirmekte, Avrupa'da basın ve ifade özgürlüğünü savunmaya yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır. AEJ, 1962 yılında altı AET ülkesinde 70 gazeteci tarafından kurulmuştur. Bununla birlikte, uluslararası derneğin amaçlarından biri bireysel gazeteciler arasında bağlantılar kurarak iletişim, bilgi ve fikir alışverişinde bulunmaktır. AEJ, gazetecileri daha fazla eğitmek için bağımsız bir kurum olan Avrupa Gazetecilik Merkezi (EJC) ile de ortak çalışmaktadır .
Uluslararası Basın Derneği (API)	27 Haziran 1975'te kurulmuştur. API / IPA, gazeteciler tarafından yönetilen bağımsız bir dernektir. Herhangi bir AB kurumu tarafından finanse edilmemektedir. Derneğin asıl amacı, gazetecileri AB kurumları ile mesleki ilişkilerinde temsil etmek ve aralarında çıkabilecek herhangi bir sorunun çözümüne yardımcı olmaktır.
Avrupa Gazetecilik Merkezi: EJC	Avrupa'da diğer büyük gazeteci birliklerinden biri bağımsız bir kar amacı gütmeyen, orta kariyer eğitim merkezidir. Gazetecilikte en yüksek standartları teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Geniş kapsamlı gazetecilik eğitmenleri, uzmanlar ve medya uzmanları ağına dayanan EJC, Avrupa ve ötesindeki gazeteciler için kısa ve yoğun seminerler sunmaktadır
Association des Journalistes Professionnels (AJP)	Çoğu Belçikalı Fransızca konuşan medya için çalışan yaklaşık 2.600 gazetecinin haklarını ve çıkarlarını savunmaktadır.

Kaynak: ON TUE, C. (2017). "Organizations Of Journalists In Brussels."

<http://www.aalep.eu/organizations-journalists-brussels>

3.2.1.6 Ayrımcılık

Avrupa’da medya endüstrileri, ilk Konsey Direktiflerinden beri kadın ve erkekler için eşit ücret ve eşit muamele konularında, kırk yıldan uzun bir süredir, cinsiyete dayalı ayrımcılık ve cinsel taciz ile karakterize edilmektedir. Avrupa genelinde ve medyanın bütün alt sektörlerinde kadınlar, özellikle karar verme düzeylerinde medya işgücünde az temsil edilmektedir. Bu, medyada işgücünün toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yansıtan en önemli sorundur. Kadınlar, hala ev ve aile odaklı kalıplaşmış yargılar doğrultusunda cinselleştirilmiş görevlerde veya yardımcı rollerde erkeklerden daha az yetkili işlerde çalışmaktadır (McCracken vd.,2018:7).

Birleşik Krallık'taki Skillset (2008) tarafından bir işgücü piyasası analizine dayalı olarak yapılan çalışmada kadınlar, ana haber ve televizyon, yaratıcı endüstriler, oyun ve diğer dijital medya dahil olmak üzere İngiltere'deki medya sektörünün neredeyse her kesiminde bir azınlık olduğu tespit edilmiştir. Erkeklerden daha fazla kadın mezun olmasına rağmen İngiltere medya işgücünde kadınların sayısı çok daha azdır. Özellikle bakmakla yükümlü olduğu bir çocuğu olan kadınların endüstriden ayrıldığı görülmektedir (McCracken vd.,2018:18). İngiltere’deki bu düşüş, freelance gazeteciliğin İngiltere genelinde artışı ile paralel gerçekleşmektedir. 2000’den 2015’e kadar freelance gazetecilerin sayısı, %25'ten %35'e çıkmıştır (Spilsbury, 2016:4). Reuters Institute tarafından yapılan bir araştırmaya göre İngiltere’de ankete katılan kadınların yarı zamanlı ya da freelance çalışma oranı erkeklere göre biraz daha fazladır (Thurman, Cornia ve Kunert,2016:8).

2010 yılında, görsel-işitsel sektör çalışanlarının %40'ından daha azı kadındır. Bu oran, AB27’de kadın istihdamının ortalama payından (%45,5) daha düşük bir paya sahiptir. Programlama ve yayıncılık faaliyetlerinde işgücünün %39,9'unu, sinema, video ve televizyon programı prodüksiyon, ses kaydı ve müzik yayıncılığı etkinliklerinde yüzde 34,6'sını kadınlar oluşturmaktadır (Eurofound, 2013).

522 şirkette 170.000 kişiyi kapsayan iki yıllık araştırma sonucuna kadınlar, ankete katılan 522 şirkette tam zamanlı gazetecilik iş gücünün sadece üçte birini (%33,3) temsil etmektedir. Öte yandan kadınların üst yönetim kadrolarda erkeklere kıyasla daha az yer aldığı görülmektedir.

Asya bölgesinde, kadınlar üst yönetimde temsili neredeyse % 13'dür. Hem Doğu Avrupa'da (sırasıyla%33 ve%43) hem de Kuzey Avrupa'da (sırasıyla%36 ve%37) yönetim ve üst yönetimde kadınların diğer bölgelere göre kıyasla daha fazla temsil edildiği görülmektedir. Ancak bazı münferit ülkelerde kadınların temsil oranı, erkekleri aşmaktadır, örneğin, Güney Afrika'da kadınlar üst yönetim kadrolarında %79.5 oranında temsil edilmektedir. Litvanya'da kadınlar, orta ve üst düzey profesyonel kadrolarda sırasıyla%78.5 ve %70.6 oranında temsil edilmektedir (Byerly, 2011:9).

Görsel-İşitsel medyadaki Arupalı kadınların, pazardaki rekabet alışkanlıkları, endüstri yapıları, yeni teknolojilerin etkisi ve kadınların yeteneklerine dair yanlış inançlar ve işe alımda kadınların iş riski gibi faktörler dolayısıyla istihdamda ayrımcılığa maruz kaldığı görülmektedir. Kadınlar film okullarından mezun olan yönetmenlerin neredeyse yarısını temsil ederken, sektörde çalışan kadın direktörlerin toplam oranı dörtte birden azdır (McCracken vd., 2018:19).

2006 yılında Avrupa Gazeteciler Federasyonu (EFJ) 'nin 'Avrupa Bütünleşme Sürecinde Kadın' başlıklı araştırmasında kadın gazetecilerin sendika yönetim organlarındaki pozisyonların %39,3'ünü işgal ettiğini de ortaya koymaktadır (EFJ, 2006). Yine IFJ tarafından gerçekleştirilen 2012 yılında IFJ/EFJ tarafından gerçekleştirilen "Avrupa'da Gazeteci Sendikalarında Kadın" adlı araştırma sonucuna göre kadınların sendikalarda temsil oranı %42.1 olarak bulunmuştur. Bu oran 2006 yılı ile kıyaslandığında %3 oranında düşmüştür. Aynı zamanda sınırlı sayıda kadın sendikalarda önde gelen rollerde yer almaktadır ve yönetim organlarında yer alan kadınların oranı ise%36.2'dir (IFJ/EFJ, 2012:6).

3.2.2 Türkiye'de Medya Endüstrisi İşgücü Piyasası Verileri

Bu bölümde Türkiye'de medya endüstrisi işgücü piyasası verileri istihdam, işsizlik, cinsiyet, iş kazası ve meslek hastalığı, kayıt dışılık, endüstri ilişkileri, meslek örgütleri ve ayrımcılık başlıkları altında incelenmektedir.

3.2.2.1 İstihdam

Kayıt dışı çalışmanın yaygınlığı ile karakterize olan medya sektöründe istihdama dair güvenilir kaynak bulmak zordur.

Türkiye’de medya sektöründeki işgücüne ilişkin veriler, Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketleri ve Yazılı Medya istatistikleri’nden elde edilmektedir (Sözeri ve Güney, 2015:33).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Yazılı Medya İstatistikleri’den derlenen verilere göre 2017 yılında yazılı basın organlarında çalışanların sayısı, 2012 yılı ile kıyaslandığında %30 oranında azalmıştır. 2012 yılında toplam 67.150 kişi yazılı basın organlarında çalışırken, bu sayı 2017 yılında 47.149’a gerilemiştir (Tablo 11). Aynı zamanda 2017 yılında yazılı basın organlarında çalışan kadın sayısı 16,988 iken (%36), erkek çalışan sayısı 30,158 (%63,9) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 11:
Yazılı Medya Çalışanlarının Eğitim Durumuna ve Çalıştıkları Birime Göre Dağılımı, 2017 ve 2012

2012/Eğitim Durumu	Yayın bölümü		Basım bölümü		Dağıtım bölümü		Toplam
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	
Lise altı	2517	971	2019	125	973	98	6703
Genel lise	8887	4609	1973	234	1545	618	17866
Mesleki ve teknik lise	2262	819	1017	39	227	145	4509
Önlisans	2808	1834	383	92	421	69	5607
Lisans	15483	8889	759	235	770	304	26440
Yüksek lisans / doktora	3950	1769	120	42	93	51	6025
Toplam	35907	18891	6271	767	4029	1285	67150
2017/ Eğitim durumu							
2 ve 3 Yıllık Yüksekokul	1852	1643	221	47	267	162	4192
4 Yıllık Yüksekokul	10263	7366	394	133	422	104	18682
Lise Altı	2001	625	857	45	396	18	3942
Lise ve Dengi	6857	4006	1329	117	869	241	13419
Yüksek Lisans/Doktora	4142	2400	131	44	160	37	6914
Toplam	25115	16040	2932	386	2114	562	47149

Kaynak: TÜİK, “Yazılı Medya İstatistikleri”, 2017 ve 2012

Gazete ve dergilerin yayın bölümünde çalışan işgücü sayısına bakıldığında, 2012 yılında çalışan sayısı 54.798 iken 2017 yılında bu sayı 41.155’e düşmüştür. Dolayısıyla gazete ve dergilerdeki toplam istihdamda %24,9 oranında bir düşüş gerçekleşmiştir. Genel duruma bakıldığında tüm pozisyonlarda istihdamın azaldığı görülmektedir.

Tablo 12:
Gazete Ve Dergilerin Yayın Bölümünde Çalışan Personelin Kadrolarına Göre Sayısı, 2012 ve 2017

2012 / Kadro Durumu	Yayın türü				
	Gazete		Dergi		Toplam
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	
Kadro durumu					
Genel yayın müdürü	860	160	1194	412	2626
Genel yayın yönetmeni	707	129	1227	556	2619
Genel yayın koordinatörü	243	50	533	316	1142
Genel müdür/müessese müdürü/idare müdürü	359	102	503	133	1097
Sorumlu yazı işleri müdürü	939	285	1309	581	3114
Yazı işleri müdürü	1089	326	732	409	2556
Yayın yönetmeni	170	75	645	431	1321
Sayfa editörü	1417	777	1741	1785	5720
Yazı işleri müdür yardımcısı	60	47	237	164	508
Redaktör	208	117	459	699	1483
İstihbarat ve haber bölüm şefi	153	51	62	48	314
Haber müdürü	423	103	183	97	806
Başyazar / Yazar	1657	482	4260	1455	7854
Muhabir/foto muhabiri	4343	1731	817	552	7443
Karikatürist	39	12	149	29	229
Ressam/grafiker	411	285	1706	1228	3630
Düzeltilmen	357	180	467	513	1517
Bölge/İl temsilcisi	119	73	236	113	541
Diğer personel toplamı	1406	951	4487	3434	10278
Toplam	14960	5936	20947	12955	54798
2017/ Kadro durumu					
Genel yayın müdürü	588	122	1124	395	2229
Genel yayın yönetmeni	448	95	941	719	2203
Genel yayın koordinatörü	135	54	590	360	1139
Genel müdür/müessese müdürü/idare müdürü	166	60	327	121	674
Sorumlu yazı işleri müdürü	932	301	987	452	2672
Yazı işleri müdürü	661	190	637	426	1914
Yayın yönetmeni	67	27	490	423	1007
Sayfa editörü	1396	824	1254	1190	4664
Yazı işleri müdür yardımcısı	36	20	261	183	500

Redaktör	290	183	730	956	2159
İstihbarat ve haber bölüm şefi	70	17	33	21	141
Haber müdürü	298	96	114	133	641
Başyazar / Yazar	772	285	1449	809	3315
Muhabir/foto muhabiri	3356	1644	507	390	5897
Karikatürist	17	18	60	19	114
Ressam/grafiker	218	130	1061	783	2192
Düzeltilen	99	36	791	423	1349
Bölge/İl temsilcisi	104	25	56	26	211
Diğer personel toplamı	1055	735	2995	3319	8104
Toplam	10708	4862	14407	11148	41155

Kaynak:TÜİK, “Yazılı Medya İstatistikleri”2012 ve 2017

Gazete ve dergilerin yayın bölümünde çalışan personelin mesleki bölümlerden mezun olma durumlarına bakıldığında, 2012 yılında 3.339 kişiden, 2017 yılında 4.526 kişiye çıktığı görülmektedir. 2017 yılında, basın meslek lisesi’nden mezun kişi sayısında belirgin bir düşüş görülürken, yüksek okul ve fakülte bazında artış gerçekleşmiştir. Bu durum, sektörde daha fazla eğitilmiş işgücünün olduğuna ilişkin bir değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

Tablo 13:

Yazılı Medyada Çalışanların Mezun Oldukları Bölüme Göre Gazete ve Dergilerde İstihdamı, 2012 ve 2017

2012/Mesleki Eğitim	Gazete		Dergi		Toplam
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	
Mezun olunan bölüm					
Basın meslek lisesi	148	66	69	48	331
Kitle iletişim ve araçları yüksek okulu	135	85	66	109	395
Kitle ve iletişim araçları fakültesi	831	433	635	714	2613
Toplam	1114	584	770	871	3.339
2017/Mesleki Eğitim					
Basın meslek lisesi	87	38	123	49	297
Kitle iletişim ve araçları yüksek okulu	170	152	118	172	612
Kitle ve iletişim araçları fakültesi	1047	608	1016	946	3617
Toplam	1304	798	1257	1167	4.526

Kaynak:TÜİK, “Yazılı Medya İstatistikleri”2012 ve 2017

Diğer yandan 2012 yılında 5.224 basın çalışanı, sarı basın kartı sahibi iken, bu sayı 2017 yılına gelindiğinde 5575'e çıkmıştır (Tablo 15) . Basın organlarında çalışanların istihdam oranında %30 düzeyinde bir azalış olmasına rağmen, sarı basın kartı sahibi çalışan sayısındaki artış, işgücünün kalitesinin artması yönünde olumlu bir gelişmedir.

Tablo 14:

Basın Kartı Olan Yazılı Medya Çalışanlarının Dağılımı, 2012 ve 2017

Yıl	Kadın		Erkek		Toplam
	Dergi	Gazete	Dergi	Gazete	
2012	180	958	492	3594	5224
2017	257	1137	602	3579	5575

Kaynak: TÜİK, “Yazılı Medya İstatistikleri”, 2012 ve 2017

3.2.2.2 İşsizlik

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), en son mezun olunan okul türüne göre işgücü verilerine bakıldığında, Refah (sosyal hizmetler), Sanat, ve Gazetecilik ve Enformasyon bölümlerinden mezun olanlarda istihdam oranının en düşük olduğu görülmektedir. Gazetecilik ve Enformasyon bölümlerinden mezun ve işsiz olan kişi sayısı ise 2015 yılında 4 bin iken bu sayı 2016 ve 2017 yılında 5 bin olarak tespit edilmiştir.

Tablo 15:

En Son Mezun Olunan Okul Türüne Göre İstihdam ve İşsizlik Oranı, 2017

2017/Meslek Grubu	İstihdam Oranı%	İşsizlik Oranı%
Gazetecilik ve Enformasyon	61,3	19,1
Refah (Sosyal Hizmetler)	54,2	26,4
Sanat	62,5	20,4

Kaynak: TÜİK, “En Son Mezun Olunan Okul Türüne Göre İstihdam ve İşsizlik Oranı”2017

Gazetecilik ve enformasyon bölümünden mezun kişiler arasında işsizlik oranı ise, 2015 yılında %17,4 , 2016 yılında %19,2 ve 2017 yılında %19,1 olarak bulunmuştur.

Tablo 16:

Gazetecilik ve Enformasyon Bölümü Mezunlarının İstihdam ve İşsizlik Oranı

Gazetecilik ve Enformasyon	İstihdam Oranı%	İşsizlik Oranı%
2015	61,3	17,4
2016	60	19,20
2017	54,6	19,10

Kaynak: TÜİK, “En Son Mezun Olunan Okul Türüne Göre İstihdam ve İşsizlik Oranı”2017

Türkiye İstatistik Kurumu’ndan elde edilen verilere göre , Gazetecilik ve Enformasyon bölümünden mezun olanlar arasında işsizlik en önemli sorunlardan biri olarak görülmektedir.

3.2.2.3 Cinsiyet

Kadınların, gazetecilik alanında, işgücü piyasasına katılım oranı 1980’lerden itibaren artmıştır. Özellikle o yıllarda özel sermayeli işletmeler tarafından işletilen televizyon ve radyo yayınlarının ortaya çıkmasıyla bu oran daha da artmıştır; ancak sektör yine de erkek egemen yapıdadır(Yapar Gönenç, 2004:24).

TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri verilerine göre medya sektöründe kadın istihdamı toplam istihdamın %36,03’ünü oluşturmaktadır. Bu oran 2012 yılında %31,1 olarak bulunmuştur.

Tablo 17:
Yazılı Medyada Kadın İstihdamı, 2012 ve 2017

2012/Eğitim Durumu	Yayın	Basım	Dağıtım	Toplam
Eğitim durumu				
Lise altı	971	125	98	1194
Genel lise	4609	234	618	5461
Mesleki ve teknik lise	819	39	145	1003
Önlisans	1834	92	69	1995
Lisans	8889	235	304	9428
Yüksek lisans / doktora	1769	42	51	1862
Toplam	18891	767	1285	20943
2017/Eğitim Durumu				
2 ve 3 Yıllık Yüksekokul	1643	47	162	1852
4 Yıllık Yüksekokul	7366	133	104	7603
Lise Altı	625	45	18	688
Lise ve Dengi	4006	117	241	4364
Yüksek Lisans/Doktora	2400	44	37	2481
Toplam	16040	386	562	16988

Kaynak: TÜİK, Yazılı Medya İstatistikleri, 2012 ve 2017

TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri verilerine göre kadınlar, en fazla yayın bölümlerinde görev almaktadır. 2012’de yayın alanında 18.891 kadın gazeteci çalışırken bu sayı 2017 yılında 160.40’a düşmüştür (Tablo 17). Gazetecilerin eğitim durumlarına ilişkin veriler incelendiğinde medyada çalışan kadınların eğitim düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir.

TÜİK Yazılı Medya İstatistiklerine göre yayın türüne göre kadın istihdamında bir düşüş görülmektedir. 2012’de gazetelerde çalışan kadın sayısı 5936 iken, 2017 yılında bu sayı 4862’ye düşmüştür. Dergiler de ise 2012’de kadın gazeteci sayısı 12955 iken , bu sayı 2017’de 11148’e düşmüştür. Dergilerde çalışan kadın gazeteci sayısının gazetelerde çalışan gazeteci sayısında oldukça fazladır.

3.2.2.4 İş Kazaları ve Meslek Hastalığı

“Çalışan Gazetecilerde Stres ve Mesleğe Başladıktan Sonra Karşılaşılan Rahatsızlıklar” adlı çalışmadan elde edilen verilere göre katılımcı gazetecilerin meslek hastalıkları yönünden en önemli sorunlarından biri strestir.

Katılımcıların %70'inde stres düzeyi tehlikeli seviyede çıkarken, %30'unun strese bağlı olarak psikolojik ve fiziksel sorunlar yaşadıkları tespit edilmiştir (Erşin, 2017).

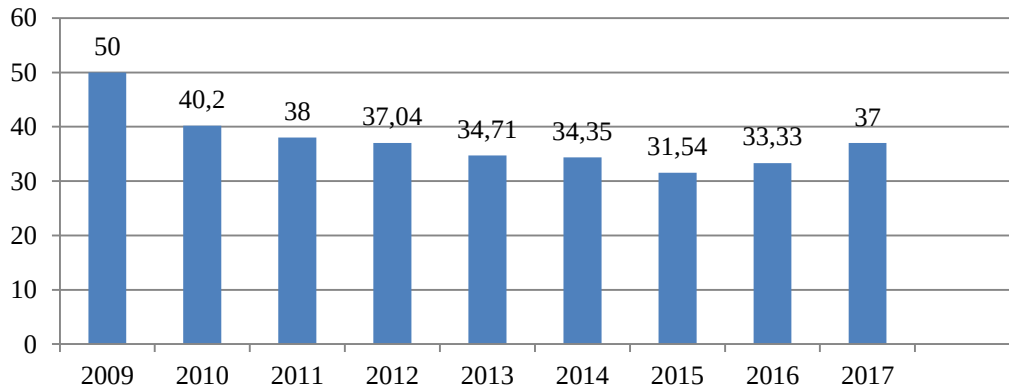
3.2.2.5 Kayıtdışılık

Medya sektörü, kendi hesabına çalışmanın yaygın olduğu sektörlerden biridir. Özellikle Basın sektöründe uzun yıllardır kayıt dışı çalıştırma söz konusudur. Bu güvencesiz çalışma biçimi son yıllarda daha da fazla artmıştır. Ülkemizde medya sektöründe kayıtdışı çalışmaya ilişkin kesin veriler Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden elde edilmektedir. Çalışma Bakanlığı'nın 2011 verilerine göre medya sektöründe 15.640 çalışan bulunmaktadır. TÜİK verilerine göre ise bu sayı 28. 928 kişidir. Yaklaşık 15 bin kişi kayıt dışı çalışmaktadır (Özsever, 2014:194)

2017'de Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından derlenen verilere göre Kültür, Sanat, Eğlence, Dinlence ve Spor faaliyet kollarında kayıt dışı çalışma oranı %37 dir (SGK, 2017).

Grafik 10:

Kültür, Sanat, Eğlence, Dinlence ve Spor Faaliyet Kolunda Kayıt Dışı Çalışma, 2017



Kaynak:SGK, 2017

3.2.2.6 Endüstri İlişkileri

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından yayımlanan 2016 yılı Çalışma Hayatı İstatistikleri raporuna göre, Temmuz ayında, Basın, Yayın ve Gazetecilik alanında toplam 94.167 çalışanın, 5,518’i sendika üyesidir. Sendikalaşma oranı %5,86’dır. Basın, Yayın ve Gazetecilik; İnşaat (%2,62), Konaklama ve Eğlence İşleri (%3,39) ve Ticaret, Büro, Eğitim ve Güzel Sanatlar (%4,95) işkollarından sonra en düşük sendikalaşma oranına sahip işkoludur(ÇSGB, 2016:29).

Tablo 18:

Basın Sektöründe Sendikalar

2016, Temmuz	Sendikanın Adı	Üye Sayısı	Üye %
Toplam İşçi Sayısı 94,167	BASIN-İŞ (Türkiye Basın, Yayın, Grafiker ve Ambalaj İşçileri Sendikası)	2.115	2,25
	TGS (Türkiye Gazeteciler Sendikası)	1.019	1,09
	BASIN-İŞ (Türkiye Basın Sanayii İşçileri Sendikası) 4	456	0,49
	MEDYA-İŞ (Medya İşçileri Sendikası)	1.928	2,05
	Toplam	5.518	%5,86

Kaynak: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı,” Çalışma Hayatı İstatistikleri” 2016

3.2.2.7 Meslek Örgütleri

Bazı ülkelerde gazetecilik mesleğini icra edebilmek için meslek örgütlerine zorunlu olarak üye olmak gerekmektedir. Fakat Türkiye’de gazetecilik alanında örgütlenme zorunlu olarak gerçekleşmemektedir. Dolayısıyla örgütlenme kanuni ve resmi bir sisteme göre oluşturulmamaktadır.

Basın sektöründe gazeteci cemiyetleri, gazetecilerin hak ve çıkarlarını korumak ve mesleğin gelişimini sağlayarak gazeteciler arasındaki dayanışmayı güçlendirmek için kurulmuştur. 1946 yılında Sedat Simavi, Sadun Galip Savcı, Cihat Baban, Hayri Alpar ve Sait Kesler tarafından İstanbul’da kurulan Gazeteciler Cemiyeti, bu alanda kurulan ilk basın örgütüdür. Ardından Ankara Gazeteciler Cemiyeti kurulmuştur (Öke, 1994:228;TGS).

23 Şubat 1978 yılında Ankara’da Alaattin Orhan, Mehmet Genç, Osman Z. Yüksel, Mehmet Öztoprak, Necmiye Aba, Alaattin Sevim, Cengiz Kuşçuoğlu tarafından Çağdaş Gazeteciler Derneği kurulmuştur. Çağdaş gazeteciler derneği genel merkezi brüksel’de bulunan uluslararası gazeteciler federasyonu’nun (IFJ) bir üyesidir (ÇDG).

3.2.2.8 Ayrımcılık

Türkiye’de basın sektöründe kadınlar 1980’lerden itibaren çalışmaya başlamalarına rağmen sektörde erkek egemen bir yapı göze çarpmaktadır (Gönenç, 2003:24).

Kadınlar özellikle gazetelerde orta düzey yöneticiliğin ötesine geçememiş ve yönetim kademesine fazla dâhil olamamıştır.

Tablo 19:

Yayıncılık Alanında Kadınların Yönetim Kademelerindeki Temsili, 2017

2017	Yayın türü				
	Gazete		Dergi		Toplam
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	
Kadro Durumu					
Genel Yayın Müdürü	588	122	1124	395	2229
Genel Yayın Yönetmeni	448	95	941	719	2203
Genel Yayın Koordinatörü	135	54	590	360	1139
Genel Müdür/Müessese Müdürü/İdare Müdürü	166	60	327	121	674
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	932	301	987	452	2672
Yazı İşleri Müdürü	661	190	637	426	1914

Kaynak: TÜİK, Yazılı Medya İstatistikleri, 2017

Öte yandan özellikle editörlük, grafikerlik ve yazı işleri alanında çalışan kadın sayısının, erkek çalışan sayısına yakın olduğu görülmektedir.

Medyada kadın gazetecilerin yönetim kademelerine yükselmesine engelleyici somut bir ayrımcılık yoktur. Fakat “cam tavan” ya da “şeffaf çatılar” ve toplumsal cinsiyete yönelik eğilimler kadınların yöneticiliğe giden yolda çeşitli engellerle karşılaşmasına yol açmaktadır.

Medyada kadınların genel olarak karşılaştığı sorunlar şunlardır (Kuyucu, 2013a:40-41):

- Ağır çalışma koşulları
- Toplumsal ayrımcılık
- Sosyal güvenlik ve ücret sorunları
- Cinsel taviz/Mobbing
- İş güvencesizliği
- Cam tavan.

Sektörün erkek egemen bir yapıya sahip olması dolayısıyla kadın çalışanların en önemli sorunlarından biri cinsel tacizlere maruz kalmalarıdır. Taciz vakasıyla karşılaşan bir kadın gazetecinin cezalandırması yine erkek tarafından yapılmakta ve kadının işten çıkarılmasıyla olayın sonuçlandığı görülmektedir (Yirmibeşoğlu, 2009: 6).

3.3 Freelance Gazeteciliğin İşgücü Piyasası Analizi

Yeni ekonomi olarak adlandırılan sistem, işin organizasyonunda ve çalışma sosyolojisinde de önemli değişimlere yol açmaktadır. Yeni ekonomi, emek piyasalarının deregülasyonu, kısa vadeli sözleşmelerin ve diğer esnek istihdam biçimlerinin yaygınlaştırılması, iş yerinin teknolojikleştirilmesi, işgücünün büyük bir kısmının niteliksizleştirilmesi gibi baskılar yoluyla profesyonellik kavramının yeniden tanımlanmasına yol açarak gazeteciliği de etkilemektedir (Örnebring, 2009:2).

Büyük medya kuruluşlarında gazeteciler için baskın olan istihdam biçimi halen düzenli ve kalıcı sözleşmeli çalışma olmasına rağmen, son yıllarda freelance ve diğer atipik çalışmalar da giderek artmaktadır (Walters, Warren ve Dobbie, 2006:6).

Freelance gazetecilerin çalışma koşulları kadrolu gazeteciler ile karşılaştırıldığında bir çok dezavantaja sahip oldukları görülmektedir(Nies ve Pedersini, 2003,8):

- (1) Freelance gazetecilerin yaptıkları işler genellikle daha fazla mesleki beceri gerektirdiği halde ücretleri daha düşüktür.
- (2) Freelance çalışanların sözleşmeden doğan hakları çoğu zaman yerine getirilmemektedir.

(3) Hatta freelance gazetecilerle yapılan sözleşmeler eksik olarak gerçekleştirilebilmektedir; çünkü hizmet sözleşmeleri “centilmenlik antlaşmaları” olarak gerçekleşmektedir. Bu durum freelance gazetecinin işveren karşısında zayıf pazarlık pozisyonuna sahip olmasına neden olmaktadır.

(4) Freelance gazetecilerin iş güvencesi sınırlıdır. İşten çıkarılmalara karşı hiç bir korumaları yoktur.

(5) Freelance gazeteciler belli bir mekana ve zamana bağımlı olmadıkları için dağınık çalışmaktadır. Bu yüzden onları kollektif olarak organize etmek zordur. Çünkü farklı işverenlerle farklı koşullarda çalışmaktadırlar ve işverenleriyle bireysel müzakereyi tercih etmektedirler.

(6) Sosyal koruma genellikle eksiktir. Bu statüde çalışanlar kendi refah koruma programlarını kendileri yönetirler. çalışanlar sosyal güvenlik paralarını kendileri ödemek zorundadırlar ve herhangi bir tatil veya diğer sosyal yardımlar için uygun değildirler.

Wahl-Jorgensen ve Hanitzsch (2009:12)’e göre medya endüstrisinde, son yıllarda, tam zamanlı çalışan ayrıcalıklı profesyonel muhabirlerin yerini çok yönlü ve nitelikli freelance gazeteciler almaktadır. Baines (1999:20), medya endüstrisinde teknolojik gelişmelerde ve istihdam ilişkilerinde son bir buçuk yılda çarpıcı değişiklikler gerçekleştiğini ifade etmektedir. Bu değişikliklere dayalı olarak yeni bir meslek grubu ortaya çıkmakta ve sektördeki iş yükünün büyük kısmını üstlenmektedir. Baines, çalışmasında, tele çalışan freelance medya çalışanlarını - özellikle gazetecileri - bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak evden işverenlerle bağlantı kurduklarını bulmuştur. Fakat Baines, freelance çalışanların deneyimlerinin özgürlük ve bağımsızlık duygusu yerine pazardaki güvensizlik ve güçsüzlükle kendini belli ettiğine vurgu yaparak, tele freelance çalışmayı elektronik bir kulübeden ziyade elektronik bir kafes olarak tanımlamaktadır.

Bütün zorluklara rağmen gazeteciler, hem işin organizasyonu hem de çalışma zamanı konularında daha iyi koşullar sağlayacağı beklentisiyle gönüllü olarak da freelance çalışmaya yönelebilmektedir. Çünkü freelance çalışma, mesleki özgürlük ve kişisel ilgiler arasında daha fazla uzlaşma sağlama imkanı vermektedir.

3.3.1 İşgücü Sayıları

Freelance gazetecilerin sayısı ülkeden ülkeye göre değişmektedir: Almanya'da üye sayısı 43.000 olan sendikanın 26.000'i freelance gazetecilerden oluşmaktadır¹¹. Basın Kartı Komisyonu tarafından toplanan istatistiklere göre Fransa'da, basın kartlarını yenileyen 33 700 kişi arasında yaklaşık 6 600 freelance çalışan yer almaktadır. 2016'daki 1500 ilk başvuru arasında 1. 080 'i freelance gazetecidir¹². Sonuç olarak, 2016 yılında basın kartı başvurusunda bulunan gazetecilerin üçte ikisini freelance gazeteciler oluşturmaktadır. Bu durum atipik olanın tipik hale geldiğinin bir göstergesidir. Birleşik Krallık'ta da rakamlar benzer eğilime işaret etmektedir. 2015'te 18.000 freelance gazeteci kaydedilirken, 2016'da 34 000 freelance gazetecinin varlığı tespit edilmiştir¹³(Drobinski-Weiss, 2017:10). İngiltere'de 2000'den 2015'e kadar freelance gazetecilerin sayısı 15.000'den 25.000'e yükselmiştir (yüzde 67'lik bir artış) (Spilsbury, 2016:4).

¹¹(Detaylı bilgi için bkz: <https://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/arbeitsmarkt-und-berufschancen.html>)

¹² (Detaylı bilgi için bkz: <http://www.ccijp.net/article-33-cartes-attribuees-en.html>)

¹³ (Detaylı bilgi için bkz: <http://www.pressgazette.co.uk/one-in-three-freelance-journalists-in-the-uk-are-on-state-benefits/?page=2>)

Tablo 20:

Bazı Avrupa Ülkelerinde Toplam Gazeteci ve Freelance Gazeteci Sayısı

Ülkeler	Toplam Gazeteci Sayısı	Freelance Gazeteci
Belçika	4500	950
Hırvatistan	6000	2000
Danimarka	12000	2000
Estonya	2000	400
Finlandiya	13257	1414
Fransa	34784	6230
Almanya	75000	40000
Yunanistan	12000	7500
Macaristan	9000	5400
İtalya	27114	12918
Luksemburg	320	30
Norveç	9000	800
Portekiz	5000	250
Slovenya	1448	209
İspanya	20000	5000
İsveç	20000	3000
İsviçre	12000	4000
Birleşik Krallık	70000	11000
Toplam	333423	103101

Kaynak: Nies, G., & Pedersini, R. (2003). Freelance Journalists In The European Media Industry. European Federation of Journalists, s.49

Not: Farklı yıllardaki EFJ araştırma verilerine dayanmaktadır.

Almanya’da KSV sigorta sisteminden sağlanan veriler, medya ve sanat alanındaki tüm freelance çalışanların sayısında artış olduğunu ortaya koymaktadır. KSV sigorta, freelance çalışanlar için zorunludur, ancak sadece tescil ile gerçekleştirilmektedir. KSV üyeliğindeki artış, aynı zamanda freelance çalışanlarda da sürekli artışı doğrulamaktadır. KSV verilerine göre gazetecilerin sayısı '92'den 2002'ye neredeyse% 150 artmıştır (Nies ve Pedersini, 2003:24).

2015 yılında EFJ tarafından gazetecilerin çevrimiçi gazetecilerin çalışma koşullarını ortaya koymaya yönelik bir çalışma yapılmıştır. 198 katılımcının %47’si tam zamanlı çalışırken, %33’ü freelance çalıştığını belirtmiştir. %10’u kendi hesabına çalışan, %6’sı da sahte freelance gazeteci statüsünde yer almıştır (EFJ, 2015).

3.3.2 Çalışma Süreleri

Freelance gazetecilerin çalışma süreleri değişmektedir. İngiltere’de NTCJ Freelance Gazetecilik araştırmasına göre katılımcıların haftada ortalama 34 saat çalıştıkları görülmektedir. Ancak yanıtlar arasındaki dağılım oldukça geniştir. Katılımcıların %13’ü haftada iki gün ya da daha az çalışırken, %23’ü 40 saatten daha uzun çalışmaktadır (Spilsbury, 2016:24). Almanya’da yapılan araştırmaya göre katılımcıların yaklaşık yarısı haftada 46 saatten fazla çalıştıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların % 45’i ise hafta sonları veya geceleri de çalıştıklarını belirtmiştir (Nies ve Pedersini, 2003:32).

3.3.3 Sözleşme Kapsamı

Teoride freelance çalışanlar, belirli bir işverene karşı yasal bir bağımlılığının bulunmaması dolayısıyla sözleşme yaparken hangi ödevleri yapacaklarını ve hangi konular hakkında yazacaklarını seçme konusunda muazzam bir esnekliğe sahip olabilmektedir.

IFJ, gazetecilerin hem haklarını korumak hem de asgari ortak bir sözleşme oluşturabilmek için bir gazetecinin sözleşmeye dahil etmesi gereken hükümlerin bir listesini yayımlamaktadır. Öncelikle gazetecinin yayıncı/ yayın şirketi ile anlaşarak bir iş tanımı yapmakta ve bu sözleşmede yer almaktadır. Sözleşme hükümlerinde işin gazeteci tarafından teslim edilmesi gereken tarih mutlaka yer almaktadır. İşin belirlenen tarihe kadar bitirilmesi şartıyla ücretin 30 gün içinde yatırılmasına dair hüküm bulunmaktadır. Aynı zamanda ücretin saat başına mı, kelime başına mı, verileceği önceden tespit edilip sözleşme hükümlerinde yer alması gerekmektedir. Bununla birlikte gazeteci haberi oluştururken yapacağı ulaşım, konaklama, telefon vb masraflarının da yayıncı tarafından en geç 30 gün içinde ödeneceğini hüküm altına almalıdır. IFJ tarafından belirlenen sözleşme taslağında yayıncının gazeteci tarafından hazırlanan haber içeriğinin üçüncü kişilere vermemesi ve başka işlerde kullanmaması yönünde bir hüküm bulunmaktadır. Yayıncının haberi sadece bir defa yayınlama ve çoğaltma hakkı bulunmaktadır. Özellikle yayınlamak veya yayımlamak için verilen lisansın sadece ilk yayın / yayım ile sınırlı olacağı detaylı bir şekilde yer almaktadır. Aykırı hareket edilmesi halinde ise tazminla mahkum edilmektedir (IFJ, 2016).

3.3.4 Ücret

Genel olarak, atipik gazetecilere ücreti ya zaman, kelime ya da hikaye başına ödenmektedir; ancak her ülkede, kullanılan yöntemler değişiklik gösterebilmekte ve bunların bir kombinasyonu olabilmektedir. IFJ tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada Freelance çalışanların %70.7 sinin hikaye başına ücret aldığı görülmektedir. Kısa süreli sözleşmelere bağlı olarak çalışanlar ise hikaye başına (%36,6,) veya çalışılan süreye göre (%46,3) ücret almaktadır. Freelance gazeteciler ücretlerini bireysel olarak yayıncılarla anlaşma yaparak belirlemektedir. Yine IFJ tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre freelance gazetecilere verilecek ücreti işveren tespit etmektedir. Araştırmada ücreti kim belirlemektedir? sorusuna yanıt verenlerin 27'si (%65.9), ücret oranını işveren belirlemektedir şeklinde ifade etmiştir. Verilen yanıtların hiçbirinde ücreti freelance gazetecinin kendisinin belirlediği ifade edilmemiştir. Endişe verici olarak, sendikaların yalnızca %26.8'i, atipik çalışanlar için ücret oranının görüşme ile belirlendiğini belirtmiştir (Walter, Warren, Dobbie, 2006:6-7). Freelance çalışmada iş ilişkisinin en yaygın biçimi, yayıncılarla anlaşma yapılmasıdır. İngiltere'de freelance gazetecilerin yüzde 37'si tüm gelirlerini öncesinde yayıncılarla anlaşarak elde etmektedir. yüzde altısı ise tüm gelirlerini spekülatif öyküleri satarak elde etmektedir (Spilsbury, 2016:23).

Freelance gazeteciler, parça başına ücret aldıkları ve geçimlerini buradan elde ettikleri gelir ile sağladıkları için ürettikleri haber içeriğini pazarlayabilecekleri ağırları da kurmak zorundadırlar. Bu yüzden hem içerik üretme, hem de ürettiği içeriği satacak müşteri bulma baskısı altında yaşamaktadırlar. Bununla birlikte piyasanın tamamen kuralsız olması ve piyasada kendi hesabına çalışan çok sayıda gazetecinin yer alması dolayısıyla elde edilen haberlerin fiyatı da oldukça düşmektedir. Örneğin İsveç'te gazeteciler ürettikleri haberi kime, kaçta satacakları ve nasıl pazarlayacaklarına ilişkin bilgi eksikliğine sahip olmaları nedeniyle sendikaya başvurmuş, bunun üzerine sendika bir programcıyla irtibata geçerek belli bir bölgede hangi medya kuruluşunun kaç vuruşluk yazıyı ne kadara satın aldığını gösteren bir sistem hazırlamıştır. Bu sistem daha sonra Belçika'ya ve Fransa'ya da örnek olmuştur. Ekonomik bakış açısıyla bakıldığında, freelance gazeteciler, ortalama gazetecilerin elde ettiği ücretten daha düşük ücret elde etmektedirler.

Örneğin, İtalya, Norveç ve İsveç’te freelance gazetecilerin rapor edilen ücretleri ulusal asgari ücret düzeyinden belirgin bir şekilde düşüktür. Sadece Birleşik Krallık istisnadır, zira orada profesyonel gazetecilerin gerçekleştirdikleri bağımsız bir faaliyetin ekonomik riskini karşılayan bazı ödeme çeşitleri bulunmaktadır. Ancak, diğer tüm durumlarda freelance gazetecilerin maruz kaldığı en düşük koruma seviyeleri ve yüksek masraflar tazmin edilmemektedir (Nies ve Pedersini, 2003,12).

Tablo 21:
Freelance Gazetecilerin (FG) Ortalama Yıllık Brüt Ücretleri

Ülkeler	FG Ortalama Yıllık Brüt Ücretin Ortalama Ücretteki Yüzdesi	FG Ortalama Yıllık Brüt Ücretin Ortalama Gazetecilerin Ücretteki Yüzdesi
Danimarka	131	91
Finlandiya	147	85
Almanya	104	80
İtalya	42	22
Norveç	73	56
İsveç	79	70
Birleşik Krallık	114	100

Kaynak: Nies, G., & Pedersini, R. (2003). Freelance Journalists In The European Media Industry. European Federation of Journalists. s.12

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere freelance gazetecilerin gelir durumu tatmin edici değildir, hatta düşük olduğu görülmektedir. Gerçekte sınırlı sayıda büyük medya kuruluşunun var olduğu piyasa durumu ile ekonomik denge seviyesi dikkate alındığında freelance gazetecilerin “ ekonomik olarak bağımlı” çalışan grubu arasında yer aldığı söylenebilir. Kendi hesabına çalışma ilişkilerinin yüksek heterojenik yapısı göz önüne alındığında, bu durumun çok daha doğru bir saptama olduğu açıktır. Zira bazı freelance çalışanların önemli beceri, deneyim, pazarlık gücü ve dolayısıyla da yüksek gelire sahip profesyonel bir imaj çizdikleri yadsınamaz. Fakat freelancer olarak kiralanan çalışanların gelirleri giderek düşmektedir. Freelance çalışanların girişimci faaliyetleri dolayısıyla riskleri kendilerinin üstlenmeleri ve daha yüksek maliyetlere katlanmaları dolayısıyla gelirlerinin diğer çalışanlardan prensipte yüksek olması gerekmektedir. Bu nedenle, freelance çalışanların çoğunluğunun zor şartlar altında çalıştıkları açıktır (Nies ve Pedersini, 2003:12-13). İtalya’da EFJ üyesi olan FNSI, 2014 yılında yoğun bir müzakere döneminden sonra yayıncılarla toplu sözleşmeyi yenileyerek ilk defa, online ve freelance gazetecileri, ödeme koşullarında asgari standartları belirleme yetkisine sahip olmuştur.

Yeni anlaşmaya göre, günlük gazeteler için çalışan gazeteciler 12 haber makalesi için 250 € 'ya kadar alabilmektedir. Bir yılda 144 makaleye 3000 € verilebilmektedir (IFJ, 2014).

3.3.5 İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları

İşyerinde temel güvenlik eğitimi almayan geçici bir işçi, ciddi sonuçlar doğurabilecek endüstriyel bir kaza geçirme riskini taşımaktadır. Genel olarak geçici sözleşmeli çalışanlar, geçici sözleşmelerdeki diğer çalışanlar gibi, çalışma ortamları hakkında daha az bilgi sahibi olmaktadır ve iş tehlikeleri hakkında şikayette bulunma veya gerekli değişiklikleri yapma talepleri konusunda çok zorluklar yaşayabilmektedirler. Ayrıca sağlık ve güvenlik komitelerinde temsil edilmeleri de zordur. Her ne kadar diğer çalışanlar ile aynı risklerle karşılaşsalar da, çalışma şartlarından dolayı iş kazaları için daha büyük bir potansiyel taşımaktadırlar (ILO, 2015d:28). Freelance gazeteciler de iş yasaları ve toplu sözleşmeler kapsamında olmadığından sağlık ve güvenlik konuları, endüstriyel bir kazadan sonra yardım ve istihdam hakları ile sendikalara ilettikleri önemli sorunları arasındadır (Bibby, 2014:23). Greenberg, Thomas, Murphy ve Dandeker (2007) gazetecilerin savaş bölgelerinde ve çatışma bölgelerindeki iş stresi sonucu olumsuz fiziksel ve duygusal sağlık sonuçları yaşadıklarını bildirmişlerdir. Gazeteciler sadece iş yaptıkları bölgede değil, iş bittikten sonra da yaşadıkları travmayı kolay kolay atlatabamamaktadır. Gazetecilerin döndükten sonra da fiziksel ve duygusal sağlık sorunları devam etmektedir (Greenberg vd., 2007:356). Newman, Simpson ve Handschuh (2003), foto muhabirleri üzerinde yaptıkları çalışmada, strese bağlı travma, trafik kazaları ve cinayet vakalarının gazetecilerin en sık rastladığı olaylar olduğunu tespit etmişlerdir (Newman, Simpson ve Handschuh, 2003:6). Nitekim, az sayıda haber kuruluşu, birlikte çalıştıkları freelance gazetecilere kapsamlı güvenlik desteği sağlamaktadır. Genellikle, üzerinde anlaşılmış bir risk değerlendirmesi veya iletişim prosedürü yoktur. Daha da kötüsü, bu kurumlar çoğu zaman freelance gazetecilere tehlikeli çalışma ortamlarında bir şeylerin yanlış gitmesi durumunda ne olacağı hakkında bilgi ve danışmanlık vermeyi de ihmal etmektedir. Çoğu zaman, freelance gazetecilere, kendileri için gerekli güvenliğini sağlamak için yeterli olacak bir ödemeyi de zamanında yapmamaktadırlar (Cantenys, 2018).

3.3.6 Sosyal Güvenlik

Freelance gazeteciler, tam zamanlı sözleşmelerle çalışan gazetecilerle aynı şartlara, aynı haklara sahip olmamakta ve birkaç ülke dışında sendikalar tarafından temsil edilememekte ve haklarını kollektif olarak müzakere edememektedir. 2017 yılında Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi tarafından medya çalışanlarının ifade özgürlüğüne ve çalışma koşullarına yönelik alınan kararlar arasında freelance çalışanların iş mevzuatı kapsamında asgari ücrete dahil edilmesi; işyerinde ve genel olarak sosyal mevzuat kapsamında freelance çalışanların haklarının dahil edilmesi ve savunulması hükümleri yer almaktadır (Drobinski-Weiss, 2017:3-4).

Avrupa’da özellikle Almanya’da kendi hesabına çalışma oranında yıllar itibariyle kayda değer bir artış gözlenmiş ve özellikle yeni teknolojilerin gelişmesiyle birlikte medyada kendi hesabına çalışma sayısı ve yüzdesi devamlı olarak artmıştır. Tüm geleneksel biçimleri de dahil edildiğinde çalışma oranında 1978’lerden günümüze %45 bir artış görülmektedir. Aynı zamanda “bağımsız profesyoneller (freieBerufe) olarak adlandırılan çalışanların oranında %150 düzeyinde bir artış gerçekleşmiştir. Medya endüstrisinde çalışanlar arasındaki en büyük grubu ise freelance çalışanlar oluşturmaktadır. Freelance çalışanlar arasında da en büyük orana gazeteciler sahiptir. Almanya’da herhangi bir mevzuatla düzenlenmemiş olsa da bu çalışma statüsü için tatil ücreti, hastalık ödemesi, doğum izni gibi konularda toplu pazarlık yapma olasılığı bulunmaktadır. 1981 tarihli kanun medya ve kültür endüstrisinde kendi hesabına çalışanlar için yasal sosyal güvenlik sisteminin belli bir dalını kapsamaktadır. KSV sigorta, yarısını çalışanın, yarısını işverenin ödediği, aynı zamanda devlet sübvansiyonuyla desteklendiği zorunlu bir sigorta biçimidir. Çalışanlara hem emeklilik hakkı hem de sağlık sigortası sağlamaktadır. KSV’ye üye 125000 freelance çalışan bulunmaktadır, bunların çoğunluğu da gazetecidir. Diğerleri, müzisyenler, sanatçılar ve aktörlerdir (Nies ve Pedersini, 2013:29).

3.3.7 İş-Yaşam Dengesi

Teknolojinin ilerlemesi ve yaşam tarzındaki değişimler nedeniyle çalışanlar çalışma hayatı ile yaşam arasında sağlıklı bir denge kurmaya çalışmaktadır (Korkmaz ve Erdoğan, 2014:541).

Çalışanların özel hayatı çalışma zamanı dışında kalan, ailesi ve arkadaşları ile geçirdikleri zamanı kapsamaktadır. Sanayi devrimi ile birlikte ayrılan iş hayatı ve özel hayat, özellikle de sosyo-ekonomik ve demografik değişimler nedeniyle birbirlerinin alanını ihlal etmektedir (Akın, Ulukök ve Arar, 2017:115). Oysa İş yaşam dengesi; aile, özel ve çalışma yaşamı arasındaki uyumu ifade etmektedir.

Picard, (2015:5)'ın "*Gazetecilerin Gazetecilik İşinin Geleceği İle İlgili Algıları*" adlı çalışmasında ankete katılan gazetecilerin gelecekte mesleklerine ilişkin daha az kurumsal deneyime sahip olacakları konusunda kaygı yaşadıkları görülmektedir. Gazetecilerin bağımsız olduklarına ilişkin algıları ve yaptıkları işte tatmin duyguları düşüktür. Çalışmada katılımcı gazeteciler, daha fazla öykü üretmek zorunda olduklarını ve diğer beyaz yakalı çalışanlar gibi bir mesai kavramının olmadığını ifade etmektedirler. Gazeteciler için iş her yerdedir ve her zaman gerçekleşmektedir. Bu durum, iş yaşam dengesini kurmada kaygılar uyandırmaktadır. Mesai kavramının olmayışı ve ağır işyükü nedeniyle gazeteciler daha fazla stresli olmaktadır. Katılımcılar ayrıca, gazetecilerin, örneğin sosyal medya aracılığıyla kişisel markalaşma hakkında daha fazla düşünmek zorunda kaldığını ve daha girişimci olmak zorunda olduğunu belirtmiştir (Picard, 2015:5). Öte yandan Templeman, (2016:98), "Feelance Gazetecilerin Yaşadıkları Zorluklar ve Fırsatlar" adlı çalışmasında gazetecileri, freelance çalışmaya yönelten en önemli motivasyonun iş-yaşam dengesi olduğunu belirtmişlerdir (%55,81). Freelance çalışmanın sunduğu esnek çalışma saatleri, aile ile ya da arkadaşlarla daha fazla zaman geçirmelerine olanak sağlamaktadır.

3.3.8 Endüstri İlişkileri

Endüstri ilişkileri başlığı sendikal temsil ve toplu pazarlık olmak üzere iki başlıkta incelenmektedir.

3.3.8.1 Sendikal Temsil

Avrupa'da freelance çalışanların güçlendirilmesi, sendikaların temel sorunu haline gelmiştir. Birçoğu freelance gazetecileri çekmek için yapılarını, prosedürlerini ve hizmetlerini değiştirmektedir. Sendikalar, telif hakkı anlaşmazlıklarında yardım ve sosyal danışmanlık, daha iyi temsil ve bilgilendirme gibi konularda kapılarını çalışanlara açmaktadır (EFJ).

Avrupa’da, EFJ anketlerinin yapıldığı ülkelerde, hem genel sendikaların hem de gazetecilik sendikalarının dahil olduğu bütün sendikaların üyeleri arasında freelance gazeteciler de yer almaktadır. Çünkü freelance çalışma, Avrupa gazetecilik mesleğinin geleneksel bir özelliğidir. Freelance gazeteciler genellikle sendikalar tarafından temsil edilmekte ve toplu pazarlık haklarına sahip olmaktadır. Bazı ülkelerde freelance gazetecilerin sendika yoğunluğu oldukça yüksektir, hatta bazı durumlarda bağımlı çalışanlardan çok daha yüksektir. Bu durum, freelance gazetecilerin yer aldığı sendikaların kapasitesini ve aynı zamanda bir bütün olarak kategori içinde yer alan kendi hesabına çalışan gazetecilerin kimliğini kanıtlamaktadır. Ancak birkaç istisna dışında freelance gazetecilerin sendikaya üyelik payı, toplam gazetecilerin payından genellikle daha düşüktür. Çoğu, sendikal temsil dışındadır. Bu durum özellikle Yunanistan, İsviçre, Hırvatistan ve Estonya örneklerinde belirgindir, ortalama % 6’lar düzeyindedir (Nies ve Pedersini, 2003:16).

Tablo 22:
Freelance Gazetecilerin (FG) Sendikalara Üyelik Durumu

Ülkeler	Toplam Sendika Üye Sayısı	FG Sendika Üye Sayısı	FG üye oranı	Toplam Sendikal Yoğunluk	FG Sendikal Yoğunluk
Belçika	3,500	800	22,9	77,8	84,2
Bulgaristan	850	370	43,5	-	12,3
Hırvatistan	3,000	400	13,3	50,0	20,0
Danimarka**	12,000	2,000	16,7	-	-
Estonya	640	20	3,1	32,0	5,0
Fransa***	500	50	10,0	1,4	0,8
Almanya	65,000	30,000	46,2	58,0	75,0
Yunanistan	800	100	12,5	6,7	1,3
Macaristan	7,000	4000	57,1	77,8	74,1
İzlanda	580	50	8,6	87,9	50,0
İtalya	23,647	8,033	34,0	32,9	16,0
Lüksemburg	165	20	12,1	51,6	66,7
Norveç	8,500	700	8,2	94,4	87,5
Slovenya	700	100	20,0	48,3	47,8
İsveç	16,500	1,900	11,5	82,5	63,3
İsviçre	2000	60	3,0	16,7	1,5
Toplam	145,382	48,603	19,8	51,3	40,4

Kaynak: Nies ve Pedersini,2003:16

Not:EFJ Anketleri, farklı yıllara aittir.

****Gazetecilere ilişkin veriler sendika üyesi olanlarla sınırlıdır. Sendikalaşma oranı bilinmemektedir.**

***** Sadece USJ-CFDT’ye bağlı kuruluşlardan elde edilen veriler.**

Kanada’da 2009 yılında kurulan Canadian Freelance Union (CFU), medyadaki çalışanlara yönelik faaliyette bulunan ilk sendikadır. Bu sendika, freelance çalışanların, özellikle yazarların, aynı zamanda fotoğrafçıların, editörlerin, online yazarların ve web tasarımcıların ekonomik durumlarının iyileştirilmesini hedeflemektedir. CFU, Kanada’da, medyadaki bütün freelance çalışanları örgütleyerek kolektif bir güç inşa etmeyi ve yayıncılarla kolektif pazarlık yaparak asgari bir standart ve ücret belirlemeyi amaçlamaktadır. Böylece yayıncılarla yapılacak müzakerelerde asgari standartların üzerinde bir pazarlık yapılmaya çalışılmaktadır. CFU, herhangi bir işverene ya da işyerine bağlı olmayan bilgi işçileri için gerekli olduğunu düşündüğü bir sendikacılık modelini takip etmektedir. Geçici kapitalizmin yeni bir sendikacılık modeline gereksinim duyduğunu ve bu çalışanlara yeniden canlanan meslek sendikacılığına yönelik faaliyetlerle hizmet edilebileceğini iddia etmektedir. Yeni meslek sendikacılığı asgari standartlar oluşturmak ve üyelerine eğitim sağlamak için endüstri çapında işveren grupları ile pazarlık yapmakta ve çalışanlar sektöründe işverenler arasında daha özgür hareket edebilmektedir (Cohen, 2011:128-129).

EFJ tarafından gerçekleştirilen “*Sendikalar ve Freelance Gazeteciler*” konulu ikinci anket çalışması, Avrupa’da sendikaların freelance çalışma sorununa büyük önem verdiğini göstermektedir. 17 ülkede¹⁴ 18 organizasyon ile yapılan çalışmaya göre sadece bir ülkede (Bulgaristan) freelance gazeteciler ciddi bir sorun olarak görülmezken, diğer ülkelerde önemli bir sorun olarak kabul edilmektedir. Özellikle üzerinde durulan mesele kendi hesabına çalışan gazeteci payındaki artış ve güvencesiz çalışmanın yaygınlaşmasıdır. Freelance gazeteciler arasındaki sendikalaşma oranı çok düşüktür ve sendikalar, freelance çalışma sorununu gidermek için aktif olarak faaliyet göstermektedir. Özellikle, freelance çalışmaya yönelik ilgi, Macaristan ve Slovenya’da dikkat çekici görülmektedir. Bu bakış açısıyla, freelance çalışma düzeni uluslararası işbirliği içinde ortaklaşa ele alınması gereken önemli bir konudur. Freelance çalışma meselesine ilişkin sendikaların yürüttüğü girişimler şöyledir (Nies ve Pedersini, 2003:16-17):

¹⁴ 17 Avrupa ülkesinde faaliyette bulunan gazetecilik sendikalarıdır: Belçika, Bulgaristan, Hırvatistan, Kıbrıs, Danimarka, Estonya, Fransa, Yunanistan, Macaristan, İzlanda, İtalya, Lüksemburg, Norveç, Portekiz, Slovenya, Slovenya, İsveç ve İsviçre. Soruları yanıtlayan organizasyonların sayısı 18’dir. Çünkü Slovenya’dan 2yanıt alınmıştır: Biri sendikalardan diğeri ise meslek kuruluşlarından.

- (1) Freelance gazetecilerin durumuna ve çalışma koşullarına ilişkin bilgiyi arttırmak için anketler ve seminerler yapmak. Bu faaliyetler daha çok Portekiz, Slovenya, İspanya ve İsveç gibi ülkelerde yürütülmektedir.
- (2) Freelance çalışanların taleplerini desteklemek için bilinçlendirme kampanyaları yapmak ve freelance çalışanlara koruma ve temsil konularında var olan kurallar ve fırsatlar hakkında bilgi sağlamak.
- (3) Freelance çalışanlara yasal bir statü ve tanımlanmış bazı spesifik haklar ve korumalar sağlamak için lobi faaliyetleri gerçekleştirmek.
- (4) Freelance gazeteciler için belirli forumlar ve temsil odaları sağlamak için örgütsel dönüşümler gerçekleştirmek.
- (5) Freelance gazeteciler için mali ve finansal danışmanlık ve hizmetler ile yazarların hakları ve eğitim olanakları hakkında internet tabanlı bilgi hizmetleri sunmak.
- (6) Çalışma koşulları ile ilgili toplu pazarlık, ödeme koşulları, bireysel sözleşmeler için rehberlik hizmeti sunmak vb.

Tablo 23:

Sendikaların Freelance Gazetecilere Yönelik Faaliyet Alanları

Faaliyet Alanları	Vakaların Oranı
Ücret Düzeyi	77,8
Çalışma Koşulları	66,7
İş Güvencesi	44,4
Sağlık ve Güvenlik	33,3
Emeklilik Kapsamı	22,2
İşsizlik Yardımları	22,2
Telif Hakkı	11,1
Sendikal Temsil	11,1

Kaynak: Nies ve Pedersini, 2003:18

Sendikaların freelance gazetecilere yönelik faaliyet alanlarında ilk sırayı ücret konusu almaktadır. Ardından çalışma koşulları (%67) ve iş güvencesi (%44) gelmektedir.

Freelance çalışanlar, Birleşik Krallık'taki koşullu (contingent) işgücünün önemli bir bileşenidir ve zanaat ve profesyonel mesleklerde yaygın olarak kullanılmaktadır. İngiltere'deki işçilerin yaklaşık onda biri kendi hesabına çalışmakta ve özellikle medya, eğlence hizmetleri, inşaat ve diğer sektörlerde freelance çalışma, önemli bir istihdam biçimi olmaya devam etmektedir.

Birleşik Krallık'ta sendikaların resmi sistemlerine üyelik, öncelikli olarak, tek işverene bağlı olarak çalışmayı gerektirmektedir. Oysa freelance çalışanların yer aldığı sendikalar bu modelden ayrılmaktadır. BECTU'da, Londra dışında, Bölgesel Üretim Bölümü'nü (RP) oluşturmak üzere bir araya getirilen bölgesel şubeler bulunmaktadır. BECTU, freelance çalışanlar için çok işverenli sözleşmeler yapmaktadır (Wynn, 2015:117). Freelance çalışanların çoğunluğunun çalıştığı Londra'da, Üretim Bölümü'nde (LPD) bir araya getirilen kamera operatörleri, ses kayıtçıları, makyaj sanatçıları ve daha bir dizi meslek dalı yer almaktadır. Esas olarak, sürekli çalışanı kapsayan sendikanın diğer bölümleri, şirketler ve işyeri şubeleri gruplarından oluşmaktadır. BECTU, ücret sorunlarının giderilmesine ek olarak, güvenlik, çalışma süresi ve çalışmanın önemli bir bileşeni olan işlerde danışmanlık ve temsil faaliyetlerini gerçekleştirmektedir (Heery vd., 2004:25-26).

Tablo 24:

Bazı Ülkelerde Freelance Gazeteciler İçin Sendikal Temsil ve Toplu Pazarlık

Avusturya	Sendikal Temsil	Sanat, Medya, Spor ve Meslek Birliği (KMSFB daimi freelance çalışanları temsil etmektedir.
	Toplu Pazarlık	1999 yılında KMSfB ve Avusturya Gazeteler Birliği, Avusturya'da 'sürekli freelance çalışanlar' grubunu kapsayan ilk ve şimdiye kadarki tek toplu sözleşmeyi gerçekleştirmiştir. Anlaşmada, ödeme planları, ikramiyeler, telif hakları ve iş sözleşmelerinin sona ermesi ve iş konseyi temsilinin freelance çalışanlara yönelik kısmi uzatılması ile ilgili kuralları getirildi. Benzer şekilde, Avusturya Yayın Şirketinde (ORF) yapılan bir çalışma anlaşması, freelance çalışanlara, standart çalışanlarınkine yakın bir şekilde istihdam koruması ve ortak karar alma bakımından bir dizi hak tanıdığıdır.
Çek Cumhuriyeti	Sendikal Temsil	Sanat ve Kültür Konfederasyonu (KUK) çalışanları profesyonel olarak örgütler. Üyelerin yasal pozisyonlarının tescil edilmemesi durumunda dahi yapar. 44.000 bağlı işçinin yaklaşık yarısı kendi hesabına çalışandır.. Benzer şekilde, Aktörler Derneği (HA) de kendi hesabına çalışanları örgütlemektedir
	Toplu Pazarlık	Yasalara uygun toplu pazarlık sadece daimi çalışanlar için yapılır da, zaman zaman tek işverenler ile çalışan kendi hesabına çalışanları için de müzakereler yapılmaktadır. Ancak yapılan anlaşmalar, toplu sözleşme olarak yasal olarak uygulanabilir değildir. Dayanışma niteliğindedir.
Danimarka	Sendikal Temsil	Vergi mevzuatına göre, işlerinden ücret alan freelance çalışanlar sendika üyesi olabilirler. Bu, ağırlıklı olarak sanat ve kültür çalışanlarını kapsar da, aynı zamanda BT uzmanlarını içermektedir. Danimarka'da Danimarka'nın ikinci büyük sendikası ve beyaz yakalı işçileri örgütleyen Danimarka İşçi Sendikaları Konfederasyonu'nun (LO) bir üyesi olan Ticari ve Ticari İşler Sendikası (HK), freelance çalışanları temsil etmektedir.
	Toplu Pazarlık	Sanat ve kültür sektörlerindeki freelance çalışanlar için sendikalar, standart iş sözleşmelerinin yanı sıra, asgari ve standart ücretler gibi

		konularda, işveren dernekleri veya tek işverenler ile toplu iş sözleşmeleri yapmaktadırlar
Almanya	Sendikal Temsil	-Gazeteciler için en büyük sendika, Alman Gazeteciler Federasyonu (DJV)'dur. DGB'ye bağlı değildir. Tüm medya sektöründe yaklaşık 40.000 üyesi bulunmaktadır. Bunlardan 15.000'i freelance gazetecidir. Freelance gazetecilere yönelik danışmanlık hizmeti sunmaktadır. -Alman Sendikaları Konfederasyonu'na (DGB) bağlı Birleşik Hizmetler Birliği, geniş bir yelpazede hizmet sektörlerinde mevcuttur ve 2006 yılında 2.2 milyon üyesinden 30.000 kişi freelance çalışan olmuştur. Özellikle alt düzeylerde medya ve kültür sektörlerinde freelance çalışanları örgütlemektedir.
	Toplu Pazarlık	Almanya'da, freelance çalışanlar adına toplu pazarlık nadiren gerçekleşmektedir. Çünkü, anti-tröst düzenlemeler, işçilerin ve kurumların ortak fiyat ve ücretler konusunda mutabık kalmasını yasaklamaktadır. Ancak, Alman Toplu İş Sözleşmesi Yasası'nın 12a maddesi, freelance çalışanların daimi işçilere benzer 'ekonomik bağımlılık' –ki bu gelirlerinin % 50'den fazlası için bir işverene bağımlı olma demektir- şartını sağlaması halinde toplu sözleşme yapılmasına izin vermektedir. Fazla olduğunda, "ekonomik bağımlılık" gerekçesiyle yasal olarak çalışanlara benzer olduğu düşünülen meslek sahibi işçiler için toplu sözleşmelerin yapılmasına izin vermektedir. Medya sektöründe 'ekonomik bağımlılık' şartı gelirin %30'u için tek bir müşteri veya işverene bağımlı olma durumunu karşılamaktadır. -Birleşik Hizmetler Birliği ise, medyada freelance çalışanlar için özel bir hizmet birimi kurmuştur. Sektördeki eğilimler, medya fonları, sözleşmeler, ücretler, sosyal güvenlik ve yasal süreçler gibi konularda kapsamlı bir tavsiye ve danışmanlık hizmeti sunmaktadır.
İtalya	Sendikal Temsil	FNSI, yaklaşık 14.000 çalışan gazeteci ve yaklaşık 16.000 gazetecinin olduğunu tahmin etmektedir Sendikalar, özellikle ekonomik olarak bağımlı freelance çalışanlar'ı temsil etmede güçlü bir rol oynamaktadır. Ancak, Bağımsız Ticaret ve Hizmet İşçileri Sendikası (CLACKS) İtalyan İşçi Sendikaları Konfederasyonu'na (CISL) bağlı olarak daha genel temsil alanı ve çok sayıdaki dernekleri koordine etmektedir. Örneğin, sanat ve kültür, müzik ve eğlence, sigorta, finansal operatörler, sürücü okulları, benzin istasyonları, ticari distribütörler, gazete bayileri ve tütün üreticileri, çağrı merkezleri, güvenlik personeli gibi çeşitli mesleklerde bağımlı olmayan istihdam biçimlerini temsil etmektedir.
	Toplu Pazarlık	Bu sendikalar, çalışanların sosyal güvenlik ve istihdam koruması açısından önemli gelişmeler sağlamıştır. İtalya'da, freelance çalışmanın önemi, 1990'ların başından beri Gazeteciler Sendikası tarafından tanınmış ve 1995 ulusal toplu pazarlık talep platformunda ortaya konulmuştur. Sonunda, 2001-2005 yılı toplu sözleşme, ek olarak, freelance sözleşme için bazı temel şartların tanımını içermiştir

Kaynak: CESIFO/DICE. (2010). Representation of Self-employed Workers , 2010. <https://www.cesifo-group.de/ifoHome/facts/DICE/Labour-Market/Labour-Market/Unions-Wage-Bargaining-Labour-Relations/repr-self-emp/fileBinary/repr-self-emp.pdf>

3.3.8.2 Toplu Pazarlık

Birçok ülkede, medya endüstrisinde toplu görüşmelerin içeriği ve yaklaşımı değişmektedir. Bunun nedeni, mevcut "klasik" sektörlerin (günlük gazeteler, dergiler, kamu ve özel radyo ve ajanslar) giderek kaybolduğu gerçeğidir. Baskı yayınevleri medya yayıncılarına dönüşmektedir. Gittikçe artan bir şekilde müzakere ortamının hiç oluşmadığı ve eski sözleşmelerin güncellendiği görülmektedir. Doğu Avrupa ülkelerinde ve Avrupa'daki freelance çalışan gazeteciler için şirket genelindeki anlaşmalar bireysel sözleşmelerle değiştirilmektedir. Bununla birlikte, maddi yönden daha çok sıkıntıya yol açacak sözleşmelerin sayısı artmaktadır(Bittner, 2011:15).

Sendikalar uzun uğraşlar neticesinde freelance çalışanların sınırlı ülkede toplu pazarlık kapsamına dahil olmasını sağlamıştır. İçerik ve derinliği oldukça sınırlı olsa dahi 12 ülkede freelance çalışanlar üzerine yapılan çeşitli toplu pazarlık türleri mevcuttur. Örneğin İtalya'da 2001-2005 yılları arasında bu çerçevede Ulusal Sözleşmeler yapılmıştır. Belçika, Danimarka, Fransa, Almanya, İtalya, Norveç ve İsveç gibi ülkelerde çoğunlukla pazarlık şekli sektörel düzeydedir. Danimarka, Finlandiya, Fransa, Slovenya ve İngiltere'de yerel müzakereler ve Fransa, Slovenya ve İsviçre ulusal sektörler arası pazarlıklar gerçekleştirmektedir (Nies ve Pedersini, 2003:18). Amerika Birleşik Devletleri'nde eğlence sektöründe 3 sendika freelance çalışanların çalışma koşullarını düzenlemek için işverenlerle pazarlığa girmektedir. BECTU'nun iki çoklu işverenle yaptığı toplu pazarlık sözleşmesi bulunmaktadır. Film ve Sinema Sektörü Birliği (PACT) ile yaptığı anlaşma, bağımsız televizyon ve film şirketleri tarafından kiralanan freelance çalışanların çalışma koşullarını düzenlemektedir. Reklam Filmi ve Video Bantlar Üreticileri Derneği (AFVPA) ile yaptığı anlaşma da yine freelance çalışanlara yöneliktir. Böylelikle, BECTU'nun PACT ile Üretim Anlaşması, hastalık ödeneği, emekli maaşları ve kamu sorumluluk sigortası dahil olmak üzere bir çok konuda bir dizi güvenlik yardımı sağlamaktadır (Heery vd.,2004:29).

Cranford ve arkadaşlarına (2005) göre yasalar, çeşitli kolektif temsil ve pazarlık sistemlerini desteklemelidir. Çünkü tek tip bir mekanizma özellikle kendi hesabına çalışanların farklı ihtiyaçlarına cevap verememektedir. Kendi hesabına çalışanlar için istihdam temelli bir toplu pazarlık sistemi oluşturmaya çalışmak, var olan sorunların devam etmesi anlamına gelmektedir.

Kendi hesabına çalışanlar için toplu pazarlık sistemi tasarlarken göz önüne alınması gereken konuları şöyle belirlemektedir: Onları kollektif bir sisteme dahil etmek, kollektif ilişkilerini “zaman” üzerinden kurmak ve sürdürmek, özellikle grevlerin sınırlı olabileceği yerlerde anlaşmazlıkların çözümü için uygun mekanizmalar kurmaktır (McCrystal, 2014:668).

Tablo 25:
Freelance Gazetecilerin Toplu Pazarlık Kapsamı

Ülkeler	Toplu Pazarlık	Sektörler			İçerik		
		Yayıncılık	Basın	Diğer Medya	Temel Karşılıklar	Oranlar	Diğerleri
Belçika	Evet		Xy			x	
Bulgaristan	Hayır						
Hırvatistan	Evet*						
Kıbrıs	Hayır						
Danimarka	Evet	xy	Xy		x	x	x
Estonya	Hayır						
Finlandiya	Evet	xy	Xy		x		
Fransa	Evet	xy	Xy	xy			x
Almanya	Evet	Xy	Xy	xy	x	x	x
Yunanistan	Hayır						
Macaristan	Hayır						
İzlanda	Hayır						
İtalya	Evet	Xy	Xy	Xy	x		x
Lüksemburg	Evet						
Norveç	Evet	Xy	Xy	x	x	x	x
Portekiz	Hayır						
Slovenya	Evet*						
İspanya	Hayır						
İsveç	Evet	Xy	Xy		x		
İsviçre	Evet	Xy	Xy		x	x	x
İngiltere	Evet	Xy	xy				

Kaynak: Nies ve Pedersini, (2003:18)

*Devam eden müzakereler

** x= düşük kapsam X= Yüksek Kapsam y= Dar Düzenlemeler Y= Geniş Düzenlemeler

Özellikle kamu yayıncılığı endüstrisinde, freelance çalışanların çoğunluğu toplu sözleşme kapsamı içindedir. Almanya ve Danimarka’da bu sektörde telif hakkı, hastalık ödemesi ve tatil ödemesi, bildirim süreleri ve kıdem tazminatı gibi konuların yer aldığı toplu sözleşmelerin içeriği oldukça geniş yelpaze sunmaktadır.

Diğer yandan özel medya kuruluşlarında toplu sözleşmeler yaygın değildir. Basın için sektörel anlaşmalar genellikle Finlandiya, İtalya ve İsveç'te olduğu gibi freelance çalışanlar için sadece çok temel düzenlemeler içermektedir; Fransa, Danimarka ve Norveç'te olduğu gibi bazı yazarların hakları tanınmaktadır; ve örneğin Almanya'da olduğu gibi nadiren asgari bir ücret belirlenmektedir. Hatta sigorta kapsamı çoğu firma için geçerli değildir ve Almanya'da olduğu gibi karışıklıklar çoğu zaman göz ardı edilmektedir. Hatta güçlü sendika geleneklerine sahip ve freelance çalışma tarihinin uzun olduğu ülkelerde, freelance çalışanlar için toplu pazarlık yasal ya da uygulamada kısıtlamalara maruz kalmaktadır. Almanya'da toplu pazarlık, yasal olarak bağımlı çalışanlarla ve "arbeitnehmerähnliche" olarak tanımlanan ekonomik olarak bağımlı freelance çalışanlarla sınırlıdır. Oysa benzer korumalara ihtiyacı olan freelance çalışanların büyük bir oranı dışlanmaktadır. Eski Sosyalist ülkelerinde ve Güney Avrupa ülkelerinde de freelance çalışanlar için toplu pazarlık ya yasal değildir ya da hiç yoktur. Birçok ülkede rekabet hukuku ve yetkililer toplu pazarlığı engellemektedir. Çünkü freelance çalışanlar girişimci olarak görülmektedir ve bir çok ülkede yoğunlaşma süreçlerinden etkilenen medya kuruluşları, dar piyasası olması dolayısıyla freelance çalışanların zayıf olan pazarlık gücünü ihmal etmektedir. Freelance çalışanlar için özel koşullar kamu yayıncılığı endüstrisinde mevcuttur. Freelance çalışanlar genellikle yüksek koruma seviyesine sahiptir ve başka yerlerdeki freelance çalışanlardan daha iyi ücret elde etmektedirler. Ayrıca sendikalarda daha kolay organize olabilmekte ve toplu pazarlıklara dahil olabilmektedirler (Nies ve Pedersini, 2003:16-19).

Kanada ve Avusturya, kendi hesabına çalışanlar için çeşitli toplu pazarlık sistemlerine erişim yaklaşımlarına sahip iki ülkedir. Kendi hesabına çalışanlar için düzenlenmiş gayri resmi ya da kurumsal toplu pazarlık modelleri bulunmaktadır. Avustralya ve Kanada, federal parlamento ve anayasal monarşi ile yönetilen federasyondur. Kanada'da Quebec eyaleti hariç ortak bir yasal altyapı bulunmaktadır.

Kanada'da çoğu işçi için iş ilişkileri eyalet düzeyinde düzenlenirken, Avustralya'da özel sektör çalışanlarının çoğunluğu federal yasa olan 2009 Adil Çalışma Yasası (CTH) kapsamındadır ("FW Yasası").

Kanada'da, ABD Ulusal İşçi İlişkileri Kanunu ('Wagner Act') yaklaşımının varyasyonları federal ve eyaletlerde endüstriyel ilişkiler yasalarında benimsenmiştir.

Kendi hesabına çalışanların toplu sözleşmeye erişmesini kolaylaştıran modeller üç genel türü içermektedir(McCrystal, 2014:669):

- 1 Temel toplu pazarlık yasalarında bazı meslek sahiplerinin de başvurmalarına izin veren hükümlerin yer alması;
- 2 Diğer yasalarda kendi hesabına çalışanların kollektif eyleme dahil olmasını ve aksi durumun yasa dışı olmasına izin veren hükümlerin bulunması,
- 3-Kendi hesabına çalışanlar için mesleki ya da endüstriyel toplu pazarlık sistemleri kurmak.

Kanada ve Avustralya iş kanunlarında “ işçi” kavramı net bir biçimde tanımlanmış ve bu kategori içinde olanlar ve olmayanlar olarak ikiye ayrılmıştır. Avustralya'da FW yasası'nda "işçi" terimi, ortak yasa kapsamındaki bir iş sözleşmesinin veya hizmet sözleşmesinin varlığını referans alarak tanımlanmıştır . Kanada'da “işçi”teriminin ortak yasaya atıfta bulunarak tanımlanması gerekli değildir; fakat pratikte bir hizmet sözleşmesinin varlığına bakılarak ortak yasaya benzer bir tanımlama yapılmaktadır. Bunun ötesinde kendi hesabına çalışanların toplu pazarlığa erişimini kolaylaştırmak için Kanada ve Avustralya'da farklı yaklaşımlar mevcuttur. Kanada toplu pazarlık yasası “bağımsız yükleniciler”i, işçilerle aynı statüde görmekte ve bazı kendi hesabına çalışanları tam zamanlı çalışan işçiler gibi aynı sistem altında pazarlık yapmaya olanaklı kılmaktadır. Buna karşın Avustralya, son yıllarda kendi hesabına çalışanlar ile bağımlı işçileri yasal olarak ayırmıştır. 2006 Bağımsız Yükleniciler Yasası (The Independent Contractors Act 2006), bağımsız yüklenicilerin “ özgürlüğünü” korumak için kendi hesabına çalışanlara işçi gibi muamele edilmesini önlemektedir. Bazı istisnalar dışında eyalet parlamentoları kendi hesabına çalışanlara bağımlı işçi olarak muamele yapamamaktadır. Federal düzeyde FW Yasası, çok sınırlı düzeyde kendi hesabına çalışanı kapsayacak şekilde genişletilmiştir (McCrystal, 2014:671).

Avustralya'da 2004 seçimlerinin başında, Koalisyon hükümeti, bağımsız çalışmayı tamamen meşru bir çalışma biçimi olarak teşvik etmek ve sözleşme özgürlüğünü korumak ve geliştirmek için bir yasama sözü vermiştir.

Kıdem tazminatı sisteminin katılıklarından kurtulmak isteyen işletme sahipleri sendikalarla uğraşmak zorunda kalmamak için koalisyona bir şans vermiştir.

Bu yasanın gerçekleşmesi halinde kıdem tazminatı yüklerinden kurtulmak ve sendikal temsili önlemek için bu yasaya başvurabilmektedirler. Böylece işçi kavramını tanımlayan ve asgari standartlarını belirleyen WR yasası ‘nın kapsamı dışındaki bir işçiyi, kendi hesabına çalışan adı altında, şartlarını kendilerinin belirledikleri bir sözleşmeye bağlı olarak yasal anlamda işe alabilmektedirler. Özellikle Bağımsız Yükleniciler Yasası, bir çok kendi hesabına çalışanın eyalet ve bölge yasaları önünde bir işçi gibi muamele görmesini önlemektedir (Stewart, 2008:53). Yasanın en önemli eksiklerinden biri, işçi ile bağımsız yükleniciler arasında net bir ayrım çizememiş olmasıdır. Bir çalışanın bir işçi mi yoksa bağımsız çalışan mı olduğunu belirlemek için ortak yasaya başvurmak gerekmektedir. Bağımsız yükleniciler Bölge ve Eyaletlerde ticaret, finansal ve denizaşırı alanlarda sınırlı sayıda işlerde çalışabilmektedir. Eyalet veya Bölge yasası, söz konusu yükleniciye tam zamanlı çalışan bir işiymiş gibi davranmamaktadır. Fakat bu durum yalnızca ücretler, saatler veya izne ayrılma gibi bir işyeri ilişkileri meselesi ile ilgili durumlarda geçerlidir. Ayrımcılık, işçi tazminatı, iş sağlığı ve güvenliği, ocuk işçiliği veya vergilendirme gibi konularda mevzuat üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamaktadır (Stewart, 2008:58).

BÖLÜM 4: MEDYA ENDÜSTRİSİNDE FREELANCE GAZETECİLERİN İŞGÜCÜ PİYASASI ARAŞTIRMASI

4.1 Araştırmaya İlişkin Genel Bilgiler

Bu bölümde araştırmada kullanılan yöntem ve araştırma dizaynı hakkında bilgi verilerek mevcut araştırma için uygun görülen yaklaşımın ve yöntemin nedenleri açıklanmaktadır.

4.1.1 Araştırma Sorusu ve Varsayımlar

Son yıllarda bir çok ülkede medya endüstrisi işgücü piyasasında, esnekleşme ve yeniden yapılanma sürecine yeni istihdam olanakları ve çalışma yöntemleri eşlik etmektedir. Sektörün yapısını ve istihdam ilişkilerini etkileyen teknolojik gelişmeler, yeni medya ortamlarının oluşmasını sağlamaktadır. Kullanıcı zevklerinin değişmesine bağlı olarak gazetecilik mesleği ve iş yapma şekilleri dönüşüme uğramakta ve dijitalleşmektedir. Bu çerçevede, medya şirketlerinde artan işten çıkarmalar ve çekirdek işgücünün daha da küçültülerek çevre işgücünden faydalanma biçimlerinin artması dolayısıyla geçici istihdam biçimlerinin çalışanların korunması amacıyla doğru analiz edilerek gerekli düzenlemelerin yapılması elzem hale gelmiştir. Çünkü medyada geleneksel standart istihdam biçimlerinden standart dışı istihdama hızlı bir kayış olduğu görülmektedir.

Çalışma, aşağıdaki araştırma sorularını yanıtlamak üzere hazırlanmıştır:

Temel Soru(TS): Türkiye medya endüstrisinde freelance gazetecilerin işgücü piyasası durumu nedir?

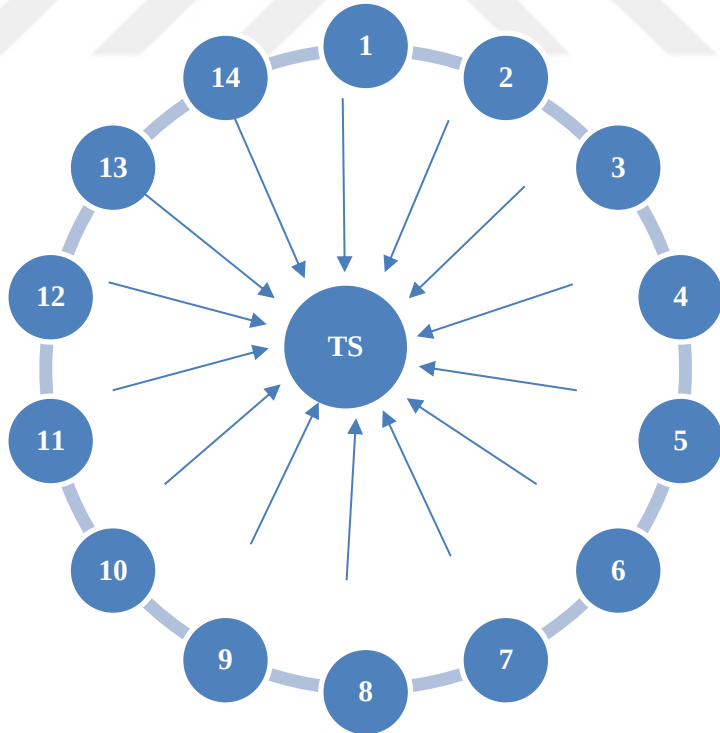
Alt Sorular:

Freelance gazetecilerin;

- (1) Freelance gazetecilerin demografik özellikleri nasıldır?
- (2) Freelance gazetecilerin istihdam durumu nedir?
- (3) Freelance gazetecilerin işsizlik durumu nedir?
- (4) Freelance gazetecilerin çalışma süreleri nasıldır?

- (5) Freelance gazetecilerin ücret seviyeleri ve sorunları nelerdir?
- (6) Freelance gazetecilerin iş kazaları ve meslek hastalıkları durumu nedir?
- (7) Freelance gazetecilerin kayıt dışılık durumu nedir?
- (8) Freelance gazetecilerin sosyal güvenlik durumu nedir?
- (9) Gazetecileri freelance çalışmaya iten/çeken motivasyonlar nedir?
- (10) Freelance gazetecilerin iş-yaşam dengesi durumu nedir?
- (11) Freelance gazetecilerin kariyer durumu nasıldır?
- (12) Freelance gazetecilerin eğitim ve nitelik durumu nasıldır?
- (13) Freelance gazetecilerin ayrımcılık konusundaki durumu nasıldır?
- (14) Freelance gazetecilerin endüstri ilişkileri durumu nedir?

Şekil 5:
Araştırma Soruları



Varsayımlar:

- (1) Medyada freelance çalışan kadınların ve yeni mezun gençlerin sayısı artmaktadır.
- (2) Medya sektöründe istihdam daralmaktadır. Freelance gazetecilerin sayısı giderek artmaktadır.
- (3) Medyada işsizlik artmakta ve güvencesizlik yaygınlaşmaktadır.
- (4) Freelance gazetecilerin çalışma saatleri ve işyükü tam zamanlı çalışanlara kıyasla daha uzun ve fazladır.
- (5) Freelance gazetecilerin ücretleri düşüktür ve ücretlerini zamanında ya da hiç alamamaktadırlar.
- (6) Freelance gazeteciler iş kazaları ve meslek hastalıklarına karşı korumasızdır.
- (7) Freelance gazeteciler kayıt dışı çalışma kapsamında yer almaktadır.
- (8) Freelance gazeteciler sosyal güvenlik haklarından faydalanamamaktadır. Böylece kendi emeklilik planlarını yönetmek ve sigorta ödemelerini yapmak gibi bireysel sorumluluklara da sahip olmaktadır.
- (9) Gazeteciler işsizliğe alternatif olarak freelance olarak çalışmak zorunda kalmaktadır.
- (10) Freelance çalışma biçimi gazetecilerin iş yaşam dengesini olumsuz etkilemektedir.
- (11) Gazeteciler freelance çalışmayı sektöre giriş için ilk adım olarak görmektedirler.
- (12) Freelance gazeteciler çok yönlü niteliklere sahip olmak zorundadır.
- (13) Freelance gazeteciler, sektörde çeşitli konularda ayrımcılığa maruz kalmaktadır.
- (14) Freelance gazeteciler sendikal temsilden yoksun kalmakta ve toplu pazarlık kapsamında yer almamaktadır.

4.1.2 Araştırmanın Yöntemi

Bir araştırma sürecinde araştırmacı, öncelikle ortaya koymak istediği şeyin ne olduğunu belirlemeli, daha sonra da bunu gerçekleştirmek için en iyi yolun ne olduğuna net bir şekilde karar vermelidir.

Bu çerçevede; araştırma konusunun belirlenmesi ve araştırma sorusunun oluşturulmasından sonra, araştırma sorusuna en doğru yanıt verebilecek araştırma tipinin ve araştırma yöntem ve tekniklerinin belirlenmesi gerekmektedir.

Bu bölümde araştırmanın modeline, çalışma kümesine, verilerin toplanmasına, verilerin analizine ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

Freelance çalışma olgusunun farklı yönleriyle incelenebilmesi, nitel ve nicel araştırmaların sınırlılıklarının en aza indirilmesi, geçerlilik ve güvenilirlik konusundaki kaygının azaltılması açısından bu çalışmada, eleştirel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Freelance çalışanların işücü piyasası durumunu analiz etmek için anket ve görüşmelerden elde edilen veriler, eleştirel olarak, emek araştırmaları ve gazetecilik arasındaki disiplinlerarası literatürle ilişkili olarak analiz edilmektedir.

Sosyal bilimlerde eleştirel yaklaşım, yüzeydeki toplumsal ilişkilerden kaynaklanan ilişki ve olayların altında, aslında görülmeyen farklı mekanizmaların olduğu görüşüne dayanmaktadır. Dolayısıyla eleştirel yaklaşımın amacı, nihai sonuçlar ortaya koymaktan ziyade mevcut ilişkileri eleştirmek ve dönüştürmektir. Bu dönüşümü gerçekleştirebilmek için ise görünürdeki sosyal ilişkilerin altında yatan yapıları görünür kılmak gerekmektedir. Çünkü deneyimler ve anlam sistemi, daha geniş sembolik ve toplumsal oluşumlarla bağlantılı olmakta ve onlar tarafından şekillendirilmektedir. Bu nedenle eleştirel araştırma, belirgin sosyal yapı, toplumsal süreçler veya kabul edilen tarihi kabul etmemektedir. Görünüşlerin yüzeyinin altına inmeye çalışarak sosyal sistemlerin gerçekten nasıl çalıştığını, ideolojinin veya tarihin insanları ezen ve kontrol eden süreçleri nasıl gizlediğini sormaktadır (Neuman, 2014:79; Harvey, 1990:4). Eleştirel araştırma, bilginin ve eleştirinin birbiriyle iç içe geçmiş olduğu epistemolojik bir perspektifi içermektedir. Gerçekten de, eleştirel bir araştırmacı için bilgi, eleştiridir. Eleştirel bir araştırma süreci eleştiriye sadece bazı mekanik süreçler yoluyla toplanan bir gerçek veya teori birikimine eklemek yerine, bilginin nesnel statüsünü inkar etmektedir. Çünkü bilgi dinamiktir, statik değildir. Eleştirel metodologlar için, bilgi, dünyayı ve bu dünya hakkındaki algılarımızı oluşturan şeyleri anlamaya doğru ilerleyen bir süreçtir. Dolayısıyla eleştirel sosyal araştırma, altta yatan uygulamaları, tarihsel özgünlüğünü ve yapısal belirtilerini ortaya çıkarmak için sosyal süreçlerin analizini yapmayı amaçlamaktadır (Harvey, 1990:3).

Eleştirel yaklaşımda, öncelikle ampirik materyalin toplanması gerekmektedir. İstatistiksel veriler, anekdotlar, doğrudan gözlenen davranış, medya içeriği, röportaj yanıtları, sanat eseri ya da başka şeyler olup olmadığı önemli değildir. Her şey, çalışmaya bir anlam kazandırmaktadır. Kullanılan tüm verilerin geleneksel güvenilirlik veya geçerlik kontrollerine tabi tutulması gerekmemektedir. Çünkü veriler sadece teorik bağlamında anlamlıdır. Güvenilirlik ve geçerlik, araştırmacının sorgulamaya getirdiği bağlam ve epistemolojik varsayımların bir işlevidir. Bu nedenle, eleştirel yaklaşımlarda, araştırmaya zemin hazırlamak için veriler önemlidir ancak veriler sosyo-tarihi bağlamından bağımsız olarak değerlendirilmemektedir (Harvey, 1990:6)

Elde edilmek istenen bilginin türü ve araştırmanın amacı açısından ise mevcut çalışmada, üç temel araştırma tipinden biri olan açıklayıcı araştırma deseni tercih edilmektedir. Çalışmada, veri toplama tekniği olarak karma yöntem kullanılmaktadır (Ivankova, Creswell ve Stick, 2006:4). Bu yöntem, Türkiye’de freelance gazeteciliğin profesyonel gerçekliğini ortaya koymak için tek başına niceliksel ve niteliksel yöntemler yeterli olmadığı için seçilmiştir. Son yıllarda nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma yöntem araştırmalarına yönelik ilginin arttığı görülmektedir. Karma yöntem bazı araştırmacılar tarafından bilimsel araştırmalarda üçüncü paradigma olarak kabul edilmektedir. Nitel ve nicel teknikleri kullanan karma yöntem araştırma tasarımı, konu ile ilgili özellikle daha derin bir bakış açısı sağlamak için tercih edilmektedir (Baki ve Gökçek, 2012:2; Sandelowski, 2000:246).

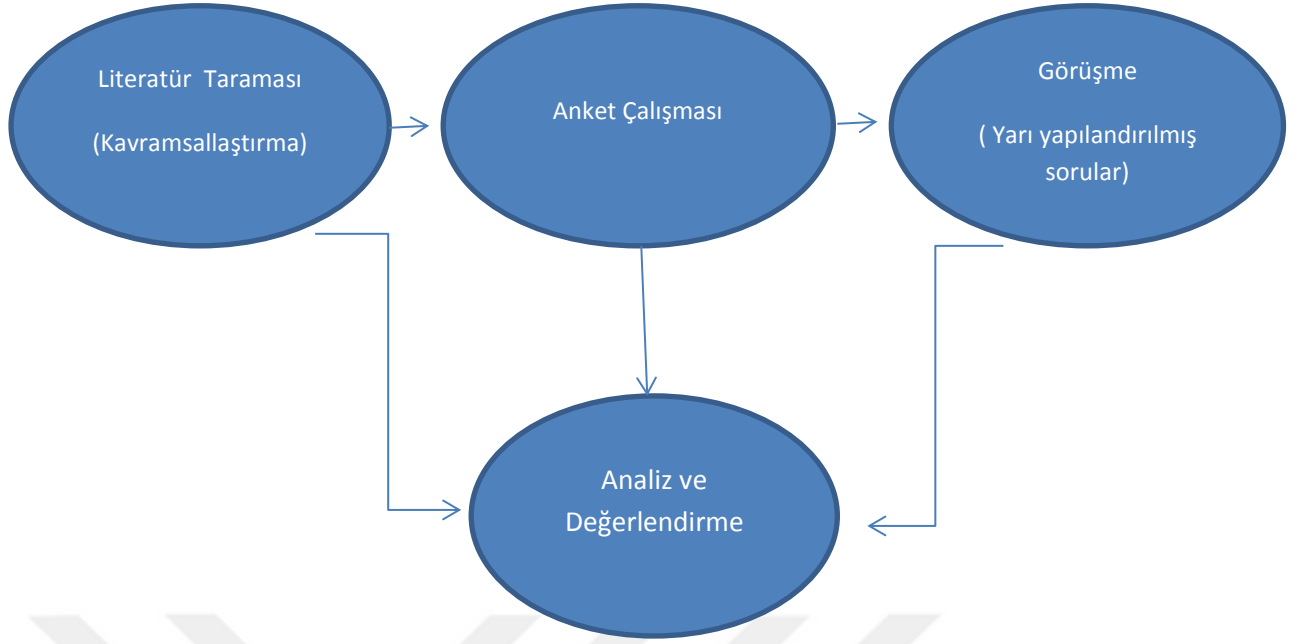
Bu yöntem, her iki farklı yöntemdeki bulguları karşılaştırarak sonuçların tutarlı olduğunu doğrulama fırsatı sağlamaktadır. Niteliksel ve niceliksel araştırma yöntemleri kullanılarak her iki yaklaşımın da "aydınlatıcı" yönünü görme (Bryman, 2007:9) imkanı vermektedir. Dolayısıyla karma yöntem desenli araştırmalarda, araştırma konusuna bağlı olarak nicel aşamanın mı ya da nitel aşamanın mı baskın olacağı araştırmacı tarafından belirlenmektedir. Aynı zamanda karma yöntemde nicel ve nitel aşama eş zamanlı olarak ya da sıralı olarak gerçekleştirilebilmektedir. Veri toplama aşamasında, zamanlama ve yöntem seçimi konusunda en önemli husus, araştırmanın yapısına bağlı olarak, araştırmacının var olan tasarımlardan en uygun olanını seçmesidir (Leech ve Onwuegbuzie, 2009).

Nitekim, Creswell ve Clark (2014), araştırmasında karma yöntem kullananların tercih edebilecekleri 6 temel desen olduğunu belirtmektedir. Bu tasarımların üçü eşzamanlı, üçü ise sıralı yapılan tasarımlardır. Bunlar:

- (1) Sıralı açıklayıcı desen (Sequential Explanatory Design)
- (2) Sıralı keşfedici desen (Sequential Exploratory Design)
- (3) Sıralı dönüşümsel desen (Sequential Transformative Design)
- (4) Eşzamanlı çeşitleme desen (Concurrent Triangulation Design)
- (5) Eşzamanlı iç içe geçmiş desen (Concurrent Nested Design)
- (6) Eşzamanlı dönüşümsel desen (Concurrent Transformative Design)

Mecut araştırmada, sıralı açıklayıcı karma yöntem deseni kullanılmaktadır. Sıralı açıklayıcı karma yöntemde öncelikle araştırma sorusuna yönelik konuyla ilgili bilgi toplayıp bir ön bilgi elde etmek amaçlanmaktadır. Daha sonra elde edilen bulgulara göre nitel veriler toplanarak analiz edilmektedir. Nitel veriler, nicel verileri çoğaltmak ve detaylandırmak için kullanılmaktadır. Baki ve Gökçek'e (2012) göre bu tasarımda baskın olarak nicel verilerdir ve nicel veriler toplanıp analiz edildikten sonra nitel veri toplanmaktadır. Öncelik nicel verilerden oluşmaktadır. Nitel veriler, nicel verileri artırmak için elde edilmektedir. Verilerin analizi birbiriyle ilişkili olup çoğunlukla veri yorumlama ve tartışma bölümlerinde birleştirilmektedir.

Şekil 6:
Araştırma Deseni



Aynı zamanda mevcut araştırma, ‘Tamamlayıcılık (Complementarity)’ ve ‘Gelişim (Development)’ karma yöntem gerekçelerini karşılamaktadır. Nicel aşama sürecinde, görüşmelerden elde edilen veriler, nitel aşama sürecinde gerçekleştirilecek görüşme sorularının geliştirilmesi için temel verileri sunmaktadır. Gelişim gerekçesine göre ise bir yöntemden elde edilen veriler, daha sonra gerçekleştirilecek aşama için temel oluşturmakta ve aşamayı şekillendirmektedir. Nitekim, bir araştırmada nitel ve nicel yöntem sıralı bir zaman içinde yapılıyorsa, görüşmeler sonucunda elde edilen nicel veriler çalışmanın nitel boyutunun gelişimine yardımcı olmak amacıyla kullanılmaktadır. Tamamlayıcı karma yöntemde ise, nitel ve nicel veriler farklı yöntemlerle durumu analiz ederek araştırma sorununun ayrıntılı biçimde ortaya konulmasını sağlamaktadır. Sonuç olarak ; nicel yöntemle elde edilen bulguların detaylandırılması ve açıklığa kavuşturulmasında diğer nitel yöntemin sonuçları kullanılmaktadır (Baki ve Gökçek, 2012:4). Böylece nicel ve nitel yöntemler birbirlerini tamamlamaktadır.

4.1.2.1 Nicel Veri Aşaması

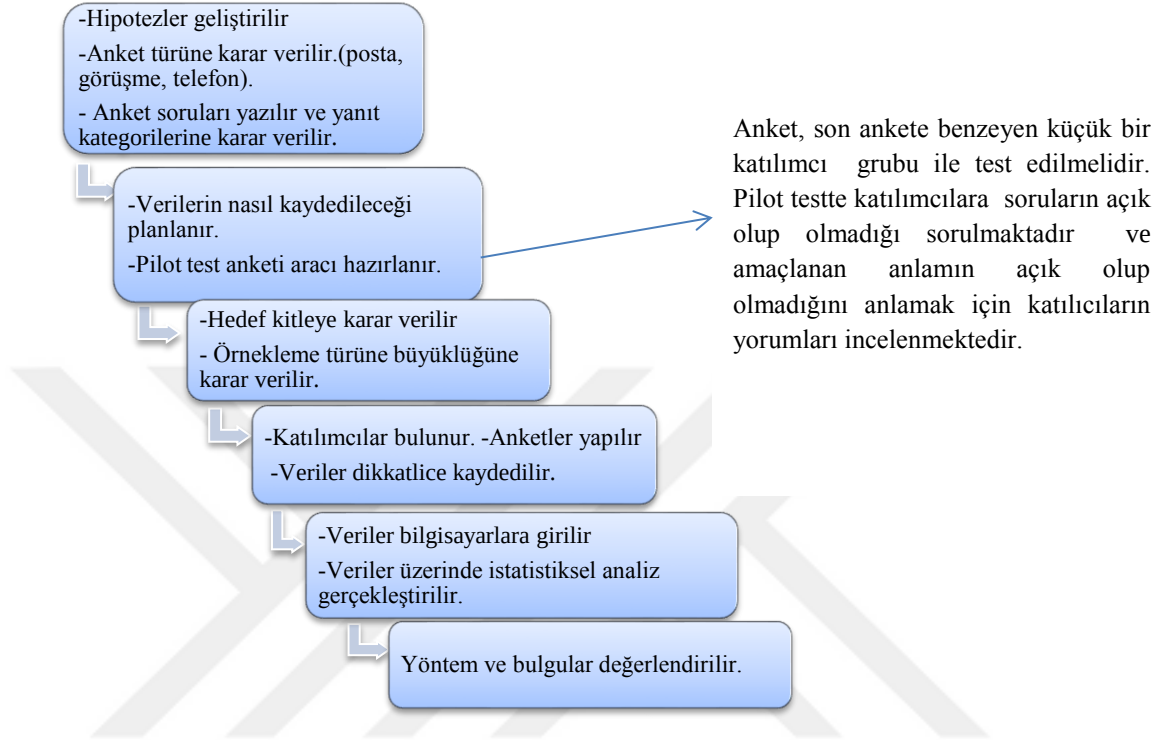
Araştırmanın birinci ayağı olan nicel aşamada, Türkiye’de freelance gazetecilik mesleğinin mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla standart anket kullanılmıştır.

Anket, freelance çalışmayı tanımlamaya ve freelance gazetecilerin işgücü piyasasını analiz etmeye yönelik bir durum analizi yapmayı amaçlamaktadır. Anket en yaygın kullanılan sosyal bilim veri toplama tekniğidir. .Anket, araştırma konusu ile ilgili saptanmış hipotezlere ya da sorulara bağlı olarak bir evren ya da örnekleme oluşturan kaynak kişilere sorular yönelterek gerçekleştirilen sistemli veri toplama tekniğidir (Neuman, 2014:316). Pinsonneault ve Kraemer, (1993:77) anketi, “büyük bir grubun özellikleri, eylemleri veya fikirleri hakkında bilgi toplamak için kullanılan bir araç” olarak tanımlamıştır.

Kraemer (1991:xiii), anket araştırmasının üç ayırt edici özelliğini belirlemiştir. İlk olarak, anket araştırması, belirli bir popülasyonun belirli yönlerini nicel olarak açıklamak için kullanılmaktadır. Bu yönler genellikle değişkenler arasındaki ilişkileri incelemeyi içermektedir. İkincisi, anket araştırması için gerekli olan veriler insanlar tarafından toplanmaktadır ve bu nedenle öznelidir. Son olarak, anket araştırması, bulguların daha sonra genel popülasyona genelleştirilebildiği nüfusun seçilmiş bir bölümünü kullanmaktadır (Glasow, 2005:1).

Anket tekniğinde soru formu katılımcılara ya tek tek gönderilmekte ya da araştırmacı tarafından elden dağıtılmaktadır. Katılımcıların farklı yerlerde bulunması halinde soru formunun tek tek gönderilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte katılımcılarla telefonla görüşme yapılarak da anket sorularına yanıt alınabilmektedir. E-posta anketler ve internet anketler ise hız ve maliyet yönünden getirdiği avantajlar dolayısıyla son yıllarda daha fazla tercih edilmektedir. İnternet bağlantısına sahip olan herkese kolaylıkla ulaşma olanağı sağlamaktadır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017:85-89).

Şekil 7:
Anket Araştırması Sürecinde Adımlar



Ankete katılan katılımcılara şahsen, telefonla, postayla ya da internet üzerinden ulaşılmaktadır. Araştırma kapsamında veri toplama amacıyla kullanılacak olan anket sorularının belirlenmesi amacıyla iki kez Tez İzleme Komitesi toplantısı gerçekleştirilmiştir. İlk toplantıda araştırmacı tarafından detaylı bir literatür taraması yapılarak ve gazetecilik alanında faaliyette bulunan uzmanlardan sürekli görüş alınarak hazırlanan soru havuzu komite üyelerine sunulmuştur. Komite üyelerinin ortak görüşü doğrultusunda, havuzdaki sorular, işgücü piyasası bileşenleri çerçevesinde gruplanarak sınıflandırılmıştır. Toplantının ardından araştırmacı hazırladığı soruların geçerliliğini pilot bir uygulama yaparak sınamıştır. Tez İzleme Komitesi toplantısında pilot uygulama sonuçları komite üyeleri ile paylaşılmıştır. Soruların açıklık ve anlaşılabilirliği, sorular arası bağlantılar, soruların yönlendiricilik ve alınan cevapların tatmin edicilik düzeyleri gibi hususlar komite üyelerince tartışılmıştır. Yapılması gereken düzeltmelere ilişkin görüşler alınmıştır.

Ardından komite üyelerinin onayıyla anket sorularına son halleri verilmiştir. Soru hazırlama sürecinde araştırmacı, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Türkiye Gazeteciler Sendikası yöneticileri, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü hocaları ve uzmanları, Sakarya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümü hocalarından ve çeşitli freelance gazetecilerden görüşler alarak soruları şekillendirmiştir. Anket sorusu hazırlama süreci 6 ay sürmüştür.

- **Örneklem Seçimi ve Anket Süreci**

Araştırma konusuna göre seçilen iki tip örnekleme türü vardır. Bunlar olasılık dışı örnekleme ve olasılık örneklemesidir. Olasılık dışı örnekleme, evrenden birimler seçmenin hızlı, kolay ve ucuz bir yolu olarak kullanılmaktadır; ancak öznel bir seçim yöntemi olarak görülmektedir. Olasılık dışı bir örneklemden popülasyon hakkında çıkarımlar yapmak için araştırmacı, örneklemin popülasyonu temsil ettiğini varsaymaktadır. Olasılık örnekleme ise daha karmaşıktır. Daha uzun sürmekte ve genellikle olasılıksız örneklemeden daha maliyetlidir. Ancak, popülasyondan birimler rastgele seçildiğinden ve her bir birimin seçim olasılığı hesaplanabildiği için, örnekleme hatasının tahminleriyle birlikte daha güvenilir olduğu kabul edilmekte ve popülasyonla ilgili çıkarımlar yapılabilir (Fellegi, 2010:2). Ana kütlenin belirlenmesinin mümkün olmadığı durumlarda (Fellegi, 2010:115) ve ana kütlenin homojen olması durumunda olasılık dışı örnekleme yöntemleri tercih edilmektedir (Brick, 2014:1-2).

Freelance gazeteciler bir kuruluşa ya da işverene bağlı olmayan kişilerdir. Ana kütlenin belirlenmesi mümkün olmadığından gazetecilere ulaşmak için olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden “Kartopu Örnekleme” yöntemi tercih edilmiştir. Kartopu örneklem yoluyla görüşülen kişiler, sonraki görüşmeler için kaynak kişi haline gelmişlerdir (Demir, 2011: 278-279).

Kartopu örnekleme yöntemi, genellikle evrenin sınırlarının ve evrene üye olanların kesin olarak belirlenemediği durumlarda kullanılan bir yöntem olup, öncelikle evrene dahil birisiyle temas kurulmasına, sonra zincirleme olarak her birinin temas halinde olduğu diğer kişilere ulaşılarak örnek kütlenin çoğaltılmasına dayanmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 45).

Kartopu örneklem yöntemi özellikle iki ana amaç için kullanılmaktadır. Birincisi, bir hedef popülasyona ulaşmak için 'gayri resmi' bir yöntem olarak tercih edilmektedir. Bir çalışmanın amacı öncelikle keşfetmek, nitellemek ve açıklamak ise kartopu örnekleme pratik avantajlar sunmaktadır (Atkinson ve Flint, 2001:1). İkincisi ise, kartopu örnekleme, hanehalkı araştırmaları gibi tespit edilemeyen bireylerin sayısı hakkında çıkarım yapmak için daha resmi bir metodoloji olarak uygulanmaktadır. Aynı zamanda belirsiz ve gizli olan nüfusa erişimi sağlamaktadır (Snijders, 1997;Faugier ve Sargeant, 1997). Dolayısıyla kartopu örneklem yöntemi, evrenin belirsiz olduğu durumlarda kullanılmaktadır ve konvansiyonel yaklaşımların başarılı olmasının zor olduğu ortamlara girmeye yardımcı olmaktadır(Atkinson ve Flint, 2001:2). Fakat kişilerle rastgele temas kurulmadığı halde ilk erişilen katılımcıların araştırmacının sübjektif seçimlerine bağlı olduğundan, çoğu kartopu örneği önyargılıdır ve bu nedenle araştırmacıların belirli bir örnekten genelleme yapmasına izin vermemektedir (Griffiths, vd., 1993:1619).

Türkiye’de medya endüstrisinde freelance çalışmaya ilişkin farklı uygulamaların olduğu görülmektedir. Mevcut araştırmanın örnekleminde yer alacak katılımcılar “ herhangi bir firma tarafından istihdam edilmeksizin haber fotoğrafçılığı, editörlük, yazarlık, muhabirlik, videografi veya bunların birleşimi gibi çeşitli gazetecilik faaliyetlerinden gelir elde eden freelance gazeteciler” tanımı kapsamına dahil olan kişilerden oluşmaktadır. Bu tanımlama, ödeme yapılmaksızın yayınlara ya da çevrimiçi haber noktalarına haber sunan kişiler ile haber işlerinden gelir elde etmek isteyen freelance gazeteciler arasında ayırım yapmak için kullanılmaktadır. Örnekleme dahil edilecek freelance gazetecilerin kendilerini freelance bir gazeteci olarak tanımlaması ve bu işten gelir elde etmesi gerekli kriterler olarak esas alınmaktadır.

Ülkemizde freelance gazetecilere yönelik kayıtlı istatistiksel bir veri bulunmamaktadır. Aynı zamanda daha önce yapılmış bir araştırma olmaması dolayısıyla freelance gazeteci sayısına yönelik net sayı vermek zordur. Türkiye’de freelance gazetecilik Batı’dan farklı bir görünüm sergilemektedir. Freelance gazetecilik, özellikle Kuzey Avrupa ülkeleri, Kanada ve Amerika’da daha gelişkindir ve kurumsal bir statüye sahiptir. Ne var ki Türkiye’de durum farklıdır.

Freelance gazetecilerin kayıtlı olarak çalışmamaları nedeniyle freelance gazetecilere ulaşma noktasında zorluklar yaşanmış ve bu zorluğu aşmak için profesyonel bir araştırma şirketinden destek alınmıştır. Mevcut çalışmanın, Bilimsel Araştırma Projesi olarak değerlendirilmesi amacıyla Sakarya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Proje Koordinatörlüğüne başvuru yapılmış ve çalışma Bilimsel Araştırma Projesi olarak kabul edilmiştir. Bu doğrultuda ihtiyaç duyulan maddi kaynak BAP'tan tedarik edilmiştir. Böylelikle anket sorularının profesyonel bir anket şirketi yardımıyla freelance gazetecilere ulaştırılması sağlanmıştır. Araştırma şirketi, 300 katılımcıya ulaştıktan sonra anket süreci sonlandırılmıştır. Anket süreci yaklaşık 3 ay sürmüştür. Bu süreçte araştırma şirketi ile sürekli temas kurulmuş ve süreç hakkında detaylı bilgiler alınmıştır. Süreç içerisinde anket yapılan her 50 katılımcıya ait veri tabanı şirket tarafından araştırmacıya gönderilmiştir. Araştırmacı her 50 kişilik örneklem üzerinde gerekli analizleri gerçekleştirmiştir. Araştırmacı süreci titizlikle takip etmiş ve araştırma şirketindeki sorumlulara gerekli tüm yönlendirmeleri yapmıştır ve bilgileri sunmuştur.

Ankette, " *freelance gazeteci; herhangi bir firma tarafından istihdam edilmeyip düzenli bir maaş karşılığı çalışmayan, freelance olarak veya firmalarla anlaşarak haber fotoğrafçılığı, editörlük, yazarlık, muhabirlik, videografi veya bunların birleşimi gibi çeşitli gazetecilik faaliyetlerinden gelir elde eden kişidir.*" şeklinde bir açıklama bulunmaktadır. Katılımcılara ilk olarak bu açıklamaya göre kendinizi freelance gazeteci olarak tanımlıyor musunuz? sorusu sorulmuştur. Bu soruya evet yanıtını veren katılımcılara sonraki sorular sorulmaya devam edilirken, hayır yanıtını veren katılımcılara sonraki sorular sorulmadan anket süreci sonlandırılmıştır. Araştırma şirketi anketin başında yer alan açıklamaya göre kendini freelance gazeteci olarak tanımlayan 300 kişiye anketi uygulamıştır. Bu araştırmanın kapsamını, alternatif ya da kâr amacı gütmeyen medyaya katkıda bulunan freelance gazetecilerden ziyade kâr amacı güden medyaya katkıda bulunan freelance gazeteciler oluşturmaktadır. Çünkü alternatif medyanın üretim modelleri kâr amacı güden, kurumsal anaakım medyanın metalaştırma ve sömürü ilişkilerine zaten meydan okumaktadır. Bununla birlikte, böyle daraltılmış bir alan olsa bile, freelance çalışanları incelemek zordur. Sektörde farklı nedenlerden dolayı freelance çalışmaya yönelen/ itilen gazeteciler mevcuttur.

Bazı gazeteciler, siyasi görüşleri ve anaakım medya gücüne yönelik eylemci tavırları dolayısıyla freelance çalışmayı tercih etmektedir. Bazı gazeteciler ise freelance çalışmanın kendilerine sağladığı, özerklik, özgürlük, kendi patronu olma gibi avantajlar nedeniyle gönüllü olarak freelance çalışmaya yönelmektedir. Çoğu gazeteci ise işsizlik dolayısıyla zorunlu olarak freelance çalışmaya itilmektedir.

- Pilot Uygulama

Araştırmacı tarafından hazırlanan anketin bir taslak sürümü, soruların geçerliliğini kontrol etmek için iki aşamadan geçmiştir. İlk olarak hazırlanan anket Türkiye Gazeteciler Sendikası, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti başta olmak üzere Sakarya Gazeteciler Cemiyeti ve Sakarya ilinde yerel iki basın organında çalışan gazetecilerle görüşme yapılmıştır. Bunun birlikte freelance çalışan 5 gazeteci ile görüşme yapılarak anket soruları hakkında görüş alınmıştır. Aynı zamanda Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik ve Sakarya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünde görevli akademisyenlerle görüşülmüş ve anket sorularında gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Anketin geçerliliğini ve güvenilirliğini test etmek için anket, dağıtım öncesinde 126 freelance gazeteciye uygulanmıştır. Katılımcılara kartopu yöntemi ile ulaşılmıştır. Çevrimiçi ortamda hazırlanan anket, Sakarya Gazeteciler Cemiyeti, Türkiye Gazeteciler Sendikası ve çeşitli ajanslar aracılığıyla temas kurulan kişilerin email adreslerine gönderilmiştir. Katılımcılarla telefon görüşmeleri yapılarak, onların da temas halinde oldukları diğer freelance gazetecilere anket linkini göndermeleri istenmiştir. Aynı zamanda gazetecilerden anket sorularının ve işlevselliğinin geçerliliği ve önemi üzerine değerlendirmelerde bulunmaları talep edilmiştir. Pilot çalışma ile “Medya Endüstrisinde (Freelance) Gazetecilerin İşgücü Piyasası” adlı anketin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Pilot çalışma sonrasında, anket aracının işlevselliğiyle ilgili alınan geribildirimler neticesinde son ankette iyileştirmeler yapılmıştır. Pilot çalışma sonrasında ücret, motivasyon, eğitim, çalışma saatleri ve iş bulma stratejilerine ilişkin çoktan seçmeli sorular likert tipi sorulara dönüştürülmüştür. Pilot uygulama sonucunda elde edilen veriler, freelance gazetecilerin çalışma koşullarına ilişkin bir öngörü elde edilmesini sağlayarak eksikler giderilmiş ve ankete son hali verilmiştir.

Soruların güncellenmesiyle birlikte ölçek güvenilirlik ve geçerlilik koşullarını sağlamıştır. Pilot uygulama yaklaşık iki ay sürmüştür.

- Elde Edilen Verilen Çözümlemesi

Araştırmada toplanan verilerin çözümlemesi amacıyla “SPSS 20.0” paket programı kullanılmıştır. Veri analizinde; frekans dağılımları incelenmiştir. Bazı farklı istatistik kümeleri arasındaki ilişkileri ortaya koymaya yönelik de çapraz tablolar kullanılmıştır.

- Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliliği

Bu çalışmada veri analizi, Bilgilendirilmiş Gömülü Teori (Thornberg, 2012) ve karma yöntem yaklaşımı kullanılarak tamamlanmıştır. Bilgilendirilmiş Gömülü Teori, verilerin elde edilme sürecini tanımlama ihtiyacından ortaya çıkan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, Türkiye’de freelance gazetecilerin ve bir bütün olarak haber endüstrisinin karşılaştığı sorunlara ilişkin temel bilgiler sağlayan veri toplama aşamasından önce literatür incelemesinin yapılmasını sağlamıştır. Bilgilendirilmiş Gömülü Teori, verileri, tümevarımcı bir yaklaşımla elde etmeyi ve elde edilen verileri eş zamanlı olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Yaklaşımına göre, teorilerin doğrulanması esas amaç değildir; verilerden hareketle teorinin keşfi esastır (Arık ve Arık, 2016:286). Bu, anketin ve röportajların veri toplama sağlamlılığını arttırmıştır. Anket ve görüşmeler yoluyla nitel ve nicel veriler aramak, araştırma projesine derinlik ve değer katan zengin bir veri kütlesi üretmiştir. Bilgilendirilmiş gömülü teorinin en önemli özelliklerinden biri verilerin toplanması ile analiz edilmesinin eş zamanlı olarak gerçekleştirilmesidir. Bunun anlamı, literatür taraması ve yapılan bir takım görüşmeler sonucunda elde edilen verilerle sahadan toplanan verilerin analiz edilmesi ve belirli kavramsallaştırmalar yapılmasıdır. Daha sonra, toplanan ilk veriler ve yapılan kavramsallaştırma sonucunda ikinci kez sahaya çıkılmakta ve toplanan bu ikinci veri seti ile ilk kez toplanan veriler bütünleştirilmektedir. Bu işlemler sürekli karşılıklı ilişki içerisinde sürdürülmektedir ve analiz sürecinde karşılaştırma ve bütünleştirme zorunlu olmaktadır. Kısaca veri toplamaya başlanıldığı anda analiz süreci de başlamaktadır(Neuman,2014:177).

Freelance gazetecilerin işgücü piyasası analizini ölçmek için hazırlanan anket ölçeğinin Cronbach's Alpha Değeri, 0,950 olarak bulunmuştur. Bu sonuç anketin çok iyi derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Freelance gazeteciler işgücü piyasasında benzer sorunlar yaşamaktadır. Özellikle freelance gazetecilerin ücret, iş güvenliği, sosyal güvenlik, kariyer gibi durumları freelance çalışmanın doğasından ötürü benzer nitelikler göstermektedir.

4.1.2.2 Nitel Veri Aşaması

Nitel veri aşamasında görüşme tekniği tercih edilmiştir. Freelance gazetecilerle yapılan anket çalışması sonrasında işgücü piyasası bileşenlerine yönelik derinlemesine analiz yapabilmek için uygulanabilecek en doğru tekniğin görüşme olduğuna karar verilmiştir.

Bu çerçevede araştırmanın ilk aşamasında katılımcıların görüş ve deneyimlerini ifade etme özgürlüğü veren yarı yapılandırılmış sorularla görüşmeler yapılmaktadır ve toplanan nitel veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak çözümlenmektedir. Nitel araştırma, bu projenin odak noktası olan freelance gazeteciliğine yönelik deneyimlerin araştırılması açısından verimli bir yol olarak görülmektedir (Yin, 2010:7). Görüşme, belirli bir soru grubuna bağlı olsa da, araştırmanın konusuyla ilgili daha derin bir anlayış kazanmayı ve kendiliğinden formüle edilmiş geçici soruları elde etmeyi de amaçlamaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, araştırmacıların ilgisini çekebilecek belirli temaları veya konuları elde etmek için tasarlanmaktadır ve katılımcıların, özellikle önemli veya kendileri için özel ilgi duydukları konular hakkında özgürce konuşmalarına izin vermektedir (Lin, 1976:137).

Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme soruları, önceden yapılan alanyazın taramaları sonucunda elde edilen verilere ve anket sonuçlarına dayanmaktadır. Sorular hazırlanırken özellikle IFJ, EFJ ve ILO tarafından yayımlanmış raporlardaki veriler önemli katkı sağlamıştır. Raporlarla birlikte alanyazındaki diğer çalışmalar incelenerek freelance gazetecilerin işgücü piyasası bileşenleri çerçevesinde yaşadığı zorluklar ve fırsatlar, Türkiye medya endüstrisi işgücü piyasası özelliklerine entegre edilerek derlenmiştir. Öte yandan, Gazetecilik ve Çalışma Ekonomisi alanlarında çalışan akademisyenlerin de görüşleri alınarak sorulara son şekli verilmiştir.

Görüşmelerde sorular önceden hazırlanmış olsa da, araştırmacı, görüşmenin seyrine göre farklı sorularla görüşmenin akışını etkileyebilmektedir. Böylece yanıtlayan kişinin soruları detaylı biçimde açıklaması sağlanmaktadır. Zaten bu tür röportajların amacı, bir kişinin yaşadığı deneyimden ve bakış açısından yola çıkarak derin bilgi elde etmektir (Johnson ve Rowlands, 2012:100). Ve analitik bir bakış açısıyla, katılımcıların verdikleri yoğun açıklamalardan desenler bulmaktır (Hesse-Biber Leavy, 2006: 119). Nitel yöntemler, yeni fikirlerin keşfedilmesini teşvik etmek ve ufku genişletmek ve doğru, ilginç ve test edilebilir teori üretmek için kullanılmaktadır (Eisenhardt ve Graebner, 2007:25). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, bazı kısıtlamaları da ortaya koymaktadır. Soruların çoğu açık uçlu olduğundan, görüşme yapılan kişilerin cevaplarını çoğu zaman doğru oran veya rakamlarla hesaplamak zordur. Bu nedenle, açık uçlu sorulara verilen birçok cevap, tezde alıntı olarak gösterilmiştir.

Araştırma konusuna genel bir bakış sağlamak ve ilgili bilgileri analiz etmek için öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Bu bilgiler hem anket hem de yarı yapılandırılmış görüşmeler için soruları formüle etmekte kullanılmıştır. Literatür taraması, aşağıda tablo haline getirilmiş konular hakkında bilgi toplamak için kullanılmıştır.

Yıldırım ve Şimşek (2013: 228) veri toplama sürecine başlamadan önce bir tema ve kod listesi çıkarmanın gerekliliğine işaret etmektedir. Bu çerçevede mevcut çalışmada, veri toplamak amacıyla kullanılan yarı-yapılandırılmış görüşme soruları oluşturulurken, freelance gazetecilerin işgücü piyasası durumlarına ilişkin temalar oluşturulmuştur. Tablo 26, önceden belirlenen temaları göstermektedir:

Tablo 26:
Araştırma Sorularının Oluşturulmasına Yönelik Sınıflandırma

	Literatür Taraması	Anket	Mülakatlar Freelance Gazeteciler
Medya Endüstrisini Analizi -Değişen Medya Ortamı -Finansal Gelişmeler -Teknolojik Gelişmeler -Gazetecilerin Değişen Rolü -Değişen İş Modelleri -Medyada Esnek Çalışma -Güvencesizlik ve İnsan -Onuruna Yakışır İş	X		
Freelance Gazetecilerin İşgücü Piyasası Analizi -Freelance Gazetecilik Statüsü -Ücret -Telif Hakları -Çalışma Saatleri -Freelance Gazetecilik Nitelikleri ve Eğitim -Portföy Kariyer -Sendikal Temsil ve Toplu Pazarlık -Sosyal Güvenlik Hakları -Motivasyon	X	X	X

- Görüşme Yapılacak Kişilerin Seçimi ve Görüşme Süreci

Araştırmanın nitel aşamasında görüşme yapılacak katılımcılar, amaçlı örnekleme yoluyla seçilmiştir. Amaçlı örnekleme, araştırmacının amacına en uygun bireyleri seçmesine olanak tanıyan, olasılıksız ve genellikle nitel araştırmalarda en sık kullanılan örnekleme yöntemlerinden biridir. Amaçlı örneklemlerde, araştırmacılar, katılımcıları, araştırmaları için en uygun özelliklerine göre belirlemektedir.

Örneğin, araştırmacı, katılımcıları, çalışılan konu ile ilgili önceki deneyimleri ya da bu konu hakkındaki bilgileri ya da sektördeki tecrübeleri nedeniyle seçebilmektedir (Başkale, 2016:26). Patton (2002: 46)'a göre nitel araştırmalar nicel araştırmalara göre daha az sayıda örneklem üzerinde gerçekleştirilmektedir. Çünkü bu tür çalışmalarda bir olay ya da olguyu derinlemesine anlayabilmek amaçlanmaktadır.

Derinlemesine yapılan çalışmalar için ise konu ile ilgili zengin bilgi elde edilebilecek kişilerin seçilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla araştırmanın temel amacına ilişkin konularda geniş çaplı bilgiye sahip olmayı amaç edinen araştırmacılar için amaçlı örnekleme doğru bir tercih olmaktadır (Patton, 2001:46).

Araştırmanın bu bölümünde görüşme yapılacak katılımcıların belirlenme sürecinin aşamaları aşağıda özetlenmiştir:

07/05/2018 tarihinde Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Türkiye Gazeteciler Sendikası ziyaret edilerek freelance gazetecilerin sayılarına ilişkin bilgi alınmıştır. Türkiye Gazeteciler Sendikası yetkilileri ile kurulan temas neticesinde 2017 yılında 200 freelance gazetecinin Uluslararası Basın Kartı almak için sendikaya başvuru yaptığı bilgisine ulaşılmıştır. Sendika yetkilileri, çeşitli sebeplerle gazetecilerin iletişim bilgilerini verme noktasında çekinceli davranmıştır. Fakat sürekli etkileşim halinde oldukları 18 freelance gazetecinin iletişim adresi araştırmacı ile paylaşılmıştır. Böylece görüşme sürecinin ilk katılımcılarına bu yolla ulaşılmıştır.

Sendika’dan alınan listedeki freelance gazetecilerin ortak özelliği herhangi bir ajans ya da basın organına bağımlı olarak alışmamalarıdır. Bu kişiler ürettikleri haberleri çeşitli müşterilere/ajanslara/basın organlarına satan gazetecilerden oluşmaktadır.

Bununla birlikte belirli ajans/ajanslarla hizmet sözleşmesi karşılığı çalışan; fakat kurum bünyesinde tam zamanlı ve sürekli olarak istihdam edilmeyen freelance gazeteciler de görüşmelere dahil edilmiştir. Bu kişilerle, çeşitli ajanslarla yapılan görüşmeler neticesinde temas kurulmuştur. Görüşme yapılan katılımcının, araştırmacıyı, temas halinde olduğu diğer kişilere yönlendirmesiyle zincirleme olarak diğer katılımcılara da ulaşılmıştır.

Listedeki katılımcılarla önce telefonla görüşme yapılarak randevu talep edilmiş ve ardından kararlaştırılan yer ve saatte katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Katılımcılara Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, alışma Ekonomisi Ana Bilim Dalı’nda yürütülen “Medya Endüstrisinde Serbest (Freelance) Gazetecilerin İşgücü Piyasası Analizi” konulu doktora tez çalışması dahilinde yapılacağı ve alınan bilgilerin yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacağı açıklanmıştır.

Aynı zamanda kimlik bilgileri ve verilen bilgilerin hiçbir kişi ve kurumla paylaşılmayacağı belirtilerek , katılımcılarının onayları alınarak ses kayıtları tutulmuştur. Freelance çalışanlar, isimlerinin yer almaması konusunda görüş beyan etmişlerdir. Sendika haricinde çeşitli sektörlerde çalışan freelance çalışanların bir araya geldikleri ve sorunlarını tartıştıkları çeşitli platformlar bulunmaktadır. Bu platformlardan biri de Dünyada Mekan topluluğudur. 9 Haziran 2018 tarihinde Dünyada Mekan platformu'nun organize ettiği bir etkinliğe katılım gerçekleştirilerek katılımcılardan freelance çalışanların sorunlarına ilişkin görüşler alınmıştır. Aynı zamanda etkinliğe katılan freelance gazeteciler ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerde katılımcılardan daha fazla bilgi alabilmek için daha önce yapılandırılmış soruların yer aldığı bir görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme formunun başında, araştırmayla ilgili bilgiler kısaca yer almıştır. Katılımcılara bilgilendirilmiş onam formu verilmiş ve imzalatılmış; aynı zamanda, katılımcıya dair kişisel bilgilerin gizli tutulacağına dair teminat verilmiştir. Ardından katılımcıya, önce kişisel bilgilerine ilişkin sonra da freelance gazetecilerin işgücü piyasası analizine dair açık uçlu sorular sorulmuştur ve katılımcıların bu konuya ilişkin deneyimleri ve görüşleri alınmıştır. Görüşme sırasında, veri kayıplarının yaşanmaması için katılımcının da onayı alınarak ses kayıt cihazı kullanılmış ve alınan notlar bu şekilde desteklenmiştir. Yapılan görüşmelerin ardından katılımcılara araştırmacı ve tez danışmanına ulaşabilecekleri mail adresleri ve telefonlarını içeren bilgiler verilmiştir.

Görüşme sırasında katılımcıya sorular sorulurken ve yanıtlar alınırken, yorum ve yönlendirme yapmamaya dikkat edilmiştir. Katılımcının soruyu anlayamadığı durumlarda konuyla ilgili örnekler vererek sorular daha detaylı açıklanmıştır. Katılımcıların konuşma sürelerine hiçbir biçimde müdahale edilmemiş ve konuyla bağlantılı; fakat soruların dışında açıklama yapmak isteyenlere fırsat verilmiştir. Bu şekilde konuya ilişkin yeni sorunlar tespit edilerek bunlarla ilgili sorular da çalışmaya dahil edilmiştir.

Toplam 15 freelance gazeteci ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeler yaklaşık 25-45 dakika arasında değişen sürelerde yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Katılımcı gazetecilerin 7'sinin ortak özelliği daha önce bir basın kuruluşunda tam zamanlı olarak çalışırken çeşitli nedenlerden dolayı işsiz kalmaları ve zorunlu olarak freelance çalışmaya yönelmeleridir. Geriye kalan 8 katılımcı ise bir basın kuruluşu ile ya da çeşitli ajans ya da basın kuruluşları için çalışan freelance gazetecilerden oluşmaktadır. Görüşme esnasında bazı katılımcılar kayıt cihazı kullanılmasına karşı çıkmıştır. Katılımcıları sembolize etmek için KG1, KG2, KG3 gibi sembollerden faydalanılmıştır. Kişisel görüşme, KG olarak sembolize edilmiştir. KG sembolünün yanında bulunan 1-15 arası rakamlar, görüşme yapılan freelance gazetecilerin sırasını sembolize etmek için kullanılmıştır.

- Elde Edilen Verilen Çözümlemesi

Çalışmada nitel veri analizi ise, ortaya çıkmış olduğu tarihsel bağlam içerisinde incelenmiştir. Nitel analiz sürecinde araştırmacı, görüşmeler sonucunda toplamış olduğu verilerden yola çıkarak bu veriler içerisinde saklı duran bilgiyi keşfetmeyi amaçlamaktadır. Araştırmacı görüşmelerden elde ettiği henüz işlenmemiş durumda bekleyen veri setini, araştırmanın amacına uygun olarak ayıklama, özetleme ve dönüştürme işlemlerinden geçirmiştir (Özdemir, 2010:329). Araştırmacı tarafından gerçekleştirilen 15 görüşmeyi analiz etmek için betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Veri setinin daha görsel hale gelmesini sağlamak için araştırma sorularından ve araştırmanın kavramsal çerçevesinden yola çıkılarak veri analizi için bir çerçeve oluşturulmuştur. Bu çerçeveye göre verilerin hangi temalar altında düzenleneceği ve sunulacağı belirlenmiştir. Her bir röportaj, birçok kez okunarak veriler daha önce saptanmış temalar altında alıntı olarak kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Görüşmelerin tamamlanmasının ardından yapılan her görüşme için bilgisayar ortamında bir dosya oluşturulmuş, ses kayıtları ve görüşmeye ilişkin alınan notlar bu dosyalara kaydedilmiştir. Verilerin kodlanması sürecinde görüşmeler öncesinde oluşturulan temalar dikkate alınarak kavramsal kodlamalar yapılmıştır. Daha sonra kavramlar arasındaki ortak noktalara dikkat edilerek tematik kodlamalar yapılmış ve temalar belirlenmiştir. Belirlenen temalar altındaki kodlar birbirleriyle ilişkili biçimde açıklanarak yorumlanmıştır. Katılımcıların konuya ilişkin özgün düşüncelerini ortaya koymak amacıyla da doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Araştırmanın nitel süreçlerinin geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanması açısından iç geçerlik (inandırıcılık), dış geçerlik (aktarılabilirlik), iç güvenilirlik (tutarlık) ve dış güvenilirlik (tekrar edilebilirlik) çalışmaları (LeCompte ve Goetz, 1982'den akt. Yıldırım ve Şimşek, 2013:289) yapılmıştır.

İç Geçerlik (İnandırıcılık): Araştırmanın iç geçerliğini artırmak amacıyla faydalanılan yöntemlerden biri araştırmcının görüşmecilerle uzun süreli etkileşim halinde olmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). İç geçerlilik koşulunu sağlayabilmek için görüşmecilerle sosyal ağlardan temasa geçilmiş ve etkileşim kurulmuştur. Görüşmeler esnasında görüşmecilerle uzun süre vakit geçirerek güven ortamı yaratılmaya çalışılmıştır. Görüşmeler sonrasında görüşmecilerle iletişimin sürekliliği sağlanmıştır.

Dış Geçerlik (Aktarılabilirlik): Araştırma sonuçlarının benzer ortamlara ve durumlara, deneyimler ve örnekler biçiminde genellenebilir olması durumudur. Dış geçerliliğin sağlanabilmesi için ayrıntılı betimleme ve amaçlı örnekleme yöntemlerinden faydalanılmıştır. Ayrıntılı betimlemede araştırmacı ham veriye yorum katmadan ve verinin doğasına mümkün olduğu ölçüde sadık kalarak aktarmaktadır. Bu amaçla çalışmada veri setinden doğrudan alıntılar kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Dış geçerliliğin sağlanması amacıyla amaçlı örnekleme yönteminden de faydalanılmıştır. Araştırmacı görüşmecilerin farklılaşmasına önem vererek veri kaynağının çeşitli özelliklerden sahip gazetecilerden oluşmasına hassasiyet göstermiştir.

İç Güvenirlik (Tutarlık): Araştırmanın iç güvenilirliğini artırmak amacıyla, verilerin analizi sırasında temalar oluşturulurken literatür taraması sonucunda oluşturulan kavramsal çerçeveden faydalanılmıştır.

Dış Güvenirlik (Tekrar Edilebilirlik): Nitel araştırmada dış güvenirliliğin sağlanması amacıyla alınacak önlemlerden biri veri toplama ve analiz yöntemleri ile ilgili ayrıntılı açıklamalara yer vermektir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu çerçevede, görüşmelerin gerçekleştiği ortam, ve görüşme yapılan gazeteciler detaylı bir biçimde tanımlanmıştır. Aynı zamanda görüşmelerin nasıl yapıldığı ve verilerin nasıl analiz edildiği açıklanmıştır.

4.2 Nicel Analiz ve Değerlendirme

300 freelance gazeteci ile yapılan anket çalışmasında örneklemin niteliğini ve geçerliliğini etkileyen en önemli sorulardan biri, katılımcıların kendilerini freelance bir gazeteci olarak tanımlayıp tanımlamadıklarını saptayan sorudur. Katılımcılara ilk olarak freelance gazeteci tanımı *“Freelance gazeteci; herhangi bir firma tarafından istihdam edilmeyip düzenli bir maaş karşılığı çalışmayan, olarak veya firmalarla anlaşarak haber fotoğrafçılığı, editörlük, yazarlık, muhabirlik, videografi veya bunların birleşimi gibi çeşitli gazetecilik faaliyetlerinden gelir elde eden kişidir”* şeklinde yapılarak katılımcıların kendilerini freelance gazeteci olarak tanımlayıp tanımlamadıkları sorulmuştur. Alınan yanıtlara göre “evet” yanıtını veren 300 kişi analize dahil edilmiştir. Hayır yanıtını işaretleyen katılımcılara sonraki sorular sorulmamış ve anket süreci sonlandırılmıştır.

4.2.1 Demografik Özellikler

Bu bölümde freelance gazetecilerin yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu ve medeni durumuna göre dağılımı analiz edilmiştir.

4.2.1.1 Yaş ve Cinsiyete Göre Freelance Gazetecilerin Dağılımı

Anket süreci, 300 katılımcı ile başarılı bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %48’i kadın ,%51,7’si ise erkektir.

Tablo 27:
Freelance Gazetecilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	F (Frekans)	% (Oran)
Kadın	144	48,0
Erkek	155	51,7
Toplam	299	99,7
Geçersiz	1	3
Toplam	300	100,0

Bu oranlar, freelance gazeteci olarak çalışan kadınların yaygınlığını vurgulayan daha önceki araştırmalarla bağlantılıdır. Massey, Elmore (2011: 675) geleneksel haber ortamlarındaki uzun çalışma saatlerini ve çalışma kültürünü, özellikle kadın olduklarından dolayı işverenlerinden daha az destek aldıklarını düşünen kadınlar için yaygın bir kariyer tercihi olarak görmektedir.

Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında örneklemin %52,3 'ü 26-35 aralığında yer almaktadır. Anketin yapıldığı dönemde sadece %5.3'ü 46 yaş ve üzerindedir.

Tablo 28:
Freelance Gazetecilerin Yaş Dağılımı (%)

Yaş	F (Frekans)	% (Oran)
15-25	42	14,0
26-35	157	52,3
36-45	82	27,3
46-55	16	5,3
56 ve 65	2	,7
66 ve üstü	1	,3
Toplam	300	100,0

Freelance gazetecilik özellikle daha gençler (18 ila 30 yaşları) arasında yaygın olarak görülmektedir. Yeni mezunlar, kısa sürede tam zamanlı çalışacakları bir iş bulamamakta ve freelance gazeteci olarak sektöre giriş yapmaktadırlar. Sektöre girmeye çalışan gençler, genellikle aylarca devam edebilecek ve nihai ücretli istihdamı garanti etmeyen, ücretsiz iş tecrübesi veya staj programlarının kullanılması yoluyla istismar edilme tehlikesi altındadır.

Gazetecilik alanında çok sayıda freelance gazetecinin olduğu ve çoğunun kolejden veya üniversiteden mezun olan genç ve tecrübesiz gazeteciler olduğu ileri sürülmektedir (Franklin 2005:89). Gençler, işverenler tarafından yoğun işyükü ile başa çıkabilmeleri ve saatlerce çalışabilmeleri gibi nedenlerle özellikle tercih edilmektedir. Çoğunlukla genç ve deneyimsiz bireyler, kendilerini medya işlerinde denemek ve deneyim kazanmak için kötü koşulları kabul etmektedir. Diğer yandan bazı freelance gazeteciler ise sektörde başarılı bir şekilde faaliyet göstermekte ve pozisyonlarının bağımsızlığından faydalanmaktadır. Bu grupta yer alanlar kendilerini girişimci olarak görmekte ve tam zamanlı çalışmanın olumsuzluklarından kurtulmak için gönüllü olarak freelance çalışmaktadır.

4.2.1.2 Eğitim ve Medeni Duruma Göre Freelance Gazetecilerin Dağılımı

Katılımcılardan, eğitim düzeyleri ve hangi alanda eğitim aldıklarına ilişkin ayrıntılı bilgi vermeleri istenmiştir.

Tablo 29’da gösterildiği gibi, katılımcıların çoğunluğu lisans derecesine sahiptir (%61,0). Bununla birlikte, %20,3’ü önlisans derecesine sahipken .%13,7’si liseden sonra eğitim hayatına devam etmemiştir.

Tablo 29:
Freelance Gazetecilerin Eğitim Durumu (%)

Eğitim Durumu	F (Frekans)	% Oran
İlköğretim	3	1,0
Lise	41	13,7
Ön lisans	61	20,3
Lisans	183	61,0
Yüksek lisans	10	3,3
Doktora	2	,7
Toplam	300	100,0

Katılımcıların %64’ü bekar statüsünde yer alırken %31 ‘i evlidir. Freelance çalışma, doğası gereği güvencesiz bir çalışma biçimi olması dolayısıyla evli statüsünde olanların freelance çalışmayı daha az tercih etmektedir. Özellikle bakmakla yükümlü olduğu kişilerin varlığı, freelance çalışmanın yarattığı olumsuz şartları daha da derinleştirmektedir.

Bakmakla yükümlü olduğunuz kişiler var mı sorusuna evli katılımcıların %70,65’i ‘evet’ yanıtını işaretlemiştir (Tablo 30).

Tablo 30:
Freelance Gazetecilerin Medeni Durumuna Göre Dağılımı

	F (Frekans)	% (Oran)
Evli	93	31,0
Bekâr	192	64,0
Dul/Boşanmış	15	5,0
Toplam	300	100,0

4.2.1.3 Hizmet Yılına Göre Freelance Gazetecilerin Dağılımı

Katılımcılardan, daha önce tam zamanlı bir işte gazeteci olarak çalışıp çalışmadıkları sorusu sorulmuştur.

Daha sonra ise ne kadar süredir freelance gazeteci olarak çalıştıkları sorusu yöneltilmiştir. Bu yaklaşım, katılımcıların baştan beri freelance gazeteci olup olmadıklarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu sorulara yönelik anket sonuçları sırasıyla Tablo 31 ve 32’de gösterilmiştir.

Tablo 31
Daha Önce Gazetecilik Alanında, Belirli Bir İş Sözleşmesine Bağlı Olarak;
Güvenceli, Tam Zamanlı Ve Sürekli Bir İşte Çalışma Durumu

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	126	42,0
Hayır	173	57,7
Toplam	299	99,7
Geçersiz	1	,3
Toplam	300	100,0

Anketin bu bölümünde, katılımcıların %42’sinin daha önce gazetecilik alanında, güvenceli ve tam zamanlı bir işte çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 32:
Freelance Gazetecilerin Hizmet Yılına Göre Dağılımı

Hizmet Yılı	F (Frekans)	% (Oran)
12 aydan kısa	41	13,7
1-5 yıl	209	69,7
5-10 yıl	28	9,3
10-15 yıl	14	4,7
15-20 yıl	6	2,0
20yıl ve üstü	2	,7
Toplam	300	100,0

Freelance gazetecilerin hizmet yılına göre dağılımına baktığımızda (Tablo 32), %69,7’sinin 1-5 yıl arasında çalışma süresine sahip oldukları görülmektedir. Ankete katılanların yarısından fazlası 1 yıl veya daha fazla freelance gazeteci olarak çalışmaktadır. Sektörde hizmet yılı 10 yıl veya daha fazla olan gazeteciler, ankete katılanların%6,7’sini oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş dağılımı göz önünde bulundurulduğunda, çalışma süresinin 1-5 yıl arasında yoğunlaşması doğal görülmektedir. Freelance gazetecilerin işgücü piyasasına yönelik analizinin yapıldığı

araştırmada, freelance gazeteci olarak çalışma süresinin 1 yıl ve üstü olması verilerin tutarlı olarak elde edilmesi açısından önemlidir.

4.2.2 İstihdam ve İşsizlik ve Durumları

Katılımcılara sorulan en önemli sorulardan biri freelance gazeteciliği asıl işi olarak görüp görmediğidir. Katılımcıların % 67,7 ‘si freelance gazeteciliği asıl işi olarak görürken, %32,3 ‘ü asıl işi olarak görmediğini belirtmiştir(Tablo 33).

Tablo 33:
Freelance Gazeteciliği Asıl İşiniz Olarak Görüyor musunuz? Sorusunun Dağılımı

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	203	67,7
Hayır	97	32,3
Toplam	300	100,0

Katılımcılara freelance gazeteci olarak yaptıkları işin ne olduğu sorulmuştur. Alınan yanıtlara göre örneklerin %22,3’ünü muhabirler oluşturmaktadır. Fotoğrafçıların oranı %20,7 olarak bulunmuştur. Onu %19,7 ile editörler takip etmektedir. (Tablo 34)

Tablo 34:
Freelance Gazeteci Olarak Yaptığınız İş Nedir?

	F (Frekans)	% (Oran)
Köşe Yazarlığı	47	15,7
Eleştirmenlik	22	7,3
Fotoğrafçılık	62	20,7
Editörlük	59	19,7
Muhabirlik	67	22,3
Karikatürist	15	5,0
Kameraman	20	6,7
Diğer...	8	2,7
Toplam	300	100,0

Katılımcıların %31,7 ‘sinin freelance gazetecilik yapmaya başlamadan önce tam zamanlı, güvenceli ve sürekli bir işte gazetecilik yaptığı görülmektedir. Katılımcıların %18’inin ise freelance gazeteciliğe başlamadan önce öğrenci olduğu, %16,7’sinin ise işsiz olduğu görülmektedir (Tablo 35).

Tablo 35:
Freelance Gazetecilik Yapmaya Başlamadan Önce Hangi İşi Yapıyordunuz?

	F (Frekans)	% (Oran)
Tam zamanlı, güvenceli ve sürekli bir işte gazetecilik yapıyordum.	95	31,7
Kısmi zamanlı bir işte gazetecilik yapıyordum.	39	13,0
Gazetecilik alanından farklı bir alanda çalışıyordum.	51	17,0
Öğrenciydim	54	18,0
İşsizdim.	50	16,7
Diğer.	11	3,7
Toplam	300	100,0

Katılımcıların %72'sinin freelance gazeteciliğe ek olarak hali hazırda yaptığı başka bir iş bulunmamaktadır. Katılımcıların %28'i ise freelance gazeteciliğe ek başka bir işte çalışmaktadır.

Tablo 36:
Freelance Gazeteciliğe Ek Olarak Hali Hazırda Yaptığınız Başka Bir İş Var Mı?

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	84	28,0
Hayır	216	72,0
Toplam	300	100,0

Katılımcıların %52'si freelance gazeteciliğe ek olarak kendi hesabına çalıştığını belirtmiştir. Kısmi zamanlı bir işte çalışanların oranı ise %17,85 olarak bulunmuştur. Tam zamanlı, güvenceli ve sürekli bir işte çalışıyorum diyenlerin oranı ise %8,33 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 37:
Freelance Gazeteciliğe Ek Olarak Çalıştığınız İstihdam Biçimini Tanımlayabilir misiniz?

	F (Frekans)	% (Oran)
Tam zamanlı, güvenceli ve sürekli bir işte çalışıyorum.	7	8,33
Kısmi zamanlı bir işte çalışıyorum.	15	17,85
Kendi hesabıma çalışıyorum.	52	61,88
Diğer	10	11,90
Toplam	84	100,0

Katılımcılara işsizlik durumunu ölçmek için son 4 hafta içinde başka bir iş arama girişiminde bulunup bulunmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların %81,3 ‘ünün ilgili soruya yanıtı hayır olmuştur. %18,7 ‘si ise freelance gazeteci olarak çalışırken son 4 hafta içinde başka bir iş arama girişiminde bulunduklarını belirtmiştir (Tablo 38). Freelance gazeteciler çeşitli ajanslar/kurumlar/müşteriler için çalışabilecekleri gibi tek bir müşteri /ajans/kurum için de çalışabilmektedir. Katılımcılara kim/kimler için çalıştıkları sorusu sorulmuştur. Katılımcıların %47’sinin ‘işlerinin çoğunda’ ‘çeşitli basın kuruluşu’ ile çalıştıkları görülmektedir. İşlerinin tümünde ‘tek bir basın kuruluşu ile’ çalışan freelance gazetecilerin oranı ise %13 olarak bulunmuştur.

Basın kuruluşları ile çalışan freelance gazetecilerin haricinde ‘işlerinin çoğunda’ ‘tek bir ajans için çalışan’ freelance gazeteciler de bulunmaktadır (%35,3). Bununla birlikte, işlerinin çoğunda hem basın kuruluşları hem de ajanslar için çalışan freelance gazetecilerin oranı ise %47,7 olarak bulunmuştur.

Tablo 38:
Freelance Gazeteci Olarak Çalışırken Son 4 Hafta İçinde Başka Bir İş Arama Girişiminde Bulundunuz mu?

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	56	18,7
Hayır	244	81,3
Toplam	300	100,0

Katılımcılara başka bir iş bulmanız halinde freelance gazeteciliği bırakıp tam zamanlı ve sürekli bir işte çalışır mısınız sorusu sorulmuştur. Katılımcıların %73’ü ilgili soruya hayır yanıtını vermiştir. %27’si ise freelance gazeteciliği bırakıp tam zamanlı ve sürekli bir işte çalışmayı tercih edeceklerini belirtmiştir (Tablo 39).

Tablo 39:
Başka Bir İş Bulmanız Halinde Freelance Gazeteciliği Bırakıp Tam Zamanlı ve Sürekli Bir İşte Çalışır mısınız?

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	81	27,0
Hayır	219	73,0
Toplam	300	100,0

Freelance gazetecilerin %70,7'si freelance gazeteciliğin sahip olduğu niteliklere uygun yeterlilikte olduğunu düşünmektedir. %29,3 'ü ise ilgili soruya hayır yanıtını vermiştir.

Tablo 40:
Freelance Gazeteciliğin Sahip Olduğunuz Niteliklerinize Uygun Yeterlilikte Bir İş Olduğunu Düşünüyor musunuz?

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	212	70,7
Hayır	88	29,3
Toplam	300	100,0

4.2.3 Freelance Gazetecilerin Ücret Durumu

Tablo 41'de gösterildiği gibi, freelance gazetecilerin yıllık elde ettiği gelir, yoğun olarak 20.000 ila 35.000 TL arasındadır (%44,3). Bu grubun %22,3 'ü ise yıllık elde ettikleri gelirlerinin %50 ila %70 'lik kısmını freelance gazetecilikten kazanmaktadır. Ankete katılanların yarıdan fazlası (%71,3), yıllık 35.000 TL'den daha az kazandığını belirtmiştir. Toplam katılımcıların sadece %23,6'sının yıllık gelirlerinin %75'ten fazlasını freelance gazetecilikten elde ettiği görülmektedir. Freelance gazetecilerin hastalık izni, tatil ücreti ya da emeklilik tazminatı gibi haklara sahip olmaması genel ücret oranlarının düşmesine neden olmaktadır.

Tablo 41:
Freelance Gazetecilerin Yıllık Gelir Durumu ve Yıllık Gelirin Freelance Çalışma Payı

Yıllık ortalama geliriniz nedir?	Bu gelirin yüzde kaç Freelance gazetecilik faaliyetlerinden elde edilmektedir?				Toplam
	%10- %25	%25- %50	%50- %75	%75'den fazla	
20000 TL'den az	35	23	13	10	81
	11,7%	7,7%	4,3%	3,3%	27,0%
20000-35000 TL	10	26	67	30	133
	3,3%	8,7%	22,3%	10,0%	44,3%
35000-50000 TL	10	12	21	18	61
	3,3%	4,0%	7,0%	6,0%	20,3%
50000-65000TL	7	6	3	3	19
	2,3%	2,0%	1,0%	1,0%	6,3%
65000TL üstü	4	0	1	1	6
	1,3%	,0%	,3%	,3%	2,0%
Toplam	66	67	105	62	300
	22,0%	22,3%	35,0%	20,7%	100,0%

Freelance gazeteciler özellikle, ücret oranlarının pratikte uzun yıllardır sabit kaldığından ya da düşme eğiliminde olduğundan şikayet etmektedir.

Ekonomik açıdan bakıldığında, gazetecilere, ortalama gazeteciden daha düşük bir ücret ödenmekte ve bir çoğunun asgari ücretin bile altında olduğu görülmektedir (Nies ve Pedersini, 2003). Avrupa Gazeteciler Federasyonu tarafından yayımlanan raporda (2012), Fransız freelance gazetecilerin, sendikalarına, 2012 yılında kazandıkları ücretin 12 yıl önce kazandıkları ücretten daha az olduğunu bildirdikleri görülmektedir(Herman, 2012:71). Freelance gazetecilerin tek sorunu ücretlerin düşüklüğü değildir, aynı zamanda yaptıkları işin karşılığında ücretlerini zamanında alamamalarıdır.

Tablo 42:
“Freelance Gazeteci Olarak Ücretimi Belirlenen Tarihte Alabiliyorum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	41	13,7
Sıklıkla	152	50,7
Bazen	71	23,7
Nadiren	21	7,0
Hiç bir zaman	15	5,0
Toplam	300	100,0

Katılımcıların %50,7 ‘sinin ücretimi ‘sıklıkla’ belirlenen tarihte alabiliyorum şeklinde işaretledikleri görülmektedir. %23,7’si ise ücretlerini ‘bazen’ belirlenen tarihte alabilmektedir. Ankete katılanların çoğu bir ya da birden fazla ajans için çalışan; ve fakat tam zamanlı, güvenceli pozisyonda yer almayan gazeteci grubundan oluşmaktadır. Dolayısıyla bunların, ürettikleri haber karşılığında ücretlerini belirlenen tarihte almaları beklenen bir durumu yansıtmaktadır.

4.2.4 Freelance Gazetecilerin İş Bulma Stratejileri ve Sözleşme Biçimleri

Bu bölümde freelance gazetecilerin iş bulma stratejileri ve hakkında bilgi verilmektedir.

4.2.4.1 İş Bulma Stratejileri

Anketin bu bölümünde katılımcılara son 12 ayda iş bulma konusunda hangi stratejilere başvurduklarına yönelik soru sorulmuştur.

Soruda, ‘her zaman’, ‘sıklıkla’, ‘bazen’, ‘nadiren’ ve ‘hiçbir zaman’ arasında değişen 5’li likert ölçeği kullanılarak gazetecilerin hangi yollarla iş bulduklarına ilişkin verilere ulaşılmıştır.

Bu amaçla katılımcılardan ‘çevremden aldığım duyumlar (aktif ağ değil) doğrultusunda iş buldum’, ‘tavsiye üzerine (meslek otoriteleri, meslek örgütleri, aile, arkadaşlar, akademisyenler... vd) iş buldum’, ‘online ağ üzerinden (örneğin sektörel ağlar, platformlar) bağlantılar kurarak iş buldum’, ‘profilimi sosyal medya yoluyla tanıtarak iş buldum’, ‘daha önceki ücretli iş deneyimlerimden faydalanarak iş buldum’, ‘sektördeki bağlantılar (örneğin mesleki etkinlikler) yoluyla iş buldum’, ‘yazılarımı blog yoluyla sergileyerek iş buldum’, ‘stajda tanıştığım kişiler yoluyla iş buldum’, ‘online ağ üzerinden örneğin sektörel ağlar, platformlar) iş buldum’ ifadeleri sıklık derecelerine göre işaretlemeleri istenmiştir.

Katılımcıların %37,7 ‘si “sıklıkla” çevremden aldığım duyumlar doğrultusunda iş buldum yargısını işaretlerken, %8’si “nadiren” çevresinden aldığı duyumlar doğrultusunda iş bulduğunu belirtmiştir (Tablo 43)

Tablo 43:
“Freelance Gazeteci Olarak Çevremden Aldığım Duyumlar (Aktif Ağ Değil) Doğrultusunda İş Buldum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	53	17,7
Sıklıkla	113	37,7
Bazen	96	32,0
Nadiren	24	8,0
Hiçbir zaman	14	4,7
Toplam	300	100,0

Freelance gazetecilerin online ağlar üzerinden bağlantılar kurarak da iş bulduğu görülmektedir. Katılımcıların %36,3 ‘ünün sıklıkla, %34,7 ‘sinin de bazen online ağlar üzerinden bağlantılar kurarak iş buldukları tespit edilmiştir (Tablo 44).

Tablo 44:
Freelance Gazeteci Olarak Online Ağ Üzerinden (Örneğin Sektörel Ağlar, Platformlar) Bağlantılar Kurarak İş Buldum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	34	11,3
Sıklıkla	109	36,3
Bazen	104	34,7
Nadiren	28	9,3
Hiçbir zaman	25	8,3
Toplam	300	100,0

Freelance gazeteciler sektörde etkileşim halinde oldukları kişilerin tavsiyeleri doğrultusunda da iş bulabilmektedir. Bu konuda meslek örgütlerinin, meslek otoritelerinin ve arkadaşlarının etkisi büyük olmaktadır. Katılımcıların %41,3’ünün sıklıkla etkileşim halinde olduğu kişilerin tavsiyesi üzerine iş bulduğunu belirtmiştir (Tablo 45).

Tablo 45:
“Freelance Gazeteci Olarak Tavsiye Üzerine (Meslek Otoriteleri, Meslek Örgütleri, Aile, Arkadaşlar, Akademisyenler. vd) İş Buldum.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	58	19,3
Sıklıkla	124	41,3
Bazen	82	27,3
Nadiren	23	7,7
Hiçbir zaman	13	4,3
Toplam	300	100,0

Freelance gazeteciler, bağımsız olarak çalıştıkları için sektörde kendilerini tanıtmaları gerekmektedir. Freelance gazetecilerin kendilerini tanıtmaya yollarından biri de sosyal medya olmaktadır. Bazen profilini sosyal medya yoluyla tanıtarak iş bulduğunu belirten freelance gazetecilerin oranı %37 olarak bulunmuştur. Sıklıkla bu yolla iş bulduklarını belirten katılımcıların oranı ise %27,7’dir. Hiç bir zaman bu yola başvurmadığını belirtenlerin oranı ise %10,7 olarak tespit edilmiştir (Tablo 46).

Tablo 46:
Freelance Gazeteci Olarak Profilimi Sosyal Medya Yoluyla Tanıtarak İş
Buldum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	27	9,0
Sıklıkla	83	27,7
Bazen	111	37,0
Nadiren	47	15,7
Hiçbir zaman	32	10,7
Toplam	300	100,0

Sıklıkla daha önceki iş deneyimlerinden faydalanarak iş bulanların oranı %39,7 olarak tespit edilmiştir. Her zaman bu yolla iş bulanların oranı ise %13,7’dir. Katılımcıların %27,3 ‘ü bazen bu yolla iş bulduğunu belirtmiştir (Tablo 47).

Tablo 47:
"Freelance Gazeteci Olarak Daha Önceki Ücretli İş Deneyimlerimden
Faydalanarak İş Buldum.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	41	13,7
Sıklıkla	119	39,7
Bazen	82	27,3
Nadiren	27	9,0
Hiçbir zaman	31	10,3
Toplam	300	100,0

Sıklıkla sektördeki bağlantılar yoluyla iş bulduğunu belirten katılımcıların oranı % 34,7 olarak bulunurken, bazen bu yolla iş bulduğunu belirten katılımcıların oranı %35,3 olarak tespit edilmiştir. Nadiren bu yolu tercih edenlerin oranı ise %12,3 bulunmuştur (Tablo 48).

Tablo 48
“Freelance Gazeteci Olarak Sektördeki Bağlantılar (Örneğin Mesleki Etkinlikler) Yoluyla İş buldum.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	30	10,0
Sıklıkla	104	34,7
Bazen	106	35,3
Nadiren	37	12,3
Hiçbir zaman	23	7,7
Toplam	300	100,0

Freelance gazetecilerin bir kısmı yazılarını blog üzerinden sergileyerek iş bulmaktadır. Bu yolla nadiren iş bulanların oranı %23,7 olarak tespit edilmiştir. Sıklıkla bu yolla iş bulduklarını belirten katılımcıların oranı ise %25,7’dir (Tablo 49).

Tablo 49:
“Freelance Gazeteci Olarak Yazılarımı Blog Yoluyla Sergileyerek İş Buldum.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	19	6,3
Sıklıkla	77	25,7
Bazen	95	31,7
Nadiren	71	23,7
Hiçbir zaman	38	12,7
Toplam	300	100,0

Freelance gazeteciler, staj yaptıkları dönemde tanıştıkları kişiler yoluyla da iş bulabilmektedir. Fakat, bu yolla iş bulanların oranı diğer seçeneklere kıyasla daha düşüktür. Bu yargıya sıklıkla katılanların oranı %20,3 iken, nadiren seçeneğini işaretleyenlerin oranı % 33,3 olarak bulunmuştur (Tablo 50)

Tablo 50:
“Freelance Gazeteci Olarak Stajda Tanıştığım Kişiler Yoluyla İş Buldum”
Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Her zaman	20	6,7
Sıklıkla	61	20,3
Bazen	63	21,0
Nadiren	100	33,3
Hiçbir zaman	56	18,7
Toplam	300	100,0

Analiz sonuçları değerlendirildiğinde iş bulma stratejileri arasında sıklıkla (%41,3) meslek otoriteleri ya da meslek örgütleri tarafından yapılan tavsiyeler yer almaktadır. Aynı zamanda iş bulma konusunda sosyal ağların da sıklıkla (%37,7) kullanıldığı görülmektedir. Sonuç olarak, freelance gazetecilerin iş bulmak için en fazla kullandıkları yöntemlerin sosyal ağlar ve sektördeki bağlantıları olduğu görülmektedir.

4.2.4.2 Sözleşme Biçimleri

Katılımcıların iş yaptıkları kişi ya da kurumlarla hangi aralıklarla yazılı, sözlü ya da avans karşılığı çalıştıklarını tespit etmeye yönelik ‘işlerimin tümünde’, ‘işlerimin çoğunda’, ‘ne çoğunda ne azında’, ‘işlerimin azında’, hiçbir işimde’ şeklinde oluşturulan 5’li likert tipi soru sorulmuştur.

Analiz sonucuna göre katılımcıların % 31,3 ‘ü, ‘işlerinin tümünde’ yazılı bir anlaşma karşılığında iş yapmaktadır (Tablo 51).

Tablo 51:
“Freelance Gazeteci Olarak İş Anlaşmam Yazılı Şekildedir” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
İşlerimin tümünde	94	31,3
İşlerimin çoğunda	86	28,7
Ne çoğunda ne azında	54	18,0
İşlerimin azında	25	8,3
Hiçbir işimde	41	13,7
Toplam	300	100,0

Katılımcıların %38’inin ise ‘hiçbir işinde’ sözlü olarak anlaşma yapmadığı görülmektedir (Tablo 52).

Tablo 52:
“Freelance Gazeteci Olarak İş Anlaşmam Sözlü Şekildedir” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
İşlerimin tümünde	25	8,3
İşlerimin çoğunda	70	23,3
Ne çoğunda ne azında	61	20,3
İşlerimin azında	30	10,0
Hiçbir işimde	114	38,0
Toplam	300	100,0

4.2.5 Freelance Çalışma Motivasyonları

Bu bölümde katılımcılara freelance çalışma nedenlerine ilişkin “kesinlikle katılıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” aralığında oluşturulan 5’li likert tipi soru sorulmuştur. Sorudaki yargılar “ek gelir elde etmeme olarak sağladığı için freelance gazetecilik yapıyorum”, çalışma saatleri konusunda daha fazla esneklik sunduğu için freelance gazetecilik yapıyorum”, “kurumsal gazetecilikteki düşünce ve ifade özgürlüğüne yönelik baskılardan kurtulmak için freelance gazetecilik yapıyorum”, “çalışma hayatıyla ilgili daha fazla özerklik ve özgürlük sağladığı için freelance gazetecilik yapıyorum”,

“kurumsal gazetecilikteki bürokratik sorumluluklar beni freelance gazeteci olmaya yönlendirdi”, ”gazetecilik alanından gelmeyen yöneticiler ile fikir uyuşmazlığı yaşadığım için freelance gazetecilik yapıyorum”, “girişimci ruha sahip olduğum için freelance gazetecilik yapıyorum”, “gazetecilik alanında kendi niteliklerime göre iş bulamadığım ve farklı bir sektörde çalışmak istemediğim için freelance gazetecilik yapıyorum.”, ” işsiz kalmam dolayısıyla zorunlu olarak freelance gazetecilik yapıyorum” şeklinde oluşturulmuştur.

Ankete katılanların yarısından fazlası, çalışma saatleri konusunda daha fazla esneklik sunduğu için freelance çalıştığını belirtmiştir. Bu yargıya katılımcıların %53’ü ‘katılıyorum’ şeklinde işaretlerken, %23,7’si kesinlikle katıldığını belirtmiştir(Tablo 53).

Tablo 53:
“Çalışma Aatleri Konusunda Daha Fazla Esneklik Sunduğu İçin Freelance Gazeteciliği Seçtim” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	71	23,7
Katılıyorum	159	53,0
Kararsızım	41	13,7
Katılmıyorum	17	5,7
Kesinlikle katılmıyorum	12	4,0
Toplam	300	100,0

“Düşünce ve ifade özgürlüğüne yönelik baskılardan kurtulmak için freelance gazeteciliği seçtim” yargısına ‘katılıyorum‘ diyenlerin oranı ise %37,7 olarak tespit edilmiştir. Bunların %15 ‘i ilgili yargı için kesinlikle katılıyorum seçeneğini işaretlemiştir (Tablo 54).

Tablo 54:
“Düşünce ve İfade Özgürlüğüne Yönelik Baskılardan Kurtulmak İçin Freelance Gazeteciliği Seçtim” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	45	15,0
Katılıyorum	113	37,7
Kararsızım	71	23,7
Katılmıyorum	61	20,3
Kesinlikle katılmıyorum	10	3,3
Toplam	300	100,0

Katılımcıların yine yarısından fazlası daha fazla özgürlük ve özerklik sağladığı için freelance gazetecilik yaptığını belirtmiştir. Bunların % 19,7’si ilgili yargı için kesinlikle katılıyorum seçeneğini işaretlemiştir (Tablo 55).

Tablo 55:
“Daha Fazla Özerklik ve Özgürlük Sağladığı İçin Freelance Gazetecilik Yapıyorum.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	59	19,7
Katılıyorum	139	46,3
Kararsızım	65	21,7
Katılmıyorum	30	10,0
Kesinlikle katılmıyorum	7	2,3
Toplam	300	100,0

“Kurumsal gazetecilikteki bürokratik sorumluluklardan kurtulmak için freelance gazeteciliğe yöneldim” yargısına katılıyorum diyenlerin oranı ise %34,7’dir. Fakat burada dikkat çeken bir diğer husus bu yargıya katılmayanların oranının da azımsanmayacak kadar fazla oluşudur. İlgili yargıya katılmayanların oranı %28,3 olarak bulunmuştur (Tablo 56).

Tablo 56:
“Kurumsal Gazetecilikteki Bürokratik Sorumluluklar Beni Freelance Gazeteci Olmaya Yönlendirdi” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	31	10,3
Katılıyorum	104	34,7
Kararsızım	58	19,3
Katılmıyorum	85	28,3
Kesinlikle katılmıyorum	22	7,3
Toplam	300	100,0

Gazetecilik alanından gelmeyen yöneticiler ile fikir uyuşmazlığı yaşadığı için freelance gazetecilik yapan katılımcıların oranına bakıldığında dengeli bir dağılım olduğu görülmektedir. Katılımcıların %30,3 ‘ü bu yargıya katıldığını ifade etmektedir. % 11,7 ‘si ise kesinlikle katılmaktadır (Tablo 57).

Tablo 57:
“Gazetecilik Alanından Gelmeyen Yöneticiler ile Fikir Uyuşmazlığı Yaşadığım İçin Freelance Gazetecilik Yapıyorum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	35	11,7
Katılıyorum	91	30,3
Kararsızım	77	25,7
Katılmıyorum	82	27,3
Kesinlikle katılmıyorum	15	5,0
Toplam	300	100,0

Girişimci özelliklere sahip olan gazeteciler için freelance çalışma bir alternatif olarak görülmektedir. Katılımcılara sorulan bu sorudaki “girişimcilik (fırsatları görüp paraya çevirebilme) özelliğine sahip olduğum için (freelance) gazetecilik yapıyorum” yargısına katılıyorum diyenlerin oranı % 46,0 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların %15’i ise bu yargıya kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Bu oran, gazetecilerin çoğunluğu için freelance çalışma kararının gönüllü bir seçim olduğunu göstermektedir (Tablo 58).

Tablo 58:
“Girişimcilik (Fırsatları Görüp Paraya Çevirebilme) Özelliğine Sahip Olduğum İçin Freelance Gazetecilik Yapıyorum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	45	15,0
Katılıyorum	138	46,0
Kararsızım	69	23,0
Katılmıyorum	31	10,3
Kesinlikle katılmıyorum	17	5,7
Toplam	300	100,0

Katılımcılardan “gazetecilik alanında kendi niteliklerime göre iş bulamadığım ve farklı bir sektörde çalışmak istemediğim için freelance gazetecilik yapıyorum” yargısına katılıyorum diyenlerin oranı %36,3 olarak bulunmuştur. Katılımcıların %11,3 ‘ü ilgili yargıya kesinlikle katıldığını belirtmiştir(Tablo 59).

Tablo 59:
Gazetecilik Alanında Kendi Niteliklerime Göre İş Bulamadığım ve Farklı Bir Sektörde Çalışmak İstemediğim İçin Freelance Gazetecilik Yapıyorum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	34	11,3
Katılıyorum	109	36,3
Kararsızım	55	18,3
Katılmıyorum	80	26,7
Kesinlikle katılmıyorum	22	7,3
Toplam	300	100,0

Sonuç olarak, anket, freelance gazeteci olarak çalışmanın baskın nedenleri olarak yaşam tarzı seçimleri ve kariyer memnuniyetinin bir bileşimi olduğunu ortaya koymuştur.

4.2.6 Çalışma Süreleri

Katılımcıların çalışma süreleri ile ilgili soruya verdikleri yanıtlar, freelance gazetecilerin haftada ortalama 35 saat çalıştığını göstermektedir. Fakat freelance gazetecilerin çoğu, düzenli çalışma saatlerine sahip değildir. İş aldıkları dönemde uzun çalışma saatlerine sahip olmalarına rağmen, iş alamadıkları zamanlarda çalışmamakta ya da farklı işler yapmaktadır.

Tablo 60:
Freelance Gazetecilerin Çalışma Saatleri

	F (Frekans)	% (Oran)
1-8 saat	40	13,3
8-16 saat	45	15,0
16-24 saat	84	28,0
24-32 saat	92	30,7
2-40 saat	28	9,3
40-48 saat	6	2,0
48 saat ve üstü	5	1,7
Toplam	300	100,0

Dolayısıyla bazı dönemlerde freelance gazetecilerin çalışma saatleri uzun olmakta ve hatta gece çalışması da yapmaktadırlar. Ankette gece çalışması yapıyor musunuz? sorusuna katılımcıların %48,3'ü evet yanıtını verirken, %51,7'si hayır yanıtını vermiştir

Tablo 61:
Freelance Gazeteci Olarak Gece Çalışması Da Yapıyor Musunuz? Sorusuna Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	145	48,3
Hayır	155	51,7
Toplam	300	100,0

4.2.7 Örgütlenme ve Toplu Pazarlık

Freelance gazetecilerin en önemli sorunlarından birisi sendikal temsilden yoksunluktur. Ülkemizde freelance gazetecilerin sendikalara üye olması hususunda yasal engeller mevcuttur. Fakat gazetecinin telifli çalıştığını ispatlayarak Çalışma Bakanlığı'na başvurusu ile freelance gazetecilerin sendikalara üye olabilmesi olanaklı hale gelmektedir. Böylelikle freelance gazeteciler, toplu pazarlık haklarından faydalanamıyor olsalar da mesleğin zorluklarına karşı kollektif bir mücadele verme imkanı elde etmektedirler.

Ankette sendikalara bir sendikaya üye olup olmadıklarına ilişkin bir soru sorulmuştur. Katılımcıların %97,7'si bu soruya “hayır” yanıtını vermiştir.

Tablo 62:
Freelance Gazetecilerin Sendikaya Üyelik Durumu

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	7	2,3
Hayır	293	97,7
Toplam	300	100,0

4.2.8 Freelance Gazetecilerin Sahip Olması Gereken Nitelikler ve Kariyer Yönetimi

Bir meslek olarak gazetecilik, her yönüyle derin bir değişime uğramaktadır. Bugün gazetecilerin, klasik yeteneklerin çok ötesine geçen becerilere ihtiyaçları vardır. Eski hiyerarşik yapılar ve iş olanakları ile eski, doğrusal kariyer adımları ve para kazanma yolları, yeni işler, yeni kariyer, yeni teknolojiler ve yeni gelir akışları tarafından kesintiye uğramaktadır (Bathke, 2014:1).

Bu bölüm için öncelikle katılımcılara freelance gazetecilikteki kariyer hedeflerine ilişkin “kesinlikle katılıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” aralığında oluşturulan 5’li likert tipi soru sorulmuştur. İlgili bölümdeki yargılar “freelance gazeteciliği sektöre giriş için ilk adım olarak görüyorum”, “freelance gazetecilik, portföyümü arttırma imkânı sunmaktadır”, “freelance gazetecilik, emeklilik sonrasında gazeteciliğe devam etme imkânı sağlamaktadır”, “freelance gazetecilik, işi öğrenme ve tecrübe etme fırsatı sağlamaktadır” şeklinde oluşturulmuştur.

Katılımcıların %56,0’sı “freelance gazetecilik, portföyümü arttırma imkanı sunmaktadır” yargısına ‘katılıyorum’ yanıtını verirken, %16’si ‘kesinlikle katılıyorum’ seçeneğini işaretlemiştir (Tablo 63).

Tablo 63:
“Freelance Gazetecilik, Portföyümü Arttırma İmkânı Sunmaktadır.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	50	16,7
Katılıyorum	168	56,0
Kararsızım	53	17,7
Katılmıyorum	18	6,0
Kesinlikle katılmıyorum	11	3,7
Toplam	300	100,0

“Freelance gazetecilik, emeklilik sonrasında da gazeteciliğe devam etme imkânı sağlamaktadır” yargısına ‘kesinlikle katılıyorum’ yanıtını işaretleyenlerin oranı %25,7’dir. Katılımcıların %44,7’si ise ‘katılıyorum’ seçeneğini işaretlemiştir. Kararsızların oranı ise %20,7 olarak tespit edilmiştir (Tablo 64).

Tablo 64
“Freelance Gazetecilik, Emeklilik Sonrasında Gazeteciliğe Devam Etme İmkânı Sağlamaktadır.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	77	25,7
Katılıyorum	134	44,7
Kararsızım	62	20,7
Katılmıyorum	19	6,3
Kesinlikle katılmıyorum	8	2,7
Toplam	300	100,0

“Freelance gazetecilik, işi öğrenme ve tecrübe etme fırsatı sağlamaktadır. “ yargısına ‘kesinlikle katılıyorum’ diyenlerin oranı ise %31,3 olarak bulunmuştur. “katılıyorum” diyenlerin oran ise 41,7 olarak bulunmuştur (Tablo 65).

Tablo 65:
“Freelance Gazetecilik, İşi Öğrenme Ve Tecrübe Etme Fırsatı Sağlamaktadır. “
Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	94	31,3
Katılıyorum	125	41,7
Kararsızım	54	18,0
Katılmıyorum	20	6,7
Kesinlikle katılmıyorum	7	2,3
Toplam	300	100,0

Bu bölümde, “freelance gazetecilerin etkili bir kariyer yönetimi için sahip olmaları gereken niteliklerin neler olduğu” sorusu sorulmuştur. Sorudaki yargılar arasında “freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için etkin sosyal medya kullanımına sahip olunmalıdır”, “freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için Web ve mobil için içerik geliştirme yeteneklerine sahip olunmalıdır”, “freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için hem metin yazarlığı, hem videografi, hem de fotoğraf çekebilme konusunda nitelikli olunmalıdır”, “freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için girişimci ruha sahip olunmalıdır.”, “freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için internetteki arama kanallarını (Google vs) etkin kullanabilme becerilerine sahip olunmalıdır”, “freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için etkin iletişim becerilerine sahip olunmalıdır”, “freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için pazarlama becerisine sahip olunmalıdır”, “freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için yaratıcı düşünme ve bunu haber içeriğine dönüştürme becerisine sahip olunmalıdır” şeklinde oluşturulmuştur.

Katılımcıların oluşturulan yargılara benzer oranlarda yanıtlar verdiği görülmektedir. Şüphesiz sektördeki değişiklikler, freelance gazetecileri etkilemektedir. Eskiden bir fotoğrafçıyla birlikte çalışan gazetecilerden, artık ürettikleri içeriğe eşlik edecek fotoğrafları da kendilerinin çekmeleri beklenmektedir. Soruda oluşturulan etkili bir kariyer yönetimi için hem metin yazarlığı, hem videografi hem de fotoğraf çekebilme konusunda nitelikli olunmalıdır” yargısına “katılıyorum” diyenlerin oranı %45,3 olarak tespit edilmiştir.

“Kesinlikle katılıyorum” yanıtını verenlerin oranı ise %25,0 olarak bulunmuştur (Tablo 66).

Tablo 66:
Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Hem Metin Yazarlığı, Hem Videografi, Hem De Fotoğraf Çekebilme Konusunda Nitelikli Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	75	25,0
Katılıyorum	136	45,3
Kararsızım	63	21,0
Katılmıyorum	21	7,0
Kesinlikle katılmıyorum	5	1,7
Toplam	300	100,0

Freelance gazeteciler, sosyal medya yoluyla profillerini tanıtarak daha fazla kişiye ulaşmakta ve ürettikleri içerikleri okuyucularla paylaşmaktadır. Bu nedenle, freelance gazetecilerin etkili bir kariyer yönetimi için sosyal medyayı aktif olarak kullanma becerilerine sahip olmaları elzem hale gelmiştir. Freelance gazetecilerin etkili bir kariyer yönetimi için sosyal medya kullanımını etkin bir biçimde gerçekleştirmeleri gerekir yargısına katılanların oranı %49,3 olarak bulunmuştur. Kesinlikle katılanların oranı ise %24,7’dir (Tablo 67).

Tablo 67:
“Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Etkin Sosyal Medya Kullanımına Sahip Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	74	24,7
Katılıyorum	148	49,3
Kararsızım	59	19,7
Katılmıyorum	14	4,7
Kesinlikle katılmıyorum	5	1,7
Toplam	300	100,0

Freelance gazetecilerin sosyal ağları etkin olarak kullanabilme becerisine sahip olmalarının yanı sıra web ve mobil için içerik geliştirme yeteneklerine de sahip olması gerekmektedir.

Katılımcıların %47'si bu görüşe katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı ise %24,3 olarak tespit edilmiştir (Tablo 68).

Tablo 68:
“Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Web Ve Mobil İçin İçerik Geliştirme Yeteneklerine Sahip Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	73	24,3
Katılıyorum	141	47,0
Kararsızım	53	17,7
Katılmıyorum	25	8,3
Kesinlikle katılmıyorum	8	2,7
Toplam	300	100,0

Gazetecilik ve girişimcilik, günümüzde birbiriyle bağlantılı hale gelmektedir. Özellikle internet ortamında girişimciliği bir yaşam biçimi olarak gören freelance gazeteciler, dijital medya alanında yeni girişim fikirlerine sahip olmaktadır. Freelance gazeteciler, ürettikleri haber içeriğini daha fazla kitleye ulaştırabilmek ve daha fazla müşteri ile bağlantı kurabilmek için girişimci eylemlerde bulunmak zorundadırlar. Çünkü freelance gazetecilikte sadece haberin üretilmesi değil; aynı zamanda üretilen haberi yüksek ücret karşılığında satın alacak müşterilerin bulunması da bir o kadar önemlidir. “Freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için girişimci özelliklere sahip olunmalıdır” yargısına katılıyorum diyenlerin oranı %47,2 iken kesinlikle katılıyorum diyenler %33 olarak tespit edilmiştir (Tablo 69).

Tablo 69:
“Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Girişimci Özelliklere Sahip Olunmalıdır.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	99	33,0
Katılıyorum	128	42,7
Kararsızım	54	18,0
Katılmıyorum	11	3,7
Kesinlikle katılmıyorum	8	2,7
Toplam	300	100,0

Web, dünyayı değiştirmekte ve bilginin nasıl depolandığı, yayınlandığı, arandığı ve tüketildiği konusunda devrim yapmaktadır. İnternetin etkisi o kadar genişlemiştir ki, sadece işletmeler ve endüstrileri etkilemekle kalmamış, aynı zamanda siyasete, bilime, medyaya, coğrafi bölgelere, kültürel sınırlara ve nihayetinde insanların günlük hayatlarına etki eder hale gelmiştir. Medya sektöründe Web , hem haber tüketicilerinin hem de gazetecilerin habere ulaşması noktasında önemli bir mecra haline gelmiştir. Bu çerçevede gazetecilerin interneti ve özellikle arama kanallarını etkin bir biçimde kullanması zorunlu hale gelmiştir. Katılımcılara sorulan “ freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için internetteki arama kanallarını (Google vs) etkin kullanabilme becerilerine sahip olunmalıdır” yargısına “katılıyorum” yanıtını verenlerin oranı %45,7 olduğu görülmektedir. İlgili yargıya “kesinlikle katılıyorum” yanıtını verenlerin oranı ise % 29,0 olarak bulunmuştur (Tablo 70).

Tablo 70:
“Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin İnternetteki Arama Kanallarını (Google Vs) Etkin Kullanabilme Becerilerine Sahip Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	87	29,0
Katılıyorum	137	45,7
Kararsızım	50	16,7
Katılmıyorum	20	6,7
Kesinlikle katılmıyorum	6	2,0
Toplam	300	100,0

Günümüzde haber, bilgi işlevi yanında ticari bir meta haline dönüşmüştür. Haberin sıradan bir ekonomik çıktı olarak görülmesiyle beraber rekabet şiddetlenmiştir. Bu nedenle freelance gazeteci, bir olayı ekonomik anlamda daha fazla getiri sağlayacak biçimde haber içeriğine dönüştürmek zorunda kalmaktadır. Ankette katılımcılara sorulan “ freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için yaratıcı düşünme ve bunu haber içeriğine dönüştürme becerisine sahip olunmalıdır” yargısına katılıyorum yanıtını verenlerin oranı %40,0 olarak bulunmuştur. İlgili yargıya “kesinlikle katılıyorum” yanıtını verenlerin oranı ise %35,7’dir (Tablo 71).

Tablo 71:
“Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Yaratıcı Düşünme ve Bunu Haber İçeriğine Dönüştürme Becerisine Sahip Olunmalıdır” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	107	35,7
Katılıyorum	120	40,0
Kararsızım	53	17,7
Katılmıyorum	14	4,7
Kesinlikle katılmıyorum	6	2,0
Toplam	300	100,0

Freelance gazetecilerin ürettikleri içeriği satacak müşterileri bulabilmek için etkin bir pazarlama becerisine ve güçlü bir network kurabilmek için etkili bir iletişim becerisine de sahip olmaları gerekmektedir. Almanya’da freelance gazetecilerin neredeyse yarısı, çoğunlukla halkla ilişkiler alanında (PR) ikinci bir işe sahiptir.

Fakat gazeteciler ve halkla ilişkiler pratisyenleri farklı sorumluluklara sahip olduğundan bu çalışma kombinasyonu sorunlu olabilmektedir. Bir gazeteci olarak çalışmak, gazeteciliğin kamuyu bilgilendirmek, çoklu bakış açısı sunmak ve toplumsal çıkarları temsil etmek gibi kamusal görevlerine katkıda bulunmayı gerektirmektedir. Buna karşılık, PR uygulayıcıları sadece müşterilerinin çıkarlarını savunmaktadır. Freelance çalışan bir gazeteci, örneğin, kendi PR müşterisini eleştirel olarak araştırması gerekirse, bu iki rol arasında çatışmalar ortaya çıkabilmektedir (Koch ve Obermaier, 2014:473).

Freelance gazeteciler açısından etkili bir kariyer yöntemi için pazarlama becerisine sahip olunmalıdır yargısına katılanların oranı %43,3 , kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı ise %30, 3 olarak bulunmuştur (Tablo 72).

Tablo 72:
Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Pazarlama Becerisine Sahip Olunmalıdır" Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	91	30,3
Katılıyorum	130	43,3
Kararsızım	51	17,0
Katılmıyorum	22	7,3
Kesinlikle katılmıyorum	6	2,0
Toplam	300	100,0

“Freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için etkin iletişim becerilerine sahip olunmalıdır” yargısına katılıyorum diyenlerin oranı %42,3, kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı ise %34,0 olarak tespit edilmiştir (Tablo 73).

Tablo 73:
“Freelance Gazetecilik Alanında Etkili Bir Kariyer Yönetimi İçin Etkin İletişim Becerilerine Sahip Olunmalıdır.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	102	34,0
Katılıyorum	127	42,3
Kararsızım	49	16,3
Katılmıyorum	15	5,0
Kesinlikle katılmıyorum	7	2,3
Toplam	300	100,0

4.2.9. Sosyal Güvenlik Durumu ile İş Sağlığı ve Güvenliği

Ankette öncelikle olarak katılımcıların sosyal güvenlik kurumuna ödemelerini nasıl yaptıkları sorusu sorulmuştur. Bu soruda sosyal güvenlik prim ödemelerini freelance gazeteciliğe ek olarak yaptığım işin işvereni ödemektedir”, “sosyal güvenlik ödemelerimi kendim yapıyorum”, “sosyal güvenlik ödemelerimi gazeteci olarak çalıştığım işveren/ ajans/müşteri yapmaktadır”, “sosyal güvenlik kurumuna kayıtlı değilim” şeklinde 4 seçenek bulunmaktadır. Katılımcıların %7’si “sosyal güvenlik ödemelerimi freelance gazeteci olarak çalıştığım işveren/ajans/müşteri yapmaktadır” seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %41,7’si “sosyal güvenlik prim ödemelerimi freelance gazeteciliğe ek olarak yaptığım işin işvereni ödemektedir” seçeneğini işaretlerken %28,7’si sosyal güvenlik ödemelerini kendilerinin gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Katılımcıların %22,7’si ise sosyal güvenlik kurumuna kayıtlı değildir (Tablo 74).

Tablo 74:
Freelance Gazetecilerin Sosyal Güvenlik Durumu

	F (Frekans)	% (Oran)
Sosyal güvenlik prim ödemelerimi freelance gazeteciliğe ek olarak yaptığım işin işvereni ödemektedir.	125	41,7
Sosyal güvenlik ödemelerimi kendim yapıyorum.	86	28,7
Sosyal güvenlik ödemelerimi gazeteci olarak çalıştığım işveren/ ajans/müşteri yapmaktadır.	21	7,0
Sosyal güvenlik kurumuna kayıtlı değilim	68	22,7
Toplam	300	100,0

İş sağlığı ve güvenliği konusu ise sadece gazeteciler açısından değil, diğer tüm sektör çalışanları için de ülkemizin en önemli sorunlarından birisidir. Özellikle ülkemizde çalışanların çok geniş bir kesimi iş kazalarından etkilenmektedir. Özellikle gazeteciler, savaş ve çatışma ortamlarında haber üretmeleri dolayısıyla yaralanma ve hatta ölüm riskleri ile daha fazla karşı karşıya kalmaktadır. Acıbadem Üniversitesi Atakent Hastanesi Kardiyoloji Uzmanı Doç. Dr. Ahmet Karabulut, gazeteciler arasında kalp krizi ve hipertansiyonun görülme sıklığının diğer mesleklere kıyasla daha çok olduğunu ifade etmektedir. Gazetecilerin çok yoğun ve stresli çalışma hayatına sahip olmaları bunun nedeni olarak belirtilmektedir (Cumhuriyet Gazetesi, 2018).

Psikiyatri Uzmanı Dr. Ömer Oluk da gazetecili mesleğinin ruh sağlığını en fazla bozan mesleklerden biri olduğunu açıklamaktadır. Tehlikeli çalışma koşulları altında ölüm, yaralanma, afet, kaza gibi olaylarla çık sık karşılaşmaktadırlar (Sabah Gazetesi, 2018).
üArtık, günümüzün haberlerini oturma odalarına ve bilgisayar ekranlarına getirmek daha tehlikeli hale gelmiştir. 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği kanunu, kamu ve özel sektöre ait bütün işlere ve işyerlerine, bu işyerlerinin işverenleri ile işveren vekillerine, çırak ve stajyerler de dâhil olmak üzere tüm çalışanlarına faaliyet konularına bakılmaksızın iş sağlığı ve güvenliği koruması altına almaktadır. Bu çerçevede, işverenin iş kazalarına ve meslek hastalıklarına karşı her türlü önlemi alması ve gerekli eğitimleri vermesi gerekmektedir. Fakat kanun kapsamına girecek çalışanların kapsamı uygulamada Sosyal Güvenlik Kurumu kayıtlarına bağlıdır. Dolayısıyla freelance gazetecilerin bir çoğu iş sağlığı ve güvenliğine ilişkin koruma kapsamının dışına itilmektedir.

Bu bölümde katılımcılara bir iş kazasına uğrayıp uğramadıklarına ilişkin bir soru sorulmuştur. Katılımcıların %90,7'si freelance gazetecilik faaliyetleri sırasında bir iş kazası yaşamadığını ifade etmiştir (Tablo 75).

Tablo 75:
“Freelance Gazetecilik Faaliyetleriniz Sırasında Bir İş Kazası Yaşadınız Mı?”
Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	28	9,3
Hayır	272	90,7
Toplam	300	100,0

Aynı zamanda katılımcılara freelance gazetecilik faaliyetleri sırasında bir meslek hastalığına yakalanıp yakalanmadıkları sorusu sorulmuştur. Katılımcıların %94,7'si freelance gazetecilik faaliyetlerinizden dolayı bir meslek hastalığına yakalandınız mı” sorusuna “Hayır” yanıtını vermiştir (Tablo 76).

Tablo 76:
Freelance Gazetecilik Faaliyetlerinizden Dolayı Bir Meslek Hastalığına
Yakalandınız mı?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	16	5,3
Hayır	284	94,7
Toplam	300	100,0

Katılımcılara iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini nasıl aldıkları sorusu sorulmuştur. Soruyu yanıtlayanların %59,1'i “freelance gazeteci olarak adına çalıştığım kurum/ajans/işveren iş güvenliğini sağlamakla ilgilenmektedir.” Seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %40,9 ‘u ise “freelance gazeteci olarak iş sağlığı ve güvenliği konusunda tedbirlerimi kendim alıyorum” seçeneğini işaretlemiştir (Tablo 77).

Tablo 77:
İş Sağlığı ve Güvenliği Tedbirleri

		N	% (Oran)
	* Freelance gazeteci olarak iş sağlığı ve güvenliği konusunda tedbirlerimi kendim alıyorum	90	40,9%
	* Freelance gazeteci olarak adına çalıştığım kurum/ajans/işveren iş güvenliğini sağlamakla ilgilenmektedir.	130	59,1%
Toplam		220	100,0%

Katılımcılara freelance gazetecilik faaliyetleri sırasında iş sağlığı ve güvenliği konusunda eğitim alıp almadıkları sorulmuştur. Katılımcıların %44,0 ‘ü “freelance gazeteci olarak yasalarca tanımlanan “iş kazası” ve “meslek hastalığı” tanımlarının içeriği, kapsamı hakkında eğitim aldınız mı “ sorusuna evet” seçeneğini işaretlerken, %37,7’si “hayır” seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %18,3’ü ise “kısmen” eğitim aldıklarını belirtmiştir (Tablo 78).

Tablo 78:
“Freelance Gazeteci Olarak Yasalarca Tanımlanan İş Kazası ve Meslek Hastalığı Tanımlarının İçeriği, Kapsamı Hakkında Eğitim Aldınız Mı? “Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	132	44,0
Hayır	113	37,7
Kısmen	55	18,3
Toplam	300	100,0

4.2.10 Ayrımcılık

Ayrımcılık ve cinsiyet eşitsizliği, gazetecilik çalışma süreçlerini etkileyen en önemli sorunlar arasındadır. Haberin üretiminde, dağıtımında, habere erişimde, görüşmelerde gazeteciler arasında farklı nedenlerden dolayı ayrımcılık durumu yaşanabilmektedir.

Bu bağlamda ankette katılımcılara, freelance gazeteci olarak diğer kurumsal gazetecilere kıyasla ayrımcılığa maruz kaldığınızı düşünüyor musunuz sorusu sorulmuştur. Katılımcıların % 39,7'si evet yanıtı verirken, %60,3'ü hayır yanıtı vermiştir (Tablo 79).

Tablo 79:
“ Freelance Gazeteci Olarak Diğer Kurumsal Gazetecilere Kıyasla Ayrımcılığa Maruz Kaldığınızı Düşünüyor Musunuz? “Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

	F (Frekans)	% (Oran)
Evet	119	39,7
Hayır	181	60,3
Toplam	300	100,0

Sonraki aşamada ayrımcılığa maruz kaldığını düşünen katılımcılara hangi konularda ayrımcılık yaşadıklarına ilişkin 13 seçenekten oluşan çoklu seçenekli soru sorulmuştur. Katılımcıların % 21,5'i, ücret konusunda ayrımcılık yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuç en fazla ücret konusunda ayrımcılık yaşandığını ortaya koymaktadır. Habere/bilgiye erişim konusunda ve yasal haklar konusunda ayrımcılık yaşadığını belirten katılımcıların oranları ise %19,3 olarak tespit edilmiştir. Cinsiyete dayalı ayrımcılık yaşandığını düşünenlerin oranı ise %7,4 olarak bulunmuştur (Tablo 80).

Tablo 80:
Hangi Konularda Ayrımcılık Yaşadığınızı Düşünüyorsunuz? Sorusuna Verilen
Yanıtların Dağılımı (n=119 m=189)

	N	% (Oran)
Cinsiyete dayalı ayrımcılık	26	7,4%
Yaşa dayalı ayrımcılık	14	4,0%
Özürlülüğe dayalı ayrımcılık	17	4,8%
İrk ayrımcılığı	9	2,5%
Dine dayalı ayrımcılık	4	1,1%
Yaşa dayalı ayrımcılık	10	2,8%
Siyasi görüşe dayalı ayrımcılık	31	8,8%
Yaşam biçimine dayalı ayrımcılık	11	3,1%
Kişisel değerlere dayalı ayrımcılık	18	5,1%
Habere /bilgiye erişim konusunda ayrımcılık	68	19,3%
Ücret konusunda ayrımcılık	76	21,5%
Yasal haklar konusunda ayrımcılık	68	19,3%
Diğer	1	,3%
Toplam	353	100,0%

4.2.11. İş-Yaşam Dengesi

Freelance gazeteciliğin çalışma saatlerinin gazetecilerin yaşam kalitesini olumsuz etkilediğine yönelik yargıya katılımcıların %36,3 ‘ü katılmıyorken, %35’i katılıyorum yanıtını vermiştir. Bu yargıya katılanların ve katılmayanların dağılımının birbirine denk olduğu görülmektedir (Tablo 81).

Tablo 81:
“Freelance Gazeteci Olarak Çalışma Saatleri Yaşam Kalitemi Olumsuz Etkilemektedir” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	22	7,3
Katılıyorum	105	35,0
Kararsızım	48	16,0
Katılmıyorum	109	36,3
Kesinlikle katılmıyorum	16	5,3
Toplam	300	100,0

“Freelance gazeteci olarak çalışma saatleri kendime daha çok zaman ayırmamı sağlamaktadır” yargısına katılıyorum diyenlerin oranı %49 iken kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı ise %17 olarak tespit edilmiştir. Burada dikkat çeken husus kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranının %1 olmasıdır. Sonuç olarak freelance gazeteciliğin iddia edildiği gibi kişilere daha fazla boş zaman sunduğu yargısı gerçeği yansıtmamaktadır (Tablo 82).

Tablo 82:
“Freelance Gazeteci Olarak Çalışma Saatleri Kendime Daha Çok Zaman Ayırmamı Sağlamaktadır.” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	51	17,0
Katılıyorum	147	49,0
Kararsızım	61	20,3
Katılmıyorum	38	12,7
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,0
Toplam	300	100,0

Nitekim freelance gazeteci olarak çalışma saatleri aileme daha fazla zaman ayırmamı sağlamaktadır’ yargısı da benzer bir sonucu ortaya koymaktadır. İlgili yargıya katılıyorum diyenlerin oranı %44,7 iken katılmıyorum diyenlerin oranı 11,0 olarak bulunmuştur. Kesinlikle katılanların oranı ise %19,7 iken, katılımcıların %3,3 ‘ü ise bu yargıya kesinlikle katılmadığını belirtmiştir (Tablo 83).

Tablo 83:
“Freelance Gazeteci Olarak Çalışma Saatleri Aileme Daha Fazla Zaman Ayırmamı Sağlamaktadır” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	59	19,7
Katılıyorum	134	44,7
Kararsızım	64	21,3
Katılmıyorum	33	11,0
Kesinlikle katılmıyorum	10	3,3
Toplam	300	100,0

“Gazetecilik yaparak daha iyi iş-yaşam dengesi kurabiliyorum” yargısına ‘katılıyorum’ diyenlerin oranı %51 iken, katılmıyorum diyenlerin oranı %7,3 bulunmuştur (Tablo 84).

Tablo 84
“Freelance Gazetecilik Yaparak Daha İyi İş-Yaşam Dengesi Kurabiliyorum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle Katılıyorum	43	14,3
Katılıyorum	153	51,0
Kararsızım	74	24,7
Katılmıyorum	22	7,3
Kesinlikle Katılmıyorum	8	2,7
Toplam	300	100,0

Çalışma saatlerinden memnunum yargısına katılıyorum diyenlerin oranı %57,7 iken, ‘katılmıyorum’ diyenlerin oranı % 8 olarak tespit edilmiştir (Tablo 85).

Tablo 85:
“Freelance Gazeteci Olarak Çalışma Saatlerinden Memnunum” Yargısına Katılım Düzeyi

	F (Frekans)	% (Oran)
Kesinlikle katılıyorum	46	15,3
Katılıyorum	173	57,7
Kararsızım	48	16,0
Katılmıyorum	24	8,0
Kesinlikle katılmıyorum	9	3,0
Toplam	300	100,0

Katılımcıların freelance çalışarak esnek çalışmanın avantajlarından faydalandıkları görülürken, freelance çalışarak ve iş ve ev yaşamının iç içe geçmesi nedeniyle esnek çalışmanın olumsuzluklarını da deneyimledikleri görülmektedir.

4.3 Nitel Analiz ve Değerlendirme

4.3.1 Freelance Gazeteci Kavramının Tanımlanması Sorunu

Freelance gazetecilik kavramı, bir kurumdan bağımsız olarak çalışmayı çağrıştırırken, değişen işgücü piyasası dinamikleri, freelance gazeteciliğe ilişkin yeni uygulama biçimlerini de ortaya çıkarmaktadır. Doğası gereği freelance çalışma, karmaşık bir konudur ve farklı uygulama biçimlerine sahiptir. Bu karmaşıklığın sonuçlarından biri de freelance çalışmaya ilişkin genel bir tanımlamanın yapılamamasıdır. Freelance çalışma, bir kendi hesabına çalışma biçimi olarak görülmesine rağmen, kendi hesabına çalışma ile eşanlamlı olarak kabul edilmemektedir. Kendi hesabına çalışma, daha çok girişimcilikle özdeşirilen, kendi üretim araçlarına ve öz sermayesine sahip olan, çeşitli işverenler için üretim faaliyetlerini gerçekleştiren kişiler olarak düşünülmektedir. Oysa freelance çalışanların çoğunluğunun kendine ait bir sermayesi ve üretim araçları bulunmamaktadır. Görüşmecilere öncelikli olarak freelance gazeteci kimdir sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan biri freelance gazeteciye şöyle açıklamıştır:

“Bir freelance gazeteci özgürdür. Bir kuruma bağlı değildir. Her şey hakkında yazabilir. Bu haberi istediği kişiye satabilir. Aynı anda bir den fazla müşterisi olabilir. Ne hakkında yazacağını ya da nasıl yazacağını kendisi belirler. Siyasi ya da ideolojik bir kaygısı yoktur (KG6).

Freelance gazeteciler, yayınlara (dergiler, gazeteler, web siteleri ve kitaplar dahil) haber içerikleri satan bağımsız çalışan kişilerdir. Hiçbir kurum ya da kişiye bağımlı ve bağlı olmaksızın ürettiği içeriği çeşitli kişi ve kurumlara satmaktadırlar. Aynı sektörde çok sayıda müşteri ile devam eden iş ilişkileri olabileceği gibi tek bir işveren için de haber üretebilmektedirler. Bir kurum için tam zamanlı ve sürekli olarak çalışmayan ve emek süreci üzerinde bireysel kontrolü bulunan kendi hesabına çalışanlardır. Haber içeriklerini istedikleri biçimde üretmektedirler ve bunu müşterilerine özgür biçimde satmaktadırlar.

“ ... Freelance gazeteci kurumsal bir yerde çalışmayan ve bir şekilde yaptığı haberleri satarak ya da yabancı basın kuruluşlarına tercüme hizmeti sunarak para kazanan ve geçimini temin eden kişilerdir (KG7)

Freelance gazetecilik piyasasının oluşumu için özgürlüklerin önünü açan, adil, şeffaf ve demokratik bir siyasal düzenin oluşması gerekmektedir. Oysa medyada yoğunlaşma ve tekelleşme böyle bir ortamın oluşmasının önündeki en büyük engeldir. Belirli bir azınlık gruplara ya da siyasal ideolojilere hitap eden medyada, ifade özgürlüğüne ve çoğulculuğa ilişkin hakların garanti altında olmaması freelance gazeteciliğin gelişimini engellemektedir. Bu durum, Türkiye’de freelance gazeteciliğin Avrupa’dan farklı biçimde şekillenmesine yol açan en önemli nedenlerden biridir.

“Türkiye’de freelance gazetecilik piyasasının oluşumu için öncelikle bu gazetecilerden haber alacak kurumların var olması gerekmektedir. Oysa ülkemizde büyük haber kuruluşları ve ajanslar dışarıdan asla haber almamaktadır. Örneğin Hürriyet, yıllardır dışarıdan asla haber almaz. Dolayısıyla freelance gazeteciler bir yerden fon bulup haber üretmek zorundadır. Ya da kendi imkanları ile bunu başarmak zorundadır. Bunu başarıp haber üretseler bile haberi satın alacak müşteri bulmakta sıkıntı yaşıyorlar. Her kurumun kendi anlaşmalı oldukları çalışanları var zaten. Onların istediği gibi haber üretiyor. Bizler daha çok Diken, T24 gibi internet haber platformlarında yazabiliyoruz. Ben mesela freelance gazeteci olarak ilk olarak Diken’e haber sattım ve beklediğimin üzerinde de ücret aldım”(KG8).

Freelance gazeteci, kurumsal bir yere bağlı olarak çalışmadan ürettiği haberleri bir veya birden fazla kuruluşlara satan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Oysa son yıllarda “sahte freelance çalışan” olarak tanımlayabileceğimiz ara statüler de ortaya çıkmıştır. Niteliği dolayısıyla freelance gazeteci olmadığı halde freelance olarak muamele görmektedirler. Ya da işverenle aralarında tanımlanmış bağımlı bir iş ilişkisi kurulmuş olmasına rağmen, işveren tarafından freelance gazeteci olarak çalıştırılmaktadır. Bu şekilde çalışanlar literatürde “sahte freelance gazeteciler” olarak tanımlanmaktadır (Nies ve Pedersini, 2003:15). Bu kişiler, bir işverene ekonomik olarak bağımlı olmasına rağmen kendi hesabına çalışan statüsünde çalıştırmaktadırlar. Sahte freelance gazeteciler de, bir ajans ya da basın kuruluşu için sürekli olarak haber içeriği üretmekte ve tam zamanlı çalışan bir gazeteci ile benzer görevlere sahip olmaktadır. Fakat istihdam statüsü bakımından kendi hesabına çalışan olarak görülmekte ve iş kanunu kapsamına girmemektedirler.

Görüşme yapılan gazetecilerden biri freelance gazeteciliği bu çerçevede tanımlamıştır:

“ Son yıllarda piyasada kendini freelance gazeteci olarak tanımlayan kişiler türedi. Bu kişiler belirli ajanslarla sözleşme yapıyor ve onlar için çalışıyorlar. Bu gazeteciler belirli ajanslara haber üretiyor ya da fotoğraf çekip gönderiyorlar. Eskiden kadrolu fotoğrafçıların ya da muhabirlerin yaptıkları işleri yapıyorlar ama ajansların kadrolu çalışanı değiller “(KG9).

Ülkemizde bu tür freelance gazeteciliğin daha fazla olduğu ve hatırı sayılır bir piyasasının oluştuğu düşünülmektedir. Görüşmeler neticesinde ulaşılan verilere göre, işten çıkarılmalarına rağmen aynı işveren ile freelance olarak çalışmaya devam eden gazetecilerin olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum işverenlerin işgücü maliyetlerini azaltmak için bu yolu tercih ettikleri görüşünü destekler niteliktedir. Dolayısıyla freelance gazetecilerin varlığı, işverenlerin bağımlı olmayan istihdam ilişkileri konusundaki yeni eğilimine uyum sağlamak için uygun bir ortam sağlamaktadır. Hem maliyet açısından hem de örgütsel nedenlerle işverenler açısından önemli bir işlev görmektedir. Aynı zamanda, mevcut düzenlemelere büyük ölçüde aykırı olarak algılanabilecek tamamen yeni istihdam biçimlerinin kullanılmasını gerektirmeyen freelance çalışma, nispeten sosyal açıdan kabul edilebilir bir çözüm sunmaktadır. Çünkü istihdam koruması ile kısmi zamanlı çalışma veya kendi hesabına çalışma arasında teorik bir ilişki kurulması zordur. Öte yandan, yeni kendi hesabına çalışma (özellikle de 'bağımlı' veya sahte kendi hesabına çalışma), bazı durumlarda dış kaynak kullanımı olarak tercih edilmekte; böylece, istihdam koruması ve kendi hesabına çalışma arasındaki ilişkiyi daha da sorunlu hale getirmektedir. Çünkü sahte kendi hesabına çalışma fenomeni, bağımlı çalışma ile gerçek kendi hesabına çalışma arasındaki belirgin sınırları aşındırmaktadır (Schmid, 2010:42).

“Freelance çalışan, aslında tek bir işverene bağımlı olmayan kişidir. Çeşitli müşteriler için haber üretir. Fakat uygulamada hiç de böyle değildir. 6 sene kadrolu çalıştım; fakat geçen sene mali kriz sebebiyle işten çıkarıldığım kurum için freelance çalışıyorum. Tabii artık sadece bu kurum için haber üretmiyorum. Çeşitli müşterilerim de oldu. Fakat gelirim büyük kısmını aynı işverenden alıyorum”(KG11).

İşverenler, bu tür çalışanlara kendi hesabına çalışan olarak kabul etmekte ve gerçek bir ücretli çalışan olduğu gerçeğini gizlemektedirler. “Sahte freelance gazeteciler” ücretli çalışanlarla benzer koşullarda çalışmalarına rağmen, işverenlerinin bu kişilere karşı sağladıkları finansal, ekonomik ve diğer yükümlülükleri düzenli olarak istihdam edilenlerden daha az olmaktadır.

Gerçekte bu şekilde çalışan gazetecileri freelance gazeteci olarak tanımlama konusunda da farklı görüşler bulunmaktadır. Özellikle illerde ve ilçelerde büyük haber haber ajansları için haber üreten gazeteciler bulunmaktadır. Bunlar ajansların tam zamanlı ve sürekli bir çalışanı olmayıp çalıştıkları bölgelerde yaptıkları haberleri ajanslara gönderip ajanslardan haber başına ücret almaktadırlar.

“Büyük haber ajanslarının her il ve neredeyse her ilçede adamları var. Tabi bunların hiç biri maaşlı adam değil. Bu insanlar, mutlaka aralarında gerçek gazeteci olan ve o bölgeyi iyi bildikleri için haber yapan kişiler vardır, bunları tenzih ederek konuşuyorum, ama çoğunluğu belediyelerde ya da kaymakamlıklarda kadrolu çalışıp ek olarak ajanslar için haber üreten kişilerden oluşmaktadır. Bir çoğunun devlet kurumlarında çalışıyor olduğunu görürsün. Zaten bu kişiler isimlerini de vermiyor. Sadece haberini yazıyor. Bu kişilerin gazetecilik niteliklerinin ve habere bakışlarının çok yetersiz olduğu görülüyor. Saygısızlık etmek istemiyorum ama ben bu tür kişileri freelance gazeteci olarak görmüyorum. Freelance gazeteci farklı mecralarda yazılar yazan ve hatta yayıncıların gazeteci ile temasa geçip bizim için şu konuda bir şey yazar mısınız şeklinde teklifte bulunduğu kişidir ” (KG7).

Freelance gazetecilerin kim olduğu ve nasıl tanımlandığına ilişkin sektörde farklı yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Geleneksel yaklaşımı benimseyen gazeteciler, freelance gazeteciliğin bittiğini, çünkü kendilerini özgür biçimde ifade edebilecekleri bir ortamın artık eskide kaldığını savunmaktadırlar. Bu kişiler nezdinde freelance gazeteciler, sadece profesyoneller ya da kalemi güçlü ve özerk yapıdaki gazetecilerden oluşmaktaydı. Oysa freelance gazetecilik, yeni çalışma biçimi olarak esnek çalışma biçimleri altında yeniden doğmakta ve günün şartlarına kendini adapte etmektedir. Özellikle son yıllarda çok sayıda gazetecinin işten çıkartılmasıyla birlikte yeni oluşumlar ve yeni platformlar oluşturulmaktadır:

“Freelance gazeteciler, hem kendi bloğu üzerinden hem de alternatif medya kanalları üzerinden ürettikleri içeriği satıp para kazanıyorlar. Bunun için illa ki bir basın kuruluşu ya da ajans ile anlaşmış olmasına gerek yok. Para edecek bir içerik üretmeleri halinde bunu yabancı ajanslara da satabiliyorlar. Bazen bir haber için birden fazla müşteri ortaya çıkabiliyor. Yeni medya ortamı, freelance gazetecilere bir ajansa bağımlı olmadan kendini tanıtmaya ve haberlerini dağıtmaya imkanı sağlayabiliyor” (KG12).

Freelance gazeteciliğe ilişkin tanımlamaların özgür çalışma, özerk olma, iş üzerinde bireysel kontrol ve kendi patronu olma gibi kavramlar üzerinde odaklandığı görülmektedir. Bu kavramlar, freelance kavramının etimolojik olarak özünde var olan anlamın, günümüzde de geçerli olduğunu ortaya koymaktadır.

Fakat teoride bu böyle olsa da pratikte freelance gazeteciler güvencesizliği de derinden yaşamaktadır. Ne tam anlamıyla girişimci bir kendi hesabına çalışan olarak tanımlanmaktadırlar, ne de ücretli çalışanlarla aynı statüde yer alabilmektedirler. Belirsiz , güvencesiz ve belirli bir işgücü statüsü içerisine tam olarak konumlandırılmayan ara bir kategori olarak görülmektedir. Bu durum, tanımlamalarda çeşitliliği ve belirsizliği ortaya çıkarmaktadır:

“Freelance gazeteci, hiçbir sosyal güvenceye sahip olmayan, çoğu zaman emeğinin karşılığı olan ücretini bile zamanında, hatta hiç alamayan, fakat bir kurumda çalışıyormuş gibi gazeteci ilkelerine bağlı kişidir. Bu mesleğe gönül vermiştir. Her gün gidip geldiği bir işyeri yoktur. Hem bir çok avantaja sahip diğer yandan da bir çok dezavantajı bulunan bir çalışma biçimidir. Kendi imkanları ile haber üretir, masraflarını kendi karşılar, sosyal güvenlik ödemelerini kendi yapar ama diğer kadrolu gazetecilerle benzer görevleri yapar“(KG9).

Medyada gündelik ve freelance çalışanların sayısında artış olduğuna ilişkin eğilim yeni değildir. IFJ (2003), “gazetecilikteki yeni çalışma biçimlerinin çoğunun daha esnek ve gazeteciler açısından daha savunmasız ve zor istihdam koşulları altında gerçekleştirildiğini” bildirmiştir. Yine “freelance gazeteciliğin medya endüstrisinin daha belirgin bir özelliği haline geldiğine dair artan kanıtlar var” demiştir (Nies ve Pedersini, 2003:3). Esasen freelance gazetecilik, medya sektöründe özellikle 1990’lı yıllardan itibaren neoliberalizmin etkisiyle ülkelerin emek piyasasında izlediği esneklik politikalarının bir yüzüdür. Freelance gazeteciler bir yandan kadrolu çalışanlarla aynı etik ilkelere karşı sorumludur ve benzer görevlere sahiptir; ancak diğer yandan, işverenlerinin finansal, ekonomik ve diğer yükümlülükleri, bireysel ve kolektif standartlara göre düzenli olarak istihdam edilenlerden önemli ölçüde daha azdır. Görüşmecilerle yapılan tanımlamaların ortak noktalarından biri de budur. Freelance gazeteciler, sosyal güvenceden yoksun, iş ve ücret güvencesizliğine sahip, belirli bir mekana ve zamana bağlı olmayan; fakat gazetecilik mesleğine gönül vermiş, bütün olumsuz koşullara rağmen bu mesleği yapma gayreti içerisinde olan kişilerdir.

“Freelance gazeteci, özgür gazetecidir. Bağımsız gazetecidir. Herhangi bir kurum ya da ideoloji için haber üretmez. Sansür kaygısı yoktur. Hangi haberi nasıl üreteceğine kendi karar verir. İçeriği kendi oluşturur. Çalışma zamanını kendi ayarlar. Bu yüzden öz disipline sahiptir. Diğer yandan freelance gazeteci, iyi bir halkla ilişkiler uygulayıcısı da olmak zorundadır. Çünkü ürettiği haberi satabileceği müşteri bulmak için güçlü bir networke sahip olması gerekir. Bu yüzden freelance gazeteci sadece haber üreten ve satan kişi değildir. İyi bir iletişimcidir”(KG2).

Freelance gazetecilerin sadece haber üretip satarak hayatını idame ettirmesi zordur. Bu nedenle çoğunluğu farklı işlerde de çalışmaktadır.

“Freelance gazetecilik için gazetecilik okumak olmazsa olmaz değildir. Benim asıl işim reklamcılık. Fakat aynı zamanda freelance gazetecilik yapıyorum. Bu mesleğin en güzel yönü bu. Birilerine hesap vermek zorunda değilsin. Emir almak zorunda değilsin. Kendini belirli kalıplara sokma kaygısı taşıyorsun. İş organizasyonunu sen ayarlıyorsun. Ne zaman ne kadar süre çalışacağını yine kendin yönetiyorsun. Bağımlılık yok. Dolayısıyla bu sana özerklik sağlıyor. Asıl işimden arta kalan zamanlarda freelance gazetecilik yaparak ek gelir elde ediyorum”(KG10).

Sonuç olarak freelance gazeteciler bir medya kuruluşuna bağlı olarak tam zamanlı çalışan gazetecilerin aksine, ihtiyaç halinde başvuru ve genellikle aynı anda birçok farklı işveren için çalışan kişilerdir. Freelance gazetecilere ürettikleri içerik karşılığında ücret ödenmektedir. Dolayısıyla gazeteci emeğini değil ürettiği çıktıyı satarak gelir elde etmektedir.

4.3.2 Freelance Çalışma Paradoksu: Özgürlük Ya Da Güvencesizlik

Freelance gazeteciliğe yönelik popüler söylem, artan işten çıkarmalara bağlı olarak gazetecilerin zorunlu olarak freelance çalışmaya yöneldiğine yöneliktir. Gazeteciler, bir şekilde 'isteksiz' olarak freelance çalışmaya zorlanmaktadır. Sektörde bu yönde görüşler olmakla birlikte tam tersi bir eğilimin olduğu da görülmektedir. Freelance çalışma olumsuz çalışma koşullarına sahip olmakla birlikte gazetecilere birçok fırsat da sunmaktadır. Gazeteciler, çoğunlukla freelance çalışmanın çekici unsurlarına atıf yapmaktadır. Özellikle esnek çalışmanın sunduğu avantajlar, motive edici unsurların başında yer alsa da bu durum gazetecilerin demografik özelliklerine göre değişmektedir. Görüşme yapılan gazetecilerin çoğu freelance çalışmanın hem olumlu hem de olumsuz yönleri olduğunu belirtmiştir. Freelance çalışma, kendi hesabına çalışma biçimi olarak özünde barındırdığı özerklik, özgürlük gibi özellikler sayesinde gazetecilik kimliği ile de son derece uyumlu bir birliktelik sağlamaktadır.

Kendi hesabına çalışmanın ideal tipi, daha çok girişimcilikle özdeşleştirilmektedir. Bağımsız olma ve özerklik, freelance çalışanların diğer ücretli çalışanlara göre daha ayrıcalıklı bir konuma yükselmesini sağlamaktadır. Fakat, son yıllarda, freelance gazetecilikte kendi hesabına çalışmanın ideal tipi giderek aşınmaktadır.

Çünkü freelance gazetecilerin çoğunun gizlenmiş veya yanlış sınıflandırılmış bağımlı bir iş ilişkisine sahip oldukları görülmektedir. Freelance gazetecilerle yapılan görüşmelerde bazı katılımcıların özerkliklik duygusuna sahip olduğu görülürken, bazı katılımcıların özerkliğin sadece göstermelik bir olgu olduğu, gerçekte müşterilerin/işverenlerin talimatları doğrultusunda çalışmak zorunda kaldıklarına dair baskın görüşleri olduğu anlaşılmaktadır.

Bir grup freelance gazeteci, dijital teknolojilerin sunduğu avantajlardan faydalanmak ve medya ortamındaki medya-iktidar ilişkilerinin baskıcı etkisinden uzaklaşmak ve emek sürecini kontrol altına almak için standart bir istihdam ilişkisinin dışında iş aramaktadır. Post-fordist kapitalizm altında freelance gazeteciler, işverenlerin mülkleri üzerinde çalışmadıkları için, işverenlerin kontrolünden kaçmış olma görünümüne sahip olmaktadır. Böylece birden fazla yayıncı için çalışabilmekte ve doğrudan iş süreçleri üzerinde kontrolü elinde tutabilmektedirler.

“ Ben 6 yıl bir basın kurumunda-ulusal bir gazetede- gazetecilik yaptım. Fakat kadroya alınmadım. Zaman içerisinde bu durum beni rahatsız etmeye başladı. Kadrolu gazetecilerle aynı işleri yapıyor olmama rağmen daha az kazanıyordum ve sosyal haklarımdan tam olarak faydalanamıyordum. Sözleşmeli olarak çalışıyordum. Kuruma bağlı olarak çalıştığım için farklı kişi ve kurumlar için de çalışamıyordum. Artık sömürüldüğümü düşünmeye başladım ve işten ayrılarak freelance gazetecilik yapmaya başladım. Freelance gazetecilikte beni en çok cezbeden şey istediğim içeriği istediğim yaklaşımla hazırlayabilmektir. Özgürsün bir kere. Bir gazeteci için bu çok önemli. Çünkü gerçek gazeteciler bunu bir meslekten öte bir yaşam biçimi olarak görüyor ve engellendiği takdirde bu yaşamında da dengesizliklere yol açıyor. Öncelikle kişi kendisiyle hesaplaşıyor yazdıkları için“(KG9).

Ancak, freelance gazetecilerin gerçek deneyimleri, emek-sermaye ilişkilerinde özerkliğin tartışmalı bir kavram olduğunu ortaya koymaktadır. Her hangi bir tehditle karşı karşıya kalan kapitalizm, varlığını sürdürebilmek için yeni üretim biçimleri ve buna uygun kontrol mekanizmaları geliştirmektedir. Freelance gazetecilerin emek süreci üzerindeki bireysel kontrolleri sadece bir yanılsamadan ibaret olabilmektedir.

Hunter (2015:279) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da görüşme yapılan gazetecilerin çoğunluğu, ürettikleri içerik üzerinde nihai olarak kontrol sahibi olmadıkları görüşündedir.

Çünkü, gerek ürettikleri içeriği satabilecek uygun ortamların olmayışı gerekse kendilerine fon sağlayan işverenlerin/müşterilerin şartı olduğunda gazetecilerin buna karşı gelememesi nedeniyle freelance gazeteciler, raporlarını herhangi bir şekilde ona uygun düzenlemek veya değiştirmek zorunda kalmaktadırlar.

“Freelance gazeteci olarak çalışıyor olsam da tam manasıyla özerk olabildiğimi söyleyemem. Çünkü para kazanmam gerekiyor, kiramı ödemem gerekiyor ve hayatımı devam ettirmem gerekiyor. Bunları yapabilmek için de hazırladığım haber içeriğini satabileceğim müşterilerin olması gerekiyor. Eğer hazırladığım haber içeriği basın kuruluşları ya da diğer ajanslar tarafından ilgi duymazsa para kazanamam. Bu kaygı, ister istemez içerik hazırlarken emek süreci üzerindeki bütün kontrolün sende olmadığı hissini yaratıyor. Ne kadar dirensen de yine istedikleri gibi bir haber hazırlamak zorunda kalabiliyorsun”(KG10).

Medya sektöründe atipik çalışma biçimlerindeki artışa bağlı olarak güvencesiz istihdamın yaygınlaşması ve özellikle freelance çalışmanın normalleşmesiyle, işler, gazeteciler için daha fazla güvencesiz hale gelmiştir. Bu durum, işverenlerin freelance çalışanlar üzerinde daha fazla kontrol sağlamalarına yol açmaktadır. Güvencesizlik, freelance gazetecilerin, işverenlerin sundukları şartlara bağlı kalmalarına neden olmaktadır. Çünkü işgücü piyasasında freelance gazetecilerin sayısındaki artış, bireysel gazetecilerin işverenlerle müzakere etme gücünü azaltmaktadır. Bununla birlikte, medyanın kitleleri etkileme gücünün farkında olan siyasal iktidarlar ve sermaye yöneticileri meşruiyetlerini korumak ve devam ettirmek amacıyla her dönem, başta basın olmak üzere iletişim kanallarını denetim altında tutmuşlardır. Özellikle basını denetlemek için baskı ve sansür gibi mekanizmalara başvurarak varlıklarını korumuşlardır. Çoğu zaman, ekonomik ve hukuki araçları kullanarak da basını denetim altında tutmaya çalışmışlardır. Böyle bir konjonktürde freelance gazetecilerin tam anlamıyla özerk ve bağımsız olduklarını iddia etmek doğru bir yargı olmayacaktır. Çünkü freelance gazeteciler, ürettikleri içeriği satabildikleri ölçüde para kazanabilmektedir. Dolayısıyla freelance gazetecilerin ürettikleri içerik, bakış açıları, yaklaşımları ve savunduğu değerler ölçüsünde paraya dönüşmektedir. Bu bağlamda, işlerini güvence altına alıp sürekliliğini sağlayabilmek için işverenlere/editörlere hitap eden hikayeler üretmek zorunda kalmaktadırlar. Bu onların ticari başarılarını sağlayan en önemli unsur olmaktadır.

“Haber üretmek için olay yerine gittiğinizde bir çok gazetecinin de orada olduğunu görürsünüz. Farklı basın kurumlarından gelen gazeteciler aynı olaydan bir konu bir haber üretirler. Freelance gazeteci olarak sizin onlardan çok daha farklı, orijinal ve ilgi çekici bir içerik oluşturmanız gerekir ki bu haberi satabilesiniz. Bu baskı, haberi üretirken tek kontrol mekanizmasının kendiniz olduğu gerçeğini ortadan kaldırıyor. Çünkü eğer haberlerini satabildiğin belirli bir kitlen yoksa sektörün taleplerine uygun ve hatta diğer gazetecilerden daha ilgi çekici haber üretmek zorundasın“(KG3).

Diğer yandan freelance gazetecilerin bir kısmı, freelance gazeteciliği, bir işveren baskısına boyun eğmemek için başvurdukları alternatif bir yol olarak görmektedir. Freelance gazeteci olmak, bir gazetecinin belirli bir zamanda bir ofiste çalışmak veya işyeri politikalarına ve programlarına göre yazmak istememesiyle sınırlı değildir. Freelance gazetecilik, gazetecilerin hissettikleri her türlü baskı ve tehditten arınıp kendini gerçekleştirmeleri için alternatif bir yoldur. Görüşme yapılan bazı gazeteciler, işlerinde özerk ve emek süreçleri üzerinde bireysel kontrole sahip olduklarını kabul etmektedir. Bu kişiler, söz konusu özelliklerden asla taviz vermemektedir. Aynı zamanda bu grupta yer alan freelance gazeteciler işlerini yaparken acil durumlar dışında müşterilerinden talimat almayı asla kabul etmemektedirler. Özellikle çalışma zamanlarının yönetimi ve kontrolü kendilerine aittir. Ayrıca haber içeriğinin nasıl oluşturulacağı konusunda karar verme özgürlüğüne de sahip olmaktadır.

“Ben kimseden emir alıp iş yapamam. Doğrularım vardır. Hayata belli bir pencereden bakarım. Asla vazgeçmeyeceğim değerlerim vardır. Gazeteciler, kamuoyuna bilgi aktarır, gerçek bilgiyi aktarır. Ben birilerine yakın olmak için bu değerlerimden vazgeçmem. Benim için paradan ziyade özgürlük ve rahat yaşam önemli. Kimseden talimat almamak için freelance çalışıyorum zaten. Networking çok önemli. İyi ve geniş bir çevrem var burada. Tanıdıklardan gelen işler bana yetiyor. Çalışma programımı kendim ayarlıyorum. Çalışma saatlerini düzenliyorum. Bunlar benim için en önemli şeyler. Zaten artık gazetecilik yapmak için bir kuruma bağlı olmak gerekmiyor. Kendimi ifade edebileceğin bir çok dijital platform var”(KG4).

Freelance gazeteci olma tercihi, gazetecilerin yaşam biçimleriyle ve hayattan beklentileriyle de ilgili bir durumu yansıtmaktadır. Kültür çalışanlarının çoğu için bir kurumda sürekli bir işte çalışmak, çok arzu ettikleri bir durum değildir. Onlara bir kurumun kısıtlamalarına uymaktansa yeni projeler yapmak çok daha cazip gelebilmektedir.

Dolayısıyla freelance çalışırken sahip oldukları avantajlar, yaşayacakları dezavantajlara üstün gelebilmektedir. Yaşam biçiminden taviz vermek istemeyenler, freelance çalışmanın dezavantajlarına katlanmayı göze almaktadır. Ya da freelance çalışmanın dezavantajları yaratılan algı ile görülmez hale getirilmektedir. Freelance çalışanlara gerçek özerklik, özgürlük sağlamak yerine özgür ve özerk olduklarına ilişkin bir algı yaratılarak “normal” in bu olduğuna yönelik ortak kanaat oluşturulmaktadır. Aslında, güvencesizlik, hem tahakkümün hem de güvenliğin tarihsel olarak farklı şekillerde etkisini temsil etmektedir. En geniş anlamda, belirsizlik ve tehlike altında olmak, güvensizlik ve savunmasızlık olarak tanımlanabilir. Ancak şu anda, güvencesizlik ve ayrıcalıklı olmak, post-fordist toplumlarda sadece karşıtlık ilişkilerinde değil, daha çok örtüşen bir ilişki içinde gerçekleşmekte ve aslında ayırt edilemez hale gelmektedir. Bu gelişmenin temeli, neoliberalizmin yarattığı güvencesizliğin artık “istisna” olgusu olarak algılanmamasına, bunun yerine, bir normalleşme sürecinin ortasında yer almasına dayanmaktadır. Çoğu freelance gazeteci, kendi yaşamını ve çalışma koşullarını kendisinin seçtiğine inanmaktadır. Dolayısıyla güvencesizliği de kendi tercihlerinin bir sonucu olarak kanıksamaktadır.

“Bence daha fazla özgürlük ve özerklik tam olarak kendi zamanımı düzenleme ve en önemlisi de kendi kaderimi tayin etme fırsatı verilmesiyle mümkün olmaktadır. Kurumsal bir gazeteciler bu imkanlara sahip değil. Bu nedenle freelance çalışarak kurumsal gazetecinin çalışma koşullarını reddediyorum. Dolayısıyla sahip olduğu sosyal haklardan da feragat ediyorum. Benim tercihim bu. özgür olmayı tercih ediyorum”(KG5).

Freelance çalışma, özgür ve özerk olma gibi kavramlarla özdeşleştirilmekte ve bu imkanlara sahip olmak için güvenceden fedakarlık yapılmaktadır. Güvencesizlik ve özgürlük kavramlarına ilişkin bu ikilik öyle normalleştirilmektedir ki freelance çalışanların kurumsal çalışanlarla benzer haklara sahip olması anormal olanı çağırıştırır hale gelmiştir. Öyle ki bir gazeteci, freelance çalışmayı tercih ettiğinde, ekonomik ve bazen de psikolojik bir risk almanın bedeline katlanmayı da göze almaktadır.

Gazetecilerin yaşadıkları deneyimler, sektördeki popülerliklerine, tanınmışlıklarına, networklerine, profesyonelliklerine göre farklılaşmaktadır.

Dolayısıyla sektörde tanınmış, profesyonel bir freelance gazetecinin tecrübe ettiği güvencesizlik ile piyasaya yeni girmiş genç bir gazetecinin yaşayabileceği güvencesizlik derecesi farklı olmaktadır.

Gazeteciler, işin niteliği ve ödülleri de dahil olmak üzere farklı derecelerde güvencesizliği tecrübe etmektedir.

“Piyasada çok keskin uçlarda çalışan freelance gazeteciler var. Sektörün guruları diyebileceğimiz, kalemi güçlü ve iletişim ağları geniş olan kişiler freelance gazetecilikten çok iyi paralar kazanıyorlar. Oysa yeni mezun olmuş bir gazeteci, ücretsiz bile haber üretebilmektedir. Sırf piyasada adını duyurabilmek ve belli bir portföy oluşturabilmek için. Çoğu genç gazeteci bu şekilde sömürülmektedir”(KG9).

Genç ve bekar gazeteciler, bireylerin kendileri için teşebbüste bulunmaları gerektiğini ve kendi kendilerinin patronu olması gerektiğini daha çok düşünmektedir. Zaten kültür çalışanları “uzun vadede kendi kendini yönetebilmeleri” için “kendi kariyerlerini yöneten öz girişimciler olarak hareket etmektedir. Dolayısıyla bu kişiler diğer sektörlerde çalışanların geleneksel olarak zevk aldıkları şeylerle tatmin olmamaktadır.

“Kadrolu olarak çalışırken her günüm rutindi. Nereye, nasıl gideceğimi kurum belirliyor ve oradan nasıl bir haber beklediğini söylüyordu. Zaman içinde bu benim işe yaramaz bir gazeteci gibi hissetmeme yol açtı. Bir gazeteci araştırmacı olmalı, sürekli okumalı, araştırmalı. Haberi bulduğunda heyecanlanmalı. Maaşımı zamanında alıyordum. Ama yaşamdan zevk alamamaya başladım. Kendimi bir köle hissediyordum. Sahip olduğum güvenceli ortam yetmedi”(KG6).

Bazı gazeteciler ise freelance çalışmadaki risklere rağmen en azından iş güvenliğine sahip olduklarını hissetmektedir. Tipik olarak bir freelance gazeteci, herhangi bir zamanda, birden fazla yayıncı veya müşteri için birden fazla proje üzerinde çalışmaktadır. Bir müşterisini kaybederse ya da bir editör için yazmayı durdursa bile diğer müşteriler için çalışmaya devam etmektedir. Bu da bir kerede tüm gelirini kaybetme riskini ortadan kaldırmaktadır. Oysa kurumsal bir gazeteci, işten çıkartıldığında tüm gelirini de kaybetmektedir. Bu durum, bazı freelance gazeteciler için önemli bir avantaj olarak görülmektedir.

“Freelance olarak çeşitli müşteriler için çalışıyorum. Onlarla sürekli iletişim kuruyorum. Ben, geçim kaynağım için sadece tek bir işverene güvenmektense birden fazla kaynaktan gelir sağlamanın daha fazla mali güvence sağladığını düşünüyorum. Kurumsal bir gazeteci işten çıkartıldığında ekonomik anlamda dar boğaza düşebilmektedir. Oysa ben bunu yaşamıyorum. Tek bir işverenin sağladığı ekonomik kaynağa sahip değilim”(KG3).

Freelance gazetecilik, özellikle genç ve çocuksuz bireylere özgürlük vaadi altında cazip hale gelmektedir.

Oysa, freelance gazetecilik, belirli profesyonel gazetecilere sağladığı avantajlar hariç diğer gazetecilere güvencesizlikten başka bir şey sunmamaktadır. Kapitalizmin kendini yeniden üretmesine aracılık eden esnek çalışma kapsamında özerklik ve özgürlük vurgusu ile yüceltilen bu çalışma biçimi, hegemonik olarak bilinçli bir biçimde yapılandırılmaktadır. Freelance çalışmada güvencesizlik normalleştirilmekte ve karşı davranış engellenmektedir. Normal, aslında hiçbir zaman dışsal bir şey değildir, çünkü bunu garanti eden bireylerdir ve değişimlerle birlikte “normal”i yeniden üretmektedirler. Bunu belirli bir siyasal ideolojinin ve kapitalizmin hegemonyası altında gerçekleştirmektedirler. Fakat gerçekte tahakküm ilişkileri neredeyse algılanamaz ve üzerinde düşünmek son derece zordur. Normalleşme, doğal olarak algılanan gündelik pratiklerle yaşanmaktadır. Dolayısıyla gerçek olana karşı körleşme yaşanmaktadır. Bireylerin yaptığı tercihler, kendi tercihleriymiş gibi bir algı oluşturulmaktadır. Böylece, kişilerin davranışlarına değil, algılarına müdahale edilerek davranışları yönetilmektedir. Nitekim freelance gazeteciler de, aslında algıladıklarından çok daha az özgür olmaktadır. Çünkü hayatlarını idame ettirebilmek için üretmiş oldukları içerikleri yine bir işveren ya da müşteriye satmak zorundadırlar. Müşterilerin istedikleri biçimde bir içerik üretmedikleri takdirde ürünlerini satmakta zorlanmaktadır. Freelance çalışanlara, kendi işlerinin sorumluluğu kendilerinde olacağı, kendi hayatlarını kendi istedikleri biçimde organize edebilecekleri vaadedilmektedir. Dolayısıyla bireyin kendi seçtiği güvencesiz çalışma biçimi, yeni kapitalizme entegre olmanın koşullarını üretmeyi kolaylaştırmaktadır. Carlin (1962;184) bu durumu “özgürlüğün illüzyonu” olgusu ile açıklamaktadır. Bu yüzden freelance gazetecilerin daha özgür, bağımsız olduklarını kanıtlamak zordur.

Görüşmeler neticesinde elde edilen verilere göre gazetecileri freelance çalışmaya iten temel neden, emek piyasasındaki değişimlerle birlikte siyasal alandaki baskılar ve zorlamalardır. Tam zamanlı çalışma, gazetecilere sınırlı ve baskıcı bir iş imkanı sunulmaktadır. Bu da kalemi ve çevresi güçlü gazetecileri freelance çalışmaya yöneltmektedir. İkinci bir olasılık da yeni bir seçim mekanizmasının ortaya çıkmasıyla bağlantılı olmaktan öte, yeni mezun genç gazeteciler tarafından freelance çalışmanın gazeteciliğe bir giriş limanı olarak görülmesidir.

Görüşmecilerin çoğu, freelance çalışmanın neden olduğu güvencesizliklere atıf yapmasına rağmen kurumsal denetimden bağımsızlık olarak çalışmaktan büyük haz duymaktadırlar ve belirli bir şirkete veya amaca hizmet etmek zorunda kalmamaları gerçeği onları gerçek bir gazeteci gibi hissettirmektedir. Görüşme yapılan bir gazeteci, uzun yıllar daimi bir pozisyonda çalıştıktan sonra freelance çalışmayı tercih ederek işten ayrıldığını ifade etmiştir. Bir katılımcı ise 7 yıl freelance gazeteci olarak çalıştıktan sonra daimi bir pozisyonda iş bulduğunu belirtmiştir. Gazetecilikte kalıcı bir iş tutmak diğer sektörlere kıyasla çok da arzulanan bir durum gibi görünmemektedir. Çünkü görüşmecilerimin çoğunluğu gazetecilikte kalıcı bir iş beklemediğini, bunun monotonluğa ve işinde körelmeye yol açacağını düşünmektedirler. Özellikle katılımcıların çoğu, tam zamanlı çalışan editörleri ve muhabirleri sadece gelire odaklanan ve "gerçek" gazetecilik çalışmasıyla ilgisi olmayan idari görevlerde bulunan kişiler olarak resmetmektedir.

“... Benim için sabah 9’da başlayıp akşam 5’te son bulan tam mesaiye dayalı bir çalışma hayatı çekilmez geliyor. Bunu kendi yaşam tarzımla da bağdaştıramıyorum. Bir memur zihniyetiyle gazetecilik yapılamaz. Patronun istediği haberleri onların istediği biçimde hikayeleştirmek gazetecilik değildir”(KG5).

Görüşmelerden elde edilen sonuçlardan biri de haber kuruluşlarının belirli siyasal ideolojiler çerçevesinde kurumsallaştığıdır. Medya kuruluşlarında yöneticilerin gazetecilik temeli olmayan kişilerden oluşması dolayısıyla gazetecilerin ve yöneticilerin

“... Yöneticiler gazetecilikten gelmiyor. Haber kuruluşlarının çoğu ticarileşti. Belirli sermaye gruplarına ya da siyasal otoritelere hizmet ediyorlar. Onlar gibi düşünmemizi ve onların istediği şekilde yazmamızı istiyorlar. Bu benim özgürlüğüme müdahale etmektir”(KG10).

arasında ortaya çıkan çatışmalar da freelance gazeteciliği cazip hale getirmektedir. Gazetecilik eğitimi alan pek çok gazeteci, geleneksel yönetim kalıpları içinde hareket eden yöneticilerin baskılarından kaçmaktadır.

4.3.3 Çalışma Zamanı Ve İş Yükü: İş - Yaşam Dengesi Sorunu

Freealance gazeteciler, çalışmanın ne zaman yapılacağı, iş ve ev yaşamı arasında bir bulanıklığın yaşandığı ve işi yapmak için yeterli zamanın olmadığı ya da çalışma zamanları üzerinde kontrol eksikliği olduğuna yönelik görüşler beyan etmiştir.

Paradoksal olarak, birçok freelance gazeteci için “çalışma zamanı”, özgür çalışma tercihinin merkezinde yer alırken, daha da önemlisi özerklik arzusunun özünde aslında çalışma zamanı bir kaynak olarak deneyimlenmektedir.

Gazetecilerin freelance çalışmaya yönelmesinde etkili olan en önemli motivasyon kaynaklarından biri esnekliktir. Esnek çalışmanın gazetecilere sunduğu en önemli avantaj ise seçim özgürlüğüdür. İdeal tip freelance çalışan bir gazeteci, üreteceği içeriğe ilişkin haberi seçebilir, kendi çalışma programını hazırlayabilir ve nerede ve ne zaman çalışacağına karar verebilir. Fakat freelance çalışan gazetecilerin çalışma süreleri, kurumsal gazetecilerden çok daha belirsiz ve daha az yapılandırılmış olma eğilimindedir. Dahası, freelance çalışma, genellikle çalışma zamanı ile çalışma dışı zaman arasında belirsiz bir sınır ile karakterizedir. Bu durum iş yaşam dengesini olumlu değil olumsuz bir etki yapabilmektedir.

“Gazetecilik farklı bir iş, farklı bir meslek. Onu sadece 09:00-17:30 gibi belirli mesai saatleri aralığına sıkıştırıramazsınız. 24 saat gazetecilik yapar bir gazeteci. Düşünür, okur, kurgular, yaratıcıdır. Her ortamda her konudan bir haber çıkar mı düşüncesiyle yaşar hayatını“ (KG8).

Freelance gazetecilerin esnek çalışmanın sağladığı avantajlar dolayısıyla daha fazla boş zamana sahip olduğu ve boş zamanını daha kaliteli biçimde tükettiği düşüncesi tam manasıyla gerçeği yansıtmamaktadır. Çünkü freelance gazetecilerin içerik üretme görevleri dışında işle ilgili pek çok görevi de bulunmaktadır. Freelance gazeteciler kendi çalışma saatlerini ayarlama esnekliğine sahip olmaktadır; ancak iş/yaşam dengesi oldukça zayıftır ya da bazı durumlarda neredeyse hiç var olmamaktadır. Görüşülen kişiler, freelance çalışmanın sağladığı esneklikten keyif aldıklarını, ancak sürekli “top üzerinde” olmak zorunda olduklarını ifade etmektedirler. Haftada yedi gün çalışmak ve boş zamanlarında da işle ilgili görevler yapmak gibi söylemler, görüşülen kişiler arasında yaygındır.

“Ben kadrolu çalıştığım dönemden daha fazla çalışıyorum artık. Çünkü neyi haber yapacağını, nasıl yapacağını, çalışmanın planlamasını, süreçlerini, riskleri, dağıtımını vs her şeyi sizin düşünmeniz gerekiyor. Örneğin; öncelikle haber yapacak konuyu düşünmeniz lazım. Konuyu bulduktan sonra haber konusundaki olaya nasıl ulaşacağını, doğru zamanı, üretim araçlarını falan her şeyi senin düşünüp programlayan lazım”(KG9).

Genellikle freelance çalışanların çalışma sürelerini ve sorumluluklarını düzenlemede zorluklar bulunmaktadır. Bir yandan, freelance çalışanlar, onları çalışmaya davet eden kurumun iç düzenlemesine tabi değildir, fakat öte yandan, talep edilmiş iş, son teslim tarihine kadar teslim edilmelidir.

“Haberleri üretirken kadrolu bir gazeteciden daha fazla mesai harcıyoruz aslında. Çünkü ona patronu şuraya git, olayı haber yap, fotoğraf çek ve şu saate yetiştir der. Olay yerine gitmesi için arabasını tahsis eder. Kameramanı görevlendirir. Ulaşım maliyetlerine karşılar. Oysa freelance gazeteci için haber konusunu düşünmek ve bulmak bile uzun bir mesai gerektirir. Haber konusunu bulduktan sonra eğer seyahat etmesi gerekiyorsa ulaşım için kaynak bulması gerekir. Gerekli üretim araçlarını tedarik etmesi gerekir. Olay yerine herkesten önce ulaşır , olayın en ilgi çekici yönlerini keşfedip yaratıcı bir bakış açısıyla onu içerik haline getirmesi gerekir. Ardından bu haberi etkili pazarlama yöntemleriyle satıp para kazanır. Tabii tanınmış ve çevresi olan bir gazeteci için durum bu kadar karamsar değil. Ama büyük çoğunluk benim gibi bir süreç yaşar”(KG3).

Freelance çalışmanın sağladığı esneklik, çalışma ve boş zaman arasındaki sınırı bulanıklaştırmaktadır. Bu durum, bireyin ve özgür hareket etme davranışını da ortadan kaldırmaktadır. Belirli bir tarihte haberi yetiştirme kaygısı ya da çeşitli müşteriler için daha fazla haber üretme baskısıyla faaliyette bulunma, bağımsız hareket etmeyi, kişisel tasarrufta bulunmayı da devre dışı bırakmaktadır.

“Freelance çalışmanın sunduğu esnekliği seviyorum. Her gün belirli saat aralığında çalışma yapma gibi bir zorunluluğum yok. Ama bu daha az çalışıyorum anlamına gelmiyor. İş anlaşması yaptığımda neredeyse o işi yetiştirmek için gece geç saatlere kadar çalışıyorum. İş olmadığı zamanlarda bile her gittiğim yerde ve konuştuğum kişilerde olaylara haber gözüyle bakıyorum ve değerlendiriyorum. Zihnimde sürekli bu olur. Sürekli okumak ve araştırma yapmak zorundayım. Hafta sonu sektördeki eventlere, söyleşilere katılıyorum. Hem çevremi genişletiyorum hem de kendime potansiyel müşteriler buluyorum. Dolayısıyla aslında 7 gün 24 saat çalışıyorum”(KG2).

Modern döneme ait olan boş zaman algısı, özellikle kapitalist ideolojiye uygun şekilde organize olmakta ve yeni anlam ve kullanım değerleri içermektedir. İşin/çalışmanın rasyonelleşmesiyle çalışma dışı alanın da yönetimi sorunsal kapitalizmin uğraşlarından biri olmuştur. Kapitalist bakış açısıyla boş zaman, çalışmanın yeniden üretimi için gerekli yaşam ve zaman alanıdır. Dolayısıyla boş zaman kavramı çalışma dışı alanda, çalışma zamanında oluşan yorgunluğun giderilmesine olanak sağlayacak hizmetleri kapsamaktadır (Aytaç, 2002:233).

Bu çerçevede boş zaman, bireylerin çalışma süreleri dışında sahip oldukları zamanı ifade etmektedir. Oysa ilk bakışta boş zaman, iş dışındaki sürede bireylere bırakılan zaman olarak düşünülse de, gerçekte sınırları çalışma zamanı ile çizilmiş ve denetim altına alınmış bir zaman dilimini ifade etmektedir. Oysa yeni kapitalizmin sunduğu esneklik uygulamaları çalışma zamanı sınırlarını aşındırarak boş zaman kavramını da manüple etmektedir (Omay, 2008:123). Eğlenme, dinlenme, hayattan zevk alma gibi hedonist arzulara hizmet eden boş zaman kavramı, esnekliğin sunduğu sahte anlamlar içinde şekil değiştirmektedir. Bir ofise gidip belirli bir mesai içinde çalışmama durumu kişide daha fazla boş zamana sahip olma duygusu yaratmaktadır.

“Daha önce kurumsal bir gazetecilik deneyimine sahip olduğum için şunu söylemekte bir sakınca görmüyorum: Freelance gazetecilik yapmaya başladığımdan beri daha çok çalışıyorum. Belirli bir mesai uygulamasının olmaması avantaj olarak görülse de özel hayat ve iş hayat ayrımı ortadan kalkıyor. Çalışma zamanı ve boş zaman ayrımı da öyle. Evin içinde günün her hangi bir zaman diliminde çalışıyorum. Eğer işi bitirmek için bir zaman kısıtlaması varsa 24 saat bilgisayar başında olmak zorunda kalıyorum. Dolayısıyla gece de çalışıyorum, hafta sonu da (KG4).

Çalışma hayatı ve çalışma dışı hayatı arasındaki sınır giderek bulanıklaşmasına rağmen çalışma olgusunun esnek çalışma koşullarına göre şekillendirilmesi ve çalışanın zihninde yeni algısal düzenlemeler yapılmasıyla gerçeklik kamufle edilmektedir. Özellikle dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte işin süresi kısalmakta ve işin işyeri dışında yapılabilmesi olanaklı hale gelmektedir. Çalışana belirli bir mekan ve zamandan bağımsız olarak işini yapabilmesine olanak sağlayan teknikler ortaya çıkmaktadır. Fakat bu durum, çalışanı iş ortamından bağımsız çalışmaya olanak sağlayan yeni teknolojiler sayesinde çalışan üzerindeki kontrol alanının daha da genişlemesine yol açmaktadır. Böylece çalışanlarda kendi kendini disipline etme davranışı kaçınılmaz hale gelmektedir.

“Freelance çalışma bana esnek çalışma imkanı sunuyor. Fakat bu daha az çalıştığım anlamına gelmiyor. Aksine iş yüküm ve sorumluluğum daha da arttı. En önemli sorumluluklarımdan biri de kendimi disipline etme zorunluluğum. Bu aslında en zoru. Kurumsal bir işyerinde bu disiplini senin dışındaki kişiler sağlıyor ve sen sadece uyum sağlıyorsun. Oysa freelance çalışarak zaman ve iş konusunda kendini disipline etmede sorumlu sensin. Bunu başaramadığın durumda zaten çalışamaz hale geliyorsun. Ne zaman çalışacağını, ne kadar süre çalışacağını ve işi ne zaman teslim edeceğini kesin olarak planlaman gerekiyor. Aksi halde sürekli savsaklayabiliyorsun ya da erteleyebiliyorsun. Evde çalıştığın zaman bir misafirin gelebiliyor. Ya da bir diziyi izlemek istiyorsun. Bu da kendini disipline etmede zorluklara sebebiyet vermektedir. Kendini disipline etme durumun, sadece çalışma zamanı konusunda değil ücret, iş güvenliği, sağlık ödemeleri gibi her konuyu da kapsıyor. Bu da extra bir çaba olarak düşünülebilir. Kendini yönetmek zorundasın. Disiplinli olmadığında piyasada iş bulman zor çünkü”(KG8).

Nitekim freelance gazetecinin kendini disipline etmesi ve sıkı çalışması gerekmektedir. Diğer bir deyişle, kendisinin patronu olduğu için yönetici figürünü içselleştirmesi gerekmektedir. Aynı zamanda bu durum özgürlüğün de fiyatlanması anlamına gelmektedir. Böylece, freelance çalışan, kendi iş yüküne uyum sağlamaktadır.

4.3.4 Finansal Zorluklar ve Baş etme Yöntemleri

Yapılan görüşmeler neticesinde freelance gazetecilerin yaşadığı 3 büyük finansal sorun olduğu görülmüştür: Bunlar, işgücü piyasasında artan ticarileşmeye bağlı olarak gazeteciler arasında oluşan rekabet, ücretlerdeki düşüş ve ücretin zamanında ya da hiç alınamaması sorunlarıdır.

Gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde toplanan verilerde mesaj açıktır: Medya endüstrisinde freelance ve diğer atipik çalışanların sayısındaki artışa paralel olarak çalışanlar arasındaki rekabet artmıştır. Bu, görüşmelerde belirgin bir sonuçtur.

“Freelance çalışmaya başladığımdan beri portföyümü artırmak için kendimi daha fazla haber yazmak zorunda hissediyorum. Tabii ki bu haberlerin ses getirmesi gerekiyor. Bunun için herkesten önce haber yerine ulaşmam, haberi üretilip satmam gerekiyor.. Bu da gazeteciler arasında rekabeti artırıyor. Piyasada tanınmak zorundasın ve bunun için en iyisi olmak zorundasın”(KG13).

Freelance gazeteciler arasındaki rekabet sadece olay yerine en önce ulaşip haberi yazma noktasında değil, piyasada en fazla haber satın alan kişi ve kurumlarla da yakın temas içinde olma noktasında gerçekleşmektedir. Daha önce de ifade edildiği gibi network çok önemlidir.

Bu, kişilerle güçlü ve sağlam bağlar kurup sürekliliğini sağlamak anlamına gelmektedir. Bu noktada da rekabetin yoğun olarak hissedildiği görülmektedir. Öyle ki freelance gazeteciler arasında kollektif bir bilincin olmayışı ve bireyselleşmenin yüksek olması rekabetin şiddetini de belirlemektedir.

“Yaşadığım en büyük sorunlardan birisi ürettiğim haberi herkesten önce satabilme noktasında ortaya çıkıyor. Bu da güçlü bir çevrenin olmasını gerektiriyor. Tanınan bir gazeteci olduğunda haberin fiyatı da artıyor çünkü. Bu yüzden hem güçlü bağlar kurabilmen gerekiyor hem de iyi haberler üretebilmen gerekiyor”(KG4).

Diğer yandan freelance gazeteciler arasında bir dayanışma ruhunun olduğu da görülmektedir. Piyasada benzer deneyimler yaşayan freelance gazeteciler arasında müşteri bulma noktasında bir yardımlaşma ağı da kurulmaktadır. Gazetecilerden birinin yoğun olması halinde, gelen teklifler ağ içindeki diğer freelance gazetecilere yönlendirilmekte ve freelance gazeteciler arasında güçlü bağlar oluşturulmaktadır.

“Freelance gazetecilik yapıyorsanız hep iş kovalamanız gerekiyor. O yüzden network’ü sağlam tutmanız gerekiyor. Çoğu zaman diğer gazetecilerle birbirimize iş pasladığımız da oluyor. Bu biraz da dayanışma ile ilgili bir durum. Çünkü benzer deneyimleri yaşamış gazeteciler arasında dayanışma bilinci oluşuyor. O da kazansın istiyorsun” (KG7)

Gazeteciler açısından yaşanan diğer bir zorluk ise ücretlerin düşük olmasıdır. Rekabetin yoğun olarak hissedildiği böyle bir ortamda üretilen haberin fiyatı da düşmektedir. Bu durum, haberin kalitesinin azalmasına ve yazarlara saygı duyulmamasına yol açmaktadır. Bazı yazarlar iyi gelir elde ederken, diğerleri bir ortağın desteği ya da başka bir işten elde edilen gelir olmadan freelance gazetecilik yapamayacaklarını kabul etmektedir. Bazı gazeteciler sadece dergiler ve gazeteler için yazmak istemektedir, diğerleri bunun sınırlı, hatta romantik bir durum olduğuna inanmaktadır.

“Freelance gazetecilik eskiden iyi bir gelir elde edebileceğin bir meslekti. Fakat şimdi çok sayıda atipik çalışan gazeteci var. Ben bir haber için 500 TL istediğimde diğeri ben aynı haberi 300 TL’ye satıyorum diyebiliyor. Zaten ajanslardan haber satın almak daha ucuz olabiliyor. Eğer yabancı ajanslarla çalışmıyorsan sadece freelance gazetecilik yaparak hayatını idame ettirmen zor”(KG6).

Gazetecilik işi genel olarak zor ve ciddi uğraş gerektiren bir meslektir. Freelance gazetecilik ise kurumsal gazetecilikten çok daha zor ve çok daha fazla uğraş gerektiren bir meslektir. Bir haber üretim süreci uzun ve meşakkatli bir süreçtir.

Çoğu zaman tehlikeli ortamlarda ve sağlıksız koşullarda habere ulaşılmaktadır. Kurumsal bir gazeteci haber üretim sürecinin başından sonuna kadar kurum tarafından desteklenmekte ve her türlü ihtiyacı karşılanmaktadır. Oysa freelance çalışanlar, haber üretim sürecinin bütün aşamalarının maliyetini kendi imkanları ile karşılamaktadır. Bununla birlikte haberin fiyatı, kelime ya da tıklanma sayısı, veya haber konusu baz alınarak belirlenmektedir. Yayıncı ya da editör, freelance gazeteciden bitmiş bir haberi satın almaktadır. Dolayısıyla haberi üretirken sarf edilen zaman ve katlanılan çaba bu alışverişte ücrete dahil edilmemektedir.

Gollmitzer, (2014:836) “medya kuruluşlarının ve yayıncıların sadece bitmiş ürünü satın almaya başladığından beri harcanan sürenin karşılığının ödenmediğini” vurgulamaktadır. Cohen (2013:79) de yayıncıların "freelance yazarların ödenmemiş emek sürelerinden değer elde etmeyi" istediklerini belirtmektedir.

“ ... Haber yerine gidebilmek için arkadaşşımdan borç aldığım olmuştur. Hatta tatil için biriktirdiğimiz parayı harcamak zorunda kalmıştım ve nişanlığımın da katkı sağladığı ortak bir paraydı. O sene tatile gidemedik mesela. Doğu’da zor bölgelerde fotoğraf çektim. Oradaki zor koşulları bizzat kendim de yaşadım. Silah sesleri altında yağmur çamur demeden o bölgeden kaçan insanlarla beraber günlerce yürüdüm. Hatta hasta olan yaşlı bir adamı taşımaya yardımcı olduk. Haber üretirken ya da fotoğraf çekerken çok uzun zaman olay yerinde geçebiliyor. Tehlikeli bölgelerde hayatını riske atabiliyorsun. Dolayısıyla haber için çektiğin fotoğraflara sıradan bir ürüne olduğu gibi değer biçilmesine üzüliyorum. Bir fotoğraftaki kareye ücret ödeniyor. Oysa siz o fotoğraf karesi için bir ay oradaki insanlarla o zorlukları yaşıyorsunuz”(KG13).

Kültürel çalışmaları gerçekleştirmek için gerekli olan belirli beceriler kültür çalışanlarının doğasında bulunmaktadır ve kültür çalışanları, diğer işçilerden farklı olarak ürettikleri nesneleri önemsemektedir. Nitekim pek çok akademisyen (Deuze, 2008; Caves, 2003:75; Banks, 2010:252), kültür çalışanlarını diğer çalışma türlerinden farklı olarak konumlandırmakta ve bu alanda çalışanları benzersiz işçiler olarak görmektedir. Neilson , Rossiter (2005:10) , kültürel işçileri esas olarak motive eden unsurun “yaratma arzusu” ya da “sanat için sanat” üretme çabası olduğunu görmektedir.

Bu, kişisel yatırım anlamına gelmekte ve paradan ziyade bu alanda çalışanların işlerine duydukları sevgi, kültürel işçileri daha yaratıcı ürünler üretmeye motive etmektedir. Gazetecilerin işlerine olan bağlılığının ve yaratma isteğinin önemi kabul edilmekte; ancak bu durum, gazetecilerin hayatlarını idame ettirebilmek için para kazanmak zorunda oldukları gerçeğini bertaraf etmemektedir.

“..Çoğu zaman hiçbir ücret almadan da yazdığım oldu. Çünkü yazdığımda kendimi yeniden üretiyorum. Bunun hazzı elbette çok başka. Fakat benim de kiramı ödemem gerekiyor, sağlık ödemelerimi yapmam gerekiyor, tatile gitmem gerekiyor. Kısaca ihtiyaçlarımı karşılamam gerekiyor. Bunun için ücretimi zamanında almam çok önemli. Aksi halde kiramı ödemek için borç para arıyorum. Faturalarım birikiyor ve sağlık ödemelerime hiç sıra gelmiyor”(KG5).

Bununla birlikte freelance gazetecilerin yaşadıkları en önemli finansal sorunlardan biri de ücretlerini zamanında alamamalarıdır. Hatta bazı durumlarda yayıncı ile anlaştıkları ücreti hiç alamamaktadırlar. Bu görüşme yapılan tüm gazetecilerin ifade ettiği en büyük sorunlardan biridir.

“...Şu ana kadar çalıştığım yabancı ajanslar hariç yaptığım işin ücretini neredeyse hiç zamanında alamadım. Yabancı ajansların ücret konusunda hassasiyetleri çok yüksek. Çalıştığım hiçbir yabancı ajansla bu konuda sorun yaşamadım. Oysa Türk yayıncılar onlar gibi değil. Erteleyebiliyorlar ya da bir kısmını verip kalanını sonraki bir tarihte almamı söylüyorlar. Fakat söyledikleri tarih geldiğinde de parayı almak kolay olmuyor. Bazen alacağım olmasına rağmen adamların peşinden koşmaktan bıktığım için parayı almaktan vazgeçiyorum“ (KG2).

Hayatını freelance çalışarak idame ettiren gazeteciler açısından ücretin zamanında ya da hiç alınamamasının sonuçları da ağır olmaktadır. Çünkü gazeteci haberi üretim süreci ağır şartlarda ve yüksek maliyetlerde gerçekleşebiliyor. Ücretin alınamaması durumunda gazetecini maddi kayıpları daha büyük olmaktadır.

“Benim için en büyük sıkıntı ücreti alamamaktı. Özellikle iki olayda ücretimi alamamıştım ve bu beni çok üzmüştü. Suriye’ye gitmişim haber için. Kelle koltukta gittim diyebilirim. Zor şartlarda haberi yaptım ve ajansa gönderdim. Haber için olmamış dediler ve paramı vermeyiz dediler. Paramı almak için baya bir uğraştım. Hukuki bir süreci başlatmam gerekiyordu. Onunla da uğraşmak istemedim. Çünkü elimde yazılı bir sözleşme yoktu. Sadece sözlü bir anlaşma yapmıştık. Email yazışmaları vardı ispatlayabilirdim ama uğraşmadım”(KG7).

Feelance gazetecilerin ücretlerini alamamalarının sebeplerinden biri müşteri ile gerçekleştirilen anlaşmanın genellikle sözlü olarak yapılmasından kaynaklanmaktadır.

“Belirli sayfa karşılığında bana şu kadar vereceksiniz diye anlaşma yapıyoruz. Ama bu anlaşma kesinlikle yazılı şekilde gerçekleşmiyor. Tamamen karşılıklı güven temelinde sözlü olarak yapılıyor. Dolayısıyla ücreti alamadığımızda başvurabileceğimiz bir yer olmuyor. Çünkü ispatlayamıyorsun“ (KG6).

Gazeteciler, habercilik işlevlerini gerçekleştirirken haberin toplanmasından yayınlanmasına kadar geçen editoryal süreçte zor koşullarda çalışmaktadır. Bir gazeteci bazen bir haber üretmek için günlerce evinden, ailesinden uzakta, güç koşullarda yaşamak durumundadır.

Bir haber için kendini tehlikeye atabilmektedir. Bu şartlarda çalışan gazetecilerin ürettikleri haberin karşılığı olan ücreti alamamaları halinde tepkileri daha büyük olabilmektedir.

“Haber üretmek çok maliyetli bir iş ve çok emek isteyen bir süreç. Haber dediğimiz şey pahalı bir şey. Bir haber kaynağına ulaşırken uçak parası, otel parası, yemek parası, gibi pek çok maliyete katlanıyorsun. Bir çok kitap okumak ve araştırma yapmak zorunda kalıyorsun. Oysa dışarıdan baktığında sanki haber kolay bir şey gibi duruyor. Ne var ki yazıver işte diyorlar. Bir de pazarlık yapıp fiyatını düşürmek istiyorlar. Bunlara da razı oluyorsun ama haberin ücretini alamadığında çok üzülüyorsun. Çünkü çok emek vererek yapılan bir iş”(KG8).

Üretim faktörlerinden emeğin fiyatı olan ücret, hem iktisadi hayata hem de sosyal hayata çeşitli etkileri olan önemli bir konudur. Ücret, çalışan insanların gelirini ve hayat seviyesini belirlemektedir (Sabuncuoğlu, 2000:207). Bu nedenle freelance gazetecilerin çoğu farklı işler de yapmaktadır. Yapılan görüşmelerde freelance gazetecilerin yine aynı sektörde reklam, halkla ilişkiler, yazarlık, gibi işlerde de çalıştıkları görülmektedir. Görüşmelerde dikkat çeken hususlardan biri de gazetecilerin, genellikle halkla ilişkiler alanında (PR) da aktif rol oynadıklarıdır.

“ ... Eğer bir gün gazetecilik yapmayı bırakırsam PR alanında çalışırım. Kesinlikle bu alanı tercih ederim..”(KG1)

Gazetecilerin aynı zamanda halkla ilişkiler alanında çalışması çıkar çatışmalarına yol açabilmektedir. Gazeteciler kamu yararına hareket etmek durumundadır; oysa PR uygulayıcıları münhasıran müşterilerinin çıkarlarını savunmak için istihdam edilmektedirler. Böyle bir durumda gazetecilerin PR müşterilerine eleştirel olarak rapor vermeleri gerekmektedir. Bu pozisyondaki bir gazetecinin üç seçeneği vardır: PR müşterilerine odaklanan gazetecilik çalışmalarını azaltmak, işi kabul etmek ve PR müşterisine olumlu bir imaj yaratmak, olumsuz detayları atlamak.

Fakat bu durum, gazeteciliğin etik standartlarına ihanet etmek anlamına gelmektedir. Sonuç olarak gazetecilik ve PR uygulamalarını aynı anda yapmak gazetecilik kimliğini tehdit etmektedir (Ladendorf, 2012). Finansal güvensizlik konusunda endişelerini ifade eden freelance gazeteciler, düzenli olarak haftalık yazı işi veya geçici iş bularak para kazanmaktadır. Özellikle gig piyasasında dijital platformlarda günlük yazı işi, bularak ek gelir sağlamaktadırlar. Fakat bu platformlardan elde ettikleri gelir oldukça az olmaktadır.

“... Ben freelance gazetecilik dışında çok farklı içerikler de üretiyorum. Örneğin bir markanın içeriklerini de üretiyorum. Fakat benim gazetecilikten gelen bir temelim var. Ve başka türlü üretiyorum bu içerikleri. Fakat piyasada bu tür işleri yapan çok sayıda kişi var. Kimisi kendini gazeteci olarak tanımlıyor kimisi tanımlamıyor. Sadece freelance gazetecilik yaparak geçinmem mümkün değil”(KG9).

4.3.5 Sosyal Güvenlik Riskleri ve Sağlık

Ücret konusunda yaşanan sorunlara bağlı olarak ortaya çıkan diğer bir önemli sorun ise sosyal güvenceden yoksunluk halidir. Freelance gazetecilerin süreklilik arz eden bir geliri olmadığı için sosyal güvenlik ödemeleri de askıda kalmaktadır.

Freelance gazeteciler, sosyal güvenlik ödemelerini kendileri yapmak zorundadır. Görüşme yapılan freelance gazetecilerin çoğu, sosyal güvenlik ödemelerini yapamadıklarını, elde ettikleri gelirle sadece temel ihtiyaçlarını karşıladıklarını ifade etmektedir. Aynı zamanda, yeni bir iş bulana kadar mevcut kazancını yönetmesi gerektiğini, bazen aylarca çalışmadıklarını ve son işten kazandıkları para ile geçinmek zorunda kaldıklarını belirtmektedirler. Sosyal güvenlik konusuna ilişkin sorunlar, ücret sorunu ile bağlantılı olmaktadır. Freelance gazeteci, ürettiği içerikle ilgili yayıncı ile bir ücret anlaşması yapmakta; fakat bu ücret sadece söz konusu içeriğe karşılık olarak belirlenmektedir. Yayıncı, gazetecinin sosyal güvenlik ödemelerini yapmamaktadır. Oysa gazeteci, haberden elde ettiği gelir ile sosyal güvenlik ödemelerini de gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla gelirin düzensiz ve belirsiz olması, sosyal güvenlik ödemelerinin de ertelenmesine yol açmaktadır. Görüşme yapılan gazetecilerin tümünde sosyal güvenlik konusu belirgin bir sorun olarak görülmektedir. Bu konuda görüşme yapılan bir gazeteci görüşünü şöyle ifade etmiştir:

“Sosyal güvenlik konusunda freelance gazeteci olarak çalıştığım kurum bana hiçbir katkı sağlamıyor. Kesinlikle hiçbir şey. Ben hala SGK prim ödemelerine başlayamadım. Çünkü oraya ödeme yapmak için para ayıramıyorum. Kazancım sadece kiramı, faturalarımı ve temel ihtiyaçlarımı karşılamaya yetiyor. Çalışmadığım dönemler de oluyor ve benim elimdeki para ile hayatımı idame ettirmem gerekiyor” (KG2).

Genel olarak sosyal güvenlik ve refah sistemleri freelance çalışanların risklerini yeterince karşılamamaktadır. Freelance çalışanlar, kendi hesabına çalışan olarak muamele gördükleri için, mevcut hükümler, düşük iş güvenliği ve gelir seviyeleri söz konusu olduğunda özel koşullarını dikkate almamaktadır. Refah sistemleri , daha çok standart istihdam ilişkileri olan işçilerin ihtiyaçlarını karşılamak için tasarlandığından standart dışı istihdam ilişkilerine sahip çalışanlar kapsam dışında yer alabilmektedir. Koruma seviyesi gelirle bağlantılı olduğundan dolayı freelance gazetecilerin konumu kritik olmaktadır. Özellikle gelir düzeyleriyle bağlantılı olan bu durum, genel ya da mesleki programlar şeklinde olan emeklilik planları için de geçerlidir. Refah sistemleri emeklilik programlarında freelance gazetecileri içeriyor olsa bile asgari düzeyde koruma sağlamaktadır. Daha yüksek emekli maaşları, ilgili katkılar gerektirmekte ve hemen hemen tüm durumlarda bu ödemeler, sadece çalışanlar tarafından yapılmaktadır. (Nies ve Pedersini, 2003:13-14).

Freelance çalışanlar 5510 sayılı Kanunun 4/b maddesi uyarınca sigortalı olabilmektedir. Freelance çalışanlar kendilerinin belirledikleri bir kazanç üzerinden her ay sigorta primi ödemek suretiyle hem sağlık hizmetlerinden faydalanmakta hem de emekli olabilmektedirler. Ancak, 4/b statüsünde prim ödeyenlerinin emekli aylıkları düşük olmaktadır. Ayrıca prim ödeme gün sayısı da 4/a'lılara göre daha yüksektir. Nitekim görüşme yapılan freelance gazetecilerin düzenli bir gelirin olmaması ve sattığı haber içeriği karşılığında gelir elde etmesi dolayısıyla sosyal güvenlik ödemelerini gerçekleştiremedikleri görülmektedir.

“Freelance gazetecinin hiç bir sosyal güvencesi yoktur. Ben de sosyal güvenlik ödemelerimi birkaç yıldır yapamıyorum. Elde ettiğim gelir anca geçimimi sağlıyor. Kiramı ve faturalarımı ödüyorum. Aynı zamanda bir sonraki işe kadar bu paranın bana yetmesi gerekiyor. Çünkü bazı dönemlerde çok yoğun oluyorken, bazı dönemlerde hiç iş bulamıyorum. Dolayısıyla paramı iyi yönetmem gerekiyor. Bu nedenle sosyal güvenlik ödemelerimi sürekli erteliyorum”(KG11).

Başlarda freelance çalışma, içinde barındırdığı olumsuzlukları vaat ettiği özgürlük ile kamufle ederken, zaman içerisinde gazetecilerin yaşadığı deneyimler, güvencesizliğin etkilerini şiddetli bir biçimde hissetmelerine yol açmaktadır. Tehlikeli çalışma koşullarında çalışan gazeteciler, güvencesizliğin yol açtığı çaresizlik ile baş başa kalmaktadır. Bu konuda gazetecilerden biri deneyimini şöyle anlatmıştır:

“Sektöre freelance gazeteci olarak giriş yaptım. başlarda freelance gazeteciliğin sunduğu esneklik bana çok iyi gelmişti. İstedğim kişilerle istediğim konularda haber üretiyordum. Yeni insanlarla tanışıyordum ve network ağımlı oluştuyordum. Fakat bir olayda bacağım kırıldı ve o zaman sosyal güvencenin ne kadar önemli olduğunu anladım. Sonrasında zaten kurumsal bir kurumda çalışmaya yöneldim. Şimdi sosyal güvenlik ödemelerim kurum tarafından karşılanıyor, habere ulaşım sırasında yapılan tüm masraflar kurum tarafından karşılanıyor. Belki freelance olarak çalıştığım dönemde olduğu gibi özgür değilim ama düzenli bir maaşımın olması kendimi güvende hissettiriyor”(KG13).

Bazı görüşmecilerin “Sosyal güvenlik ödemelerimi babama havale ettim. Onlar takip ediyor.” şeklinde açıklamaları olmuştur.

Görüşme yapılan kadın bir gazeteci ise “... sosyal güvenlik ödemelerimi yapamıyorum ama eşim kurumsal bir firmada çalıştığı için onun sağlık sigortasından faydalanıyorum” açıklamasını yapmıştır. Görüşme yapılan freelance gazetecilerin sosyal güvenliğe ilişkin algılarında bazı farklılıklar olsa da, genellikle benzer deneyimler yaşadıkları görülmektedir. Çoğunluğu ödemelerini sadece freelance gazetecilikten elde ettiği gelir ile karşılayamadıklarını belirtmektedir.

4.3.6 Değişen Kariyer Algısı Ve Nitelikler

Esnek çalışma biçimlerinin yaygınlaşması ile örgüt merkezli kariyer yaklaşımları yerini ben merkezli kariyer yaklaşımlarına bırakmaktadır. Artık bireyin kendi kariyerini kendisinin yönettiği bir süreç söz konusudur. Bu çerçevede freelance gazetecilerin kariyer süreci, portföy kariyer (Clinton vd., 2006) ve çok yönlü/değişken (protean) kariyer (Hall, 1996) yaklaşımı adı altında ele alınmaktadır. Bu tür kariyer yaklaşımları örgütün yönlendirmesinden bağımsız olarak, bireysel kontrol yoluyla gerçekleşmektedir. Böylece sınırlı geleneksel örgüt merkezli kariyer yaklaşımları sınırsız kariyer yaklaşımlarına dönüşmektedir.

Yeni kariyer yaklaşımlarında, örgütün değil bireyin yönettiği bir süreç söz konusudur. Bu kariyer süreci, çalışanların eğitimini, çeşitli organizasyonlardaki tecrübelerini, meslek alanlarındaki değişiklikleri ve çeşitli alanlardaki deneyimlerini kapsamaktadır. Bir çalışanın çalışma hayatındaki tüm deneyimleri, kişinin kendi portföyünü oluşturmaktadır ve kariyer sürecinin yönetimini bireyin kendi sorumluluğuna yüklemektedir.

Yeni mezun genç gazeteciler, freelance çalışarak sektöre giriş yapmaktadır. Kurumsal bir iş bulamadıkları durumda çeşitli platformlarda içerik üreterek ya da fotoğraf çekerek kariyerleri için portföy oluşturmaktadır. Görüşmecilerden yedisi kurumsal gazetecilik alanında çalışarak mesleğe başladığını belirtirken bunların sadece üçünün kadrolu olarak çalıştığı anlaşılmaktadır. Mesleğe kurumsal bir basın kuruluşunda çalışarak başladığını ifade eden görüşmecilerin üçü zaman içerisinde oluşan olumsuz koşullar neticesinde kurumdan gönüllü olarak ayrılıp freelance çalışmaya yöneldiğini ifade etmiştir.

“Ben çok uzun zamandır dönemsel olarak freelance gazetecilik yapıyorum. Tam zamanlı çalışırken de freelance olarak içerik hazırlıyordum. Yaklaşık 16 yıldır sektörün içinde olan biri olarak gazeteciliğin en güzel olduğu yıllarda sektöre adım attım. Gerçek gazeteciliğin olduğu dönemdi o yıllar. Günümüzdeki gazetecilik uygulamaları ile arasında inanılmaz çok fark var. Aydın Doğan Lisesi’nin ilk mezunlarıydık ve ilk olarak kurumsal bir basın kuruluşunda çalışmaya başladım. Aynı zamanda çeşitli dergilerde ve haber kuruluşlarında da çalıştım. Buralardan ayrılıp freelance çalışmaya yönelmemdeki sebep emeğimin sömürüldüğünü hissetmemdir. Ben kendim işten ayrılmayı tercih ettim. Çünkü uzun yıllar çalışmama rağmen kadroya alınmıyordum ve bunu hazmedemedim. Aynı şartlarda çalıştığım kişilerden daha az maaş alıyordum ve sosyal haklarım kısıtlıydı.

O zaman kariyerimi kendim yönetmeliyim dedim ve ayrıldım. Şimdi sadece freelance gazetecilik yapıyorum ve kariyerimi bu şekilde yönetiyorum”(KG9).

Görüşmecilerin freelance çalışmayı kariyer süreçlerinde önemli bir aşama olarak gördükleri ve bu süreci başarılı bir şekilde yönettikleri anlaşılmaktadır.

“Ben uzun yıllar CNN Türk’te çalıştım. Sonra baktım işler iyi gitmiyor. Yani gazetecilik bozuluyor. Ben böyle gazetecilik yapmak istemedim ve kurumdan ayrılarak freelance çalışmaya başladım. Freelance çalışma benim kariyerimde önemli bir aşamaydı. Çünkü camiada zaten kendinizi kanıtladığınızda siz müşteri aramıyorsunuz, adamlar size geliyor. Haber yaptığınız kişiler sizin kariyer portföyünüzde önemli bir değer oluyor. Network ağınız ne kadar geniş ve güçlü ise camiada bonservisiniz de o kadar yüksek oluyor”(KG7).

Freelance çalışmayı geleneksel kariyer yaklaşımları çerçevesinde ele almak yerine portföy kariyer ya da çok yönlü kariyer yaklaşımları çerçevesinde değerlendirmek gerekir. Nitekim kariyer yaklaşımı, sadece kurumla sınırlı bir süreçten ibaret değildir. Dolayısıyla freelance gazetecilerin kariyer süreci bir haber kuruluşundaki tam zamanlı çalışma deneyimleri de dahil olmak üzere farklı dönemlerde yaptığı diğer bütün ilişkileri ve deneyimleri de kapsamaktadır.

Bu süreçte, gazeteci kendi kariyer planını kendisi yönetmektedir. Dolayısıyla freelance gazetecilerin kariyer süreçlerine katkı sağlayan en önemli unsur, birlikte çalıştıkları müşterilerin sayısı ve niteliğidir. Çünkü bağlantılar ne kadar güçlü olursa sektörde iş bulmaları ve tanınmaları da o kadar fazla olmaktadır.

Prestijli gazetecilik okullarından mezun olanlar, kendilerine daha fazla güven duymaktadır. Bu kişilerin hem sahip olduğu nitelikler hem de kişisel networkleri daha güçlü olmaktadır. Özellikle staj dönemlerinde kurdukları bağlantılar, sonraki dönemlerde atacakları kariyer adımlarının başlangıcı olmaktadır. Portföylerine ekledikleri her bir deneyim, kariyerleri için büyük öneme sahiptir.

Nitekim freelance gazeteciler için yaptıkları iş kadar bu işi kimler için yaptıkları da bir o kadar önemlidir. Prestijli müşterilere satılan bir içerik sonraki müşteriler için de bir referans olmaktadır. Katılımcılardan bir kaç çoğu zaman hiçbir ücret almadan da içerik hazırladığını belirtmiştir. Bunun nedenini bir katılımcı şöyle açıklamaktadır:

“Sektöre ilk girdiğim dönemlerde ücretsiz iş yaptığım da oluyordu. Çünkü piyasada öncelikle ismini duyurman gerekiyor. İyi işler yapmak istiyorsan çevrenin geniş olması lazım. İlk yıllarda ailemden maddi destek alarak hayatımı sürdürüyordum.

Zamanla iş yaptığım kişiler zincirleme olarak çoğaldı. Ben ücretsiz içerik hazırlarken bile aslında kariyerim için çalışıyordum. Çünkü bizim sektörde kimler için çalıştığın ya da nerede yazdığın çok önemli” (KG5).

Yaratıcı endüstrilerde çalışanlar, genellikle freelance çalışmaktadır ve kendi profesyonel networkleri aracılığıyla iş yaratmakta ve kaynak sağlamaktadır. Kendi fırsatlarını yaratabilen, potansiyel müşteri adaylarını oluşturabilen ve sürekliliğini sağlayabilen freelance gazeteciler bu süreçte başarılı olabilmektedir. Freelance gazeteciler için çalışma hayatı genellikle çeşitli projeler arasında ve projeler içinde hareket etmeye dayalı olmaktadır.

“Freelance gazetecilik öyle bir iş ki bazen gerçekten başınızı kaşıyacak zamanınız olmuyor. Bazen bana gelen teklifleri bile reddetmek zorunda kalabiliyorum. Özellikle büyük yabancı haber ajansları ile çalışıyorum. Daha çok Avrupa basını için çalışıyorum. Belçika var. Almanya var. Fransızlar var. Zaten iyi iş çıkartıyorsanız ve büyük haber kuruluşları için çalışıyorsanız bu sizin kariyerinize büyük katkı sağlıyor. Yani çalıştığınız kişiler ve yaptığınız haberlerin ses getirme düzeyi kariyerinizde önemli şeyler” (KG7).

Dijital teknolojilerin gelişmesi, gazeteleri ve işleyiş biçimlerini etkileyerek haber üretim pratiklerinde değişikliklere ve işgücünün yeni nitelikler geliştirmesine yol açmıştır. Günümüzde gazetecilerin içeriği toplama, değerlendirme ve yazma gibi temel gazetecilik görevlerinin yanı sıra o içeriğe uygun fotoğrafı seçme, haberle ilgili bir fotoğraf galerisi oluşturabilme ve bir video içeriği üretme becerilerine sahip olması gerekmektedir. Nitekim, günümüzde bir gazeteci, dizüstü bilgisayarını, dijital kamerasını ve ses kayıt cihazını alarak haberin gerçekleştiği yere gitmekte ve hazırladığı içeriği evden yayınlama imkanına sahip olmaktadır. Bu değişikliğin bir kısmı, cep telefonları, e-posta, anlık mesajlaşma, fotoğraf tarayıcıları ve dizüstü bilgisayarların gazetecilere herhangi bir zamanda herhangi bir yerden çalışabilmelerine olanak tanıyan imkanları sunmasıyla gerçekleşmektedir.

Diğer yandan bu gelişmeler gazetecilerin verileri toplamak ve işlemek için hem gazetecilik becerisine hem de teknik yazılım becerisine sahip olmasını gerektirmektedir. Söz konusu gelişmeler, gazetecilerin çok yönlü becerilere sahip olmasını zorunlu kılarken, aynı zamanda mobil teknolojileri etkin bir şekilde kullanan herkesin gazetecilik yapabileceği sonucunu da doğurmuştur. Özellikle vatandaş gazetecilik bu gelişmeler neticesinde oluşmuş bir kavramı temsil etmektedir. Dijital devrim, dünya çapında özgür bir bilgi, fikir ve bilgi akışı platformu oluşturmuştur.

“Gazetecilik eskiye kıyasla sıradan bir meslek haline geldi. Eskiden gazeteciliğin bir prestiji vardı. Oysa şimdi elinde akıllı bir telefonu olan herkes haberi anında çekiyor ve çeşitli platformlarda paylaşıyor. Çoğu gazeteci olay yerine gitmeden paylaşılan fotoğraflar videolar üzerinden haberini üretiyor. Dolayısıyla gazetecilik faaliyetleri haber üretmeden ziyade haber işleme üzerinden dönüyor”(KG9).

Dijital devrimin bir sonucu olarak yeni medya biçimlerinin ortaya çıkışı ve çevrimiçi sosyal ağların yükselişi, medya ortamını yeniden şekillendirmiştir. Dijital rötüştan toptan aldatmaya kadar, medya dünyası şimdiye kadar benzeri görülmemiş bir dizi zorlukla karşı karşıyadır . Sadece ortaya çıkan farklı medyadan değil, aynı zamanda yeni iş dinamikleri de yeni becerilerin gelişmesinde itici rol oynamaktadır. Her gün yeni cihazlar ve araçlar, bazen gazetecilerin ve kitlenin henüz bilmediği seçeneklerin ve fırsatların artmasına neden olmaktadır. Bilgi çağının ve elektronik gazeteciliğin doğuşuyla, gazetecilerin işlevleri bilgi aktarımından bilgi işlemeye kaymıştır. McLuhan’ın eserlerinde, her aracın kendini dünyaya yaymak için farklı bir duysal deneyim sunduğu açıklanmaktadır. Dolayısıyla gazeteciliğin temeli, en son ortaya çıkan medya olan internet ile değişmeye başlamıştır(Kaul, 2013:128).

“Bir dönem çok havalıydı gazetecilik. Ama artık öyle değil. Şimdi piyasa çok karışık. Vatandaş gazeteciliği kavramı popülerleşti. Artık akıllı telefonu olan ve olayın fotoğrafını çekip twitterden yayan herkes gazeteci konumuna geldi. Dolayısıyla seçkin bir meslekten herkesin yapabileceği bir şeye dönüştü. Artık ben gazeteciym demenin de bir esprisi kalmadı. Instagramda bilmem kaç bin takipçisi olan daha popüler hale geldi. Eskiden bizim gazeteciliğe başladığımız yıllarda bir haberimizin yayınlanması inanılmaz bir duyuydu. Hala daha basılı yayınlara yazıyorum. O çok başka bir duygu. Ama yeni medya artık çok önemli bir platform haline geldi ve burada herkes bir şey yazıyor. Dolayısıyla yazmak özel bir iş olmaktan da çıktı”(KG9).

Basın organları da bu değişime adapte olmakta ve değişen iş modelleri çerçevesinde istihdam edeceği gazetecilerde yeni beceriler aramaktadır. Basın işletmelerinin bilgisayar ve internet teknolojisi alanında uzman kişileri tercih ettikleri görülmektedir.

Çünkü çevrimiçi gazeteciliğin gelişmesiyle sadece habercilik değil işin teknik kısmını da bilmek önemli hale gelmiştir. Bu beceriler freelance gazeteciler için çok daha önemlidir. Çünkü freelance gazeteci haberin kaynağından dağıtımına kadar bütün süreçleri kendisi gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla teknik donanıma sahip olması gerekmektedir.

“Mobil teknolojilerini kullanmayı bilmek çok önemli hale geldi. Çünkü artık bütün işi onun aracılığıyla yapıyoruz. Önceden fotoğrafçı kendi işini yapıyordu, kameraman kendi işini yapıyor haber içeriğini hazırlayan da kendi uzmanlık alanında iş yapıyordu. Oysa artık sadece bir kişi bütün bu farklı işleri yapmak zorunda. Dolayısıyla bütün bu becerilere sahip olması gerekiyor. Aksi halde piyasada var olamaz. Çünkü freelance gazeteci sadece bir haberi bulan, yazan ve raporlayan kişiden çok daha fazlasıdır. Sosyal ağları takip etmeli, değişik bilgisayar programları konusunda becerikli olmalıdır”(KG13).

Freelance gazetecilerin sadece basın organları ya da ajanslar için değil aynı zamanda çeşitli dijital platformlarda da içerik paylaştığı görülmektedir. Üretilen haber içeriğinin formatı, paylaşılan medya ortamının özelliğine göre de değişebilmektedir. Bu da gazetecinin farklı platformlarda farklı içerikleri oluşturabilme beresine sahip olmasını gerektirmektedir.

“Ben hem basılı medyada hem de dijital medyada içerik üretiyorum. İki ortam için çok farklı bir bakış ve format gerekiyor. Basılı medyada yazmak hala benim için anlatılamayacak kadar haz verici bir şey. Hazırlayacağım içerikle ilgili önceden çok sayıda okuma ve araştırma yaparım. Dijital medyada da araştırma ve okuma önemlidir. Ama dijital medyada okuyucular daha çok görsel ve işitsel unsurlar üzerinden bir metni değerlendiriyorlar. İçeriği okumaktan ziyade haber metnine eklenen fotoğraf galerileri ve videolar onları daha çok ilgilendirmektedir. Dolayısıyla gazeteci olarak artık bu ayrımı göz önünde bulundurarak haber üretmek zorundayız”(KG8).

Bu tür çoklu yeteneğe sahip gazetecileri tanımlamak için “ çoklu ortam gazetecisi” kavramı kullanılmaktadır. Buna göre her alanda uzman olamasalar da gazetecilerin farklı alanlar ile ilgili temel bilgilere sahip olmaları gerekmektedir. Bir gazetecinin haber içeriğini kurgulamasının yanında fotoğraf çekebilme ve video oluşturabilme yeteneklerine sahip olması önemlidir. Aynı zamanda gazetecilerin bir web sayfası üzerinden bilgi paylaşımını gerçekleştirebilmeleri için web sayfası oluşturabilmesi ve grafik tasarım konusunda temel ilkeleri bilmesi gerekmektedir (Çetinkaya, 2017:388-389)

4.3.7 Sosyal İzolasyon ve Örgütlenme Sorunu

Görüşme sürecinde katılımcıların çoğunluğunun vurguladığı bir sorun dikkat çekmektedir. Görüşülen kişilerin ofis dışında bir ortamda tek başına çalışma eğiliminin olması, sosyal ilişkilerin gelişmesi için olası fırsatları sınırlandırmıştır. Çalışmanın niteliğine göre belirli bir ofisten bağımsız olarak çeşitli ortamlarda çalıştıklarını bildirmişlerdir.

Bu uygulama, bir işyeri politikasına bağlı olmamalarını sağlayarak avantajlar sunmaktadır. Fakat diğer yandan, freelance gazetecilerin yalnızlık duygusunu yoğun olarak hissetmelerine yol açmaktadır. Dolayısıyla sosyal izolasyon gibi olumsuz bir durumla da baş etmek zorunda kalmaktadır. Freelance çalışanın diğer bireylerle ilişkisinin olmaması nedeniyle yaşadığı sürekli yalnızlık hali, depresyona neden olabilmektedir.

“ Freelance çalışmanın en büyük zorluklarından biri de tek başına çalışmak zorunda kalmam. Bir ofiste çalışıyor olsam orada iş haricinde bilgi alış verişinde bulunabileceğim ve ofis çıkışı bir kahve içebileceğim kişiler olur. Aslında ofis kurallarından bağımsız evde çalışmanın avantajları var ama zaman içerisinde bu yalnız çalışma seni bunalıma sürükleyebiliyor. Bir haber yazarken fikir alabileceğin kimse yok. Ya da çalışma aralarında sohbet edebileceğin kimse yok. Duvarlarla konuşuyorsun. Bazen bütün gün pijama ile çalışıyorum ve iş bitene kadar günlerce evden çıkmıyorum. Dışarı çıktığımda yabancılaştığımı hissediyorum”(KG5).

Gazetecilerin bir kısmı telefonla, e-posta yoluyla etkileşim kurarak yüz yüze iletişimdeki eksikliği telafi ettiklerini ifade etmiştir. Gazetecilerden biri “ ... bazen saatlerce telefonda konuşarak ya da twitter aracılığıyla yazışarak hissettiğim yalnızlığı bastırıyorum” diyerek açıklama yaparken, görüşmecilerin bazıları ise telefon aracılığıyla iletişimin izolasyon duygusunu azaltmadığını belirtmiştir.

“... Saatlerce bilgisayar başında oturuyorum ve haber hazırlıyorum. Ya da haber dışında freelance olarak yaptığım içerikleri hazırlıyorum. İşle ilgili bir konuda telefonla görüşme yapmak beni tatmin etmiyor. Sosyalleşemiyorum. Yeni insanlar tanımak ve yeni arkadaşlıklar kurmak için sektörde yer alan atölye çalışmalarına katılıyorum. Bir çatı altında bir çok kişiyle bir arada olmanın tadı çok başka. İşe daha fazla odaklanıyorsun. Oysa evde işi sürekli erteliyorsun. İşe odaklanmakta zorluk yaşıyorum” (KG4).

Gazetecilerin sosyalleşmeye ve yeni insanlar tanımaya özel önem verdikleri bilinmektedir. Bu durum freelance gazeteciler için çok daha fazla önemlidir. Bireysel çalışmanın dezavantajlarını azaltmak için farklı yollara başvurdıkları görülmektedir.

Örneğin, bir görüşmeci, çalışma hayatında eksik olduğunu hissettiği insan ilişkilerini geliştirmek için çeşitli topluluklara üye olduğunu ve bu toplulukların etkinliklerine katıldıklarını belirtmiştir. Hatta birkaç görüşmeci kendileriyle görüşme talebimizden memnuniyetini ifade etmiştir. Müşterilerle çok fazla temasta bulunanlar bile daha yüksek değerde olan meslektaşları ile olan etkileşiminin eksikliğini yoğun olarak hissetmektedir.

“Müşterilerle işle ilgili kısa diyaloglar kuruyorum. Daha çok işle ilgili talimatlardan oluşuyor. Sonra eve geliyorum ve işi yapmaya başlıyorum. Evde uzun saatler çalışırken hiç gülümsemediğimi ya da tepki olarak hiçbir davranışı yapmadığımı fark ediyorum. Oysa ofiste meslektaşlarımla konuşur, güler hatta tartışırız. Bu tarz duyguların eksikliği benim kişiliğimi de etkilemeye başlıyor”(KG6).

Gazetecilere sendikaya üyelik durumları sorulduğunda sendika konusunda algılarının çok da olumlu olmadığı anlaşılmıştır. Görüşmecilerden 5'i Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın freelance gazetecilere yönelik gerçekleştirdiği projelerde aktif olarak yer almaya başladığından beri sendikaya daha ılımlı yaklaştıklarını belirtmiştir. Yine de görüşme yapılan gazetecilerin sendikaya güvenmedikleri ve Türkiye'de sendikal sistemin işlemediğine yönelik görüşlerin ağır bastığı görülmektedir. Bununla birlikte kurumsal gazetecilerin sendikaya üye olmaları halinde bile işten çıkarılma tehdidi ile karşı karşıya kaldıkları belirtilmiştir.

“Sendika'ya üye değilim . Hiç üye olmadım ve üye olmayı düşünmedim bile. Zaten kurumsal bir gazetede çalışırken sendikaya üye olsaydım beni kesin işten atarlardı. Çünkü onların onayladığı sendikaya üye olmazdım. Bence Türkiye'de sendika kültürü yok. Sendikalara güvenmiyorum. Sendika nasıl koruyacak hakkımı? Koruyacak bir mekanizma yok ki” (KG7).

Freelance gazetecilerin ve özellikle genç gazetecilerin yeni örgütlenme pratiklerine sahip oldukları görülmektedir. Sendikalar, freelance çalışanların gözünde sadece belirli problemleri hedefleyen sınırlı girişimleri desteklemektedir.

“Sendika, kadrolu gazetecilerin haklarını savunma noktasında bile yetersiz kalıyor. Freelance gazeteciler için ne yapabilir ki? Sadece bizim alanda değil diğer alanlarda da sendikaların etkin şekilde çalıştıklarını düşünmüyorum” (KG1).

Görüşme yapılan gazetecilerin neredeyse tümü sendikaya üyelik konusunda benzer görüşler beyan etmiştir. Freelance gazetecilerin sendikal örgütlenmeye yönelik kavrayışları genelde olumsuzdur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de freelance gazetecilerin işgücü piyasasının analiz edildiği bu çalışmada, freelance gazetecilerin işgücü piyasasındaki mevcut sorunları tespit edilerek buna yönelik çözüm önerileri sunulmaktadır. Freelance çalışma, tüm dünyada giderek yaygınlaşan güvencesiz bir çalışma biçimidir. Özellikle medya ve kültür endüstrilerinde, dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte, işgücü piyasası ve iş organizasyonunda belirgin değişimler meydana gelmektedir. Hem iş ilişkileri daha bireyselleşmekte hem de ticari sözleşmeler aracılığıyla kurulan iş ilişkilerinin niceliğinde artış gözlenmektedir. Bu çerçevede freelance gazetecilik de, son yıllarda geleneksel işlevinden uzaklaşarak medya sektöründeki prekarizasyon sürecinin bir aracı haline gelmektedir.

Türkiye’de 2001’den bu yana hızlı büyüme trendi içinde olan medya endüstrisi, ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerle birlikte, sürekli ve hızla değişen bir sektör haline gelmiştir. Özellikle teknolojik gelişmelere paralel olarak eğlence ve medya endüstrisi de genişlemiş ve çeşitlenmiştir. Genel olarak medya endüstrisi her yıl düzenli olarak büyüme kaydederken özelde basın alt sektörü küçülme eğilimine girmiş ve gazetecilik ve enformasyon bölümünden mezun kişiler arasında işsizlik oranında belirgin bir artış olduğu görülmektedir. Sektörde, işgücünün istihdam durumunun belirsiz olduğu güvensiz çalışma geleneği halihazırda bulunmakla birlikte son yıllarda işten çıkarılan gazeteci sayısındaki artışa paralel olarak güvencesiz çalışma sektörde adeta normalleşmektedir. Nitekim sektörde freelance çalışmaya yönelik artan eğilim, kayıt dışılığın da arttığına işaret etmektedir.

Türkiye’de freelance gazetecilerin işgücü piyasası durumunu analiz etmeye yönelik yapılan detaylı inceleme on üç bileşen esas alınarak gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, freelance gazetecilerin demografik özelliklerine göre dağılımı incelenmiştir. Elde edilelen bulgulara göre freelance çalışan erkeklerin oranı (%51,7), kadınların oranından (%48) fazla olsa da, freelance çalışan kadınların da piyasada önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir. Kadın ve erkek çalışanlar arasındaki toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü esas alındığında, kadınlar, hane ve aile içindeki görev ve sorumluluklarını ihmal etmemek için freelance gazeteciliğin sunduğu esnek çalışma saatlerini fırsat olarak görmektedir.

Bununla birlikte 26-35 yaş aralığındaki freelance gazetecilerin oranının (%52,3) diğer yaş gruplarına göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Özellikle sektörde işsizlik oranının yüksek ve tam zamanlı işlerin kısıtlı oluşu nedeniyle pek çok yeni mezun gazeteci, sektöre freelance gazeteci olarak giriş yapmaktadır. Aynı zamanda bu yaş grubundaki gazetecilerin freelance çalışmanın kendilerine sunduğu esnek çalışma şartlarını, kurumsal çalışmanın geleneksel çalışma pratiklerine tercih ettikleri de görülmektedir. Eğitim durumuna bakıldığında ise katılımcıların %61'inin lisans derecesine sahip olduğu tespit edilmiştir. 300 katılımcının 158'i gazetecilik, 38'i ise medya ve iletişim bölümünden mezun durumundadır. Bu durum, piyasadaki freelance gazetecilerin gazetecilik alanında eğitim almış, nitelikli kişilerden oluştuğu sonucunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların %20,3'ü önlisans mezunu iken, % 13,7'si ise lise mezunudur. Dolayısıyla freelance gazeteci olabilmek için lisans mezunu olmanın bir gereklilik olmadığı görülmektedir. Bu çerçevede freelance gazetecilik, sektöre daha kolay bir giriş yolu olarak görülebilmektedir. Özellikle işgücü piyasasına girişlerde karşılaşılan en önemli sıkıntılardan bir tanesi iş tecrübesi olduğu esas alındığında, gazetecilik mesleğine girişte freelance çalışma açık bir kapı olarak görülmektedir. Freelance çalışarak mesleğe ilişkin tecrübe kazanılmakta ve freelance çalışma, daha yukarılara ulaşmak için bir basamak olarak kullanılabilir. Nitekim yapılan görüşmelerde de gazetecilik alanından mezun olan kişilerin, kurumsal bir iş bulamamaları halinde, farklı bir sektöre yönelmekten ziyade, gazetecilik alanında kendilerine bir portföy oluşturmak için çeşitli müşteriler için iş yaptıkları anlaşılmıştır. Katılımcıların % 64'ü bekar, %31'i evlidir. Freelance çalışmanın, güvencesiz bir çalışma biçimi olması dolayısıyla evli statüsünde olanların freelance çalışmayı daha az tercih ettiği görülmektedir. Özellikle bireylerin bakmakla sorumlu oldukları kişilerin olması halinde freelance çalışmanın dezavantajları daha belirgin hissedilmektedir. Öyle ki evli olanların %70,65'inin bakmakla yükümlü olduğu kişiler olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların hizmet yılına göre dağılımı analiz edildiğinde ise katılımcıların yaklaşık yarısının (%42) daha önce kurumsal bir işte tam zamanlı olarak gazetecilik yaptıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Yapılan görüşmelerden de elde verilere göre freelance gazetecilerin çoğunluğunun daha önce kurumsal bir yerde çalıştıkları, fakat çeşitli nedenlerden ötürü işten çıkarıldıkları ya da ayrıldıkları görülmektedir.

Freelance gazetecilerin işgücü piyasası bileşenlerinden biri istihdam ve işsizlik durumudur. Bu bölümde freelance gazetecilerin istihdam ve işsizlik durumlarına ilişkin sorular sorulmuştur. Bu bölümde sorulan en önemli sorulardan biri katılımcıların freelance gazeteciliği asıl işi olarak görüp görmediğidir. Katılımcıların % 67,7'si freelance gazeteciliği asıl işi olarak görmektedir. Bu oran çalışma örnekleminin çoğunluğunun freelance gazeteciliği bir meslek olarak yaptığını göstermektedir. Katılımcıların %32,3 'ü ise freelance gazeteciliği asıl işi olarak görmediğini belirtmiştir. Katılımcıların %72'sinin freelance gazeteciliğe ek olarak hali hazırda yaptığı başka bir iş bulunmamaktadır. Katılımcıların %28'i ise freelance gazeteciliğe ek başka bir işte çalışmaktadır. Aynı zamanda katılımcıların %54'ü freelance gazeteciliğe ek olarak kendi hesabına çalıştığını belirtmiştir. Kısmi zamanlı bir işte çalışanların oranı ise %24,3 olarak bulunmuştur. Tam zamanlı, güvenceli ve sürekli bir işte çalışıyorum diyenlerin oranı ise %18,3 olarak tespit edilmiştir. Örneklemin %67'sini muhabirler oluştururken, fotoğrafçıların oranı %62 olarak bulunmuştur. Bunu %59 ile editörler takip etmektedir. Katılımcıların %31,7'sinin freelance gazetecilik yapmaya başlamadan önce tam zamanlı, güvenceli ve sürekli bir işte gazetecilik yaptığı görülmektedir. Katılımcıların %18'inin ise freelance gazeteciliğe başlamadan önce öğrenci olduğu , %16,7'sinin ise işsiz olduğu görülmektedir. Analiz sonucuna göre freelance gazetecilerin çoğunlukla hem basın kuruluşları hem de ajanslar için çalıştıkları bulgusuna ulaşılmıştır. İşlerinin tümünü tek bir basın kuruluşu için yapan katılımcıların oranı %13 iken, işlerinin çoğunda tek bir ajans ile çalışan katılımcıların oranı ise % 35,3 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilerle de uyumludur. Görüşmelerde basın kuruluşlarının kendi muhabirleri dışında dışarıdan neredeyse hiç haber almadıkları ifade edilmiştir. Aynı zamanda ajansların belirli bir hizmet sözleşmesi uyarınca çeşitli il ve ilçelerde haber yapan freelance gazetecilerle çalıştıkları bilinmektedir. Bu kişiler ajansların kendi kadrolu çalışanları olmayıp ürettikleri haber başına ücret almakta ve diğer sosyal haklardan faydalanamamaktadır. Katılımcıların çalıştıkları kişilerle anlaşmalarını çoğunlukla yazılı bir sözleşme ile gerçekleştirdikleri görülmesine rağmen sözlü anlaşma yoluyla da iş yaptıkları görülmektedir. Görüşmelerde katılımcılar, ajanslarla yazılı sözleşme yapılmasına rağmen ilgili sözleşme hükümlerine uyulmaması halinde sözleşmenin bir yaptırımı olmadığını ifade etmişlerdir.

Nitekim ülkemizde freelance gazetecilik uygulamaları, Batı’da olduğu gibi yerleşmiş bir sözleşme mantığına sahip değildir. Sonuç olarak freelance gazetecilerin istihdam durumu analiz edildiğinde çoğunluğunun freelance gazeteciliği bir meslek olarak gördüğü ve asıl işi olarak kabul ettiği, freelance gazetecilik yaparak hayatını idame ettirdiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda muhabirlik, fotoğrafçılık ve editörlük gibi mesleklerin freelance çalışmaya uygun meslekler olduğu görülmektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü kurumsal gazetecilik deneyimine sahiptir. Daha önce tam zamanlı olarak gazetecilik yapanların oranı, örneklem kapsamında önemli bir paya sahiptir. Katılımcıların işsizlik durumunu analiz etmek için son 4 hafta içinde iş arama girişiminde bulunup bulunmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların %81,3’ünün böyle bir girişimde bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. %18,7’si ise son 4 hafta içinde iş arama girişiminde bulunuklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte katılımcıların %70,7’si freelance gazetecilik pratiğinin sahip olduğu niteliklere uygun yeterlilikte olduğunu düşünmektedir. %29,3 ‘ü ise ilgili soruya hayır yanıtını vermiştir. Sonuç olarak freelance gazetecileri işsiz ya da eksik istihdam statüsünde değerlendirmek doğru değildir.

Bu bölümde katılımcılara son 12 ayda iş bulma konusunda hangi stratejilere başvurduklarına yönelik soru sorulmuştur. Analiz sonuçları değerlendirildiğinde katılımcıların sıklıkla (%41,3) meslek otoriteleri ya da meslek örgütleri tarafından yapılan tavsiyeler doğrultusunda iş buldukları bulunmuştur. Aynı zamanda iş bulma konusunda sosyal ağların da büyük oranda (%37,7) kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte çok sayıda (%33,3) freelance gazetecinin ‘ stajda tanıştığım kişiler aracılığıyla iş bulurum’ ifadesine “nadiren” olarak işaretleme yaptıkları görülmektedir. Bu çerçevede, sosyal ağların ve sektördeki bağlantıların freelance gazetecilerin iş bulmak için en fazla kullandıkları yöntemler olduğu görülmektedir .

Freelance gazetecilerin işgücü piyasasına yönelik yaşadığı en büyük sorun yaptıkları haber karşılığında elde ettikleri ücretin düşük olmasıdır. Freelance gazetecilerin yıllık elde ettiği gelir, yoğun olarak 20.000 ila 35.000 TL arasındadır (%44,3). Ankete katılanların yarıdan fazlası (%71,3) yıllık 35.000 TL’den daha az kazandığını belirtmiştir. Bu grubun %22,3 ‘ü ise yıllık elde ettikleri gelirlerinin %50 ila %70 ‘lik kısmını freelance gazetecilikten kazanmaktadır.

Toplam katılımcıların sadece %23,6'sının yıllık gelirlerinin %75'ten fazlasını freelance gazetecilikten elde ettiği görülmektedir. Görüşme yapılan gazetecilerin de ifade ettiği gibi sadece freelance gazetecilik yaparak hayatını sürdürmek zordur. Bu nedenle freelance gazeteciler farklı mecralarda çeşitli içerikler hazırlayarak ya da farklı alanlarda işler yaparak gelir sağlamaktadır. Freelance gazetecilerin farklı işlerde çalışması, profesyonel kimlikleriyle ilgili değişimi de ortaya koymaktadır. Dolayısıyla freelance gazetecilik pratikleri, haber endüstrisinin değişen doğasını da yansıtmaktadır. Ücretle ilgili en önemli sorunlardan birisi de ücretin zamanında ödenmemesidir. Hatta görüşmecilerin tümü bir ya da birden çok kez ücretini alamadıklarını ve paralarının kaldığını ifade etmişlerdir. Çoğu zaman da ücretlerini zamanında alamadıklarını ve kurumun çeşitli bahanelerle sürekli ertelediğini ifade etmişlerdir. Ücretin zamanında ödenmesi ile ilgili katılımcıların %50,7 'sinin ücretini 'sıklıkla' belirlenen tarihte alabildiği görülmektedir. Katılımcıların %23,7'si ise ücretlerini 'bazen' belirlenen tarihte alabilmektedir. Ankete katılanların % 35,3'ü işlerinin çoğunda tek bir ajans ile çalışmaktadır. Aynı zamanda katılımcılar, çalıştıkları kişilerle anlaşmalarını çoğunlukla yazılı bir sözleşme ile gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla daha önce anlaşma konusu yaptıkları ücretlerini zamanında almaları katılımcıların diğer yanıtları ile tutarlı bir sonucu ortaya koymaktadır.

Gazetecileri freelance çalışmaya iten ya da çeken çeşitli etkenler olmaktadır. Freelance gazetecilere sizi freelance çalışmaya iten ya da çeken motivasyon nelerdir sorusu sorulmuştur. Ankete katılanların yarısından fazlası , çalışma saatleri konusunda daha fazla esneklik sunduğu için freelance çalıştığını belirtmiştir. “Düşünce ve ifade özgürlüğüne yönelik baskılardan kurtulmak için freelance gazeteciliği seçtim” yargısına katılıyorum diyenlerin oranı %37,7 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların yine yarısından fazlası daha fazla özgürlük ve özerklik sağladığı için freelance gazetecilik yaptığını belirtmiştir. Katılımcılardan “gazetecilik alanında kendi niteliklerime göre iş bulamadığım ve farklı bir sektörde çalışmak istemediğim için freelance gazetecilik yapıyorum” yargısına katılıyorum diyenlerin oranı %36,3 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak anket, freelance gazeteci olarak çalışmanın baskın nedenleri olarak yaşam tarzı seçimleri ve sektörde niteliklere uygun iş bulamama durumunun bir bileşimi olduğunu ortaya koymuştur.

Freelance gazetecilerle yapılan görüşmelerde ise gazetecilerin freelance çalışma tercihlerinin temelinde yatan unsurun çalıştıkları kurumla yaşadıkları görüş farklılıkları

temelinde yoğunlaşmaktadır. Görüşmecilerin mesleğe bakışlarının ve değer yargılarının daha önce çalıştıkları kurumun değerleriyle farklılaşması sonrasında gönüllü olarak işten ayrılma davranışını gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. Görüşmecilerin bir kısmı için ise durum bundan farklı bir gerçeği ortaya koymaktadır. Kurumda yaşanan mali kısıtlamalar nedeniyle işten çıkarıldıkları görülmektedir.

Katılımcıların çalışma süreleri ile ilgili soruya verdikleri yanıtlar, freelance gazetecilerin haftada ortalama 35 saat çalıştığını göstermektedir. Fakat freelance gazetecilerin çoğu, düzenli çalışma saatlerine sahip değildir. İş aldıkları dönemde uzun çalışma saatlerine sahip olmalarına rağmen, iş alamadıkları zamanlarda çalışmamakta ya da farklı işler yapmaktadır. Dolayısıyla bazı dönemlerde freelance gazetecilerin çalışma saatleri uzun olmakta ve hatta gece çalışması da yapmaktadırlar. Ankette gece çalışması yapıyor musunuz? sorusuna katılımcıların %48,3'ü evet yanıtını verirken, %51,7'si hayır yanıtını vermiştir. Yapılan görüşmelerde çalışma süreleri ile ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Özellikle kadın gazeteciler, freelance çalışmanın kendilerine sunduğu esnek çalışma saatlerinden memnun olduklarını ve bunun iş yaşam dengesini sağlamada olumlu etkisi olduğunu ifade etmektedirler. Freelance gazeteciliğin çalışma saatlerinin gazetecilerin yaşam kalitesini olumsuz etkilediğine ilişkin yargıya katılımcıların %36,3 'ü katılmıyorken, %35'i katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılımcıların %49'u, freelance çalışarak kendilerine daha fazla zaman ayırdıklarına ilişkin yargıya katılırken, %12,7'si katılmamaktadır. Katılımcıların %51'i freelance gazetecilik yaparak daha iyi iş-yaşam dengesi kurabiliyorum" Yargısına katılıyor iken, katılmıyorum diyenlerin oranı %7,3 bulunmuştur. Derinlemesine yapılan görüşmelerde ise freelance çalışmanın çalışma saatleri konusunda esneklik sağlasa da kadrolu çalışan bir gazeteciden daha fazla iş yüküne sahip olduklarını belirtmektedirler. Çünkü freelance gazetecilerin işyeri kurallarından bağımsız olarak çoğunlukla kendi evinde çalışmasından dolayı öz yönetime sahip olmaları gerekmektedir. İşinin yöneticisi konumunda olmaları dolayısıyla işiyle ilgili her süreci disiplinli bir şekilde yönetmek zorundadırlar. Bu durum iş ve iş dışı yaşam dengesini kurmada olumsuzluklar yaratmaktadır. Freelance gazeteciler, yaşamlarının büyük zamanını iş alma fırsatlarını arttıracak yaratıcı fikirler peşinde koşarak ve işleriyle ilgili her sürecin planlamasını yaparak geçirmektedir.

Katılımcıların freelance gazeteciliği kariyer süreçlerinde nasıl değerlendirdiklerine yönelik soru sorulmuştur. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların yarısından fazlasının freelance çalışmanın portföylerini arttırmaya katkı sağladığını düşünmektedir. Nitekim, freelance gazetecilik hızlı değişime uğrayan bir endüstri tarafından şekillendirilen bir kariyere işaret etmektedir. Geleneksel hiyerarşik kariyer yapıları yerini, çok yönlü/değişkenli kariyer yaklaşımlarına bırakmaktadır. Freelance gazeteciliğin, gazetecilere emeklilik sonrasında gazetecilik mesleğini icra etmeye devam etmek için olanak sağladığına yönelik görüşlere katılım oranı da oldukça yüksektir (%44,7). Freelance gazetecilik, işi öğrenme ve tecrübe etme fırsatı sağlamaktadır görüşüne katılanların oranı %41,7 iken kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı %31,3 olarak bulunmuştur. Freelance çalışma, gazetecilerin bazı durumlarda gazetecilikle ilgili özel ve girişimci işgücü becerilerini bir arada kullanarak kariyerlerini sürdürme şansını sağlamaktadır. Yapılan derinlemesine görüşmelerden özellikle genç mezunların, farklı sektöre yönelmek yerine gazeteciliğe ilk adım olarak freelance çalışmaya yöneldikleri anlaşılmaktadır. Freelance çalışarak, network ağlarını genişlettikleri, camiada adını duyurdukları ve gazetecilik pratiklerini deneyimleyerek işi öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Bu bölümde freelance gazetecilere, etkili bir kariyer yönetimi için sahip olmaları gereken niteliklerin neler olduğu sorulmuştur. Bu sorudaki her yargıya benzer oranlarda yanıtlar verildiği görülmektedir. Öncelikle freelance gazetecilerin %49,3 ‘ü alanında etkili bir kariyer yönetimi için etkin sosyal medya kullanımına sahip olunmalıdır görüşüne katılmaktadır. Bununla birlikte freelance gazetecilikte etkili bir kariyer yönetimi için freelance gazetecilerin Web ve mobil için içerik geliştirme yeteneklerine de sahip olması gerekmektedir. Bu görüşe katılıyorum diyenlerin oranı %47 olarak tespit edilmiştir. Benzer biçimde, freelance gazetecilerin hem metin yazarlığı, hem videografı, hem de fotoğraf çekebilme konusunda nitelikli olması gerektiği görüşüne katılanların oranı %45,3 olarak bulunmuştur. Benzer oranlarda katılımcı, freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için girişimci ruha sahip olmalıdır (%42,7) ve internetteki arama kanallarını (Google vs) etkin kullanabilme becerilerine sahip olmalıdır (%45,7) görüşlerine katılmaktadır. Freelance gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için etkin iletişim becerilerine ve

pazarlama becerisine sahip olunmalıdır görüşüne katılanların oranı ise sırasıyla %42,3 ve %43,3 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak, freelance gazetecilerin, kendilerini ve hikayelerini nasıl pazarlayacaklarını bilmeleri ve kariyerleri bağlamında iletişimi etkin kullanmaları gerekmektedir.

Freelance gazetecilerin sosyal güvenlik durumları ile bir soru sorulmuştur. Katılımcıların %7'si “sosyal güvenlik ödemelerimi freelance gazeteci olarak çalıştığım işveren/ajans/müşteri yapmaktadır” seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %41,7'si “sosyal güvenlik prim ödemelerimi freelance gazeteciliğe ek olarak yaptığım iş işvereni ödemektedir” seçeneğini işaretlerken %28,7'si sosyal güvenlik ödemelerini kendilerinin gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Katılımcıların %22,7'si ise sosyal güvenlik kurumuna kayıtlı değildir. Freelance çalışma, temelinde kayıtlı bir çalışma biçimi olmaması dolayısıyla freelance gazetecilerin sosyal sigorta primlerini ya kendilerinin ya da ek iş yaptıkları işverenin ödediği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların %22,7'sinin sosyal güvenlik kurumuna kayıtlı olmaması bu sektörde kayıt dışılığın da yaygın olduğunu göstermektedir. Gerçekte, sosyal güvenlik ödemelerinin yapılamaması ücret sorunu ile bağlantılı bir durumdur. Freelance gazetecilerin elde ettikleri gelir ile temel ihtiyaçlarını ve faturalarını ödedikleri, ellerinde kalan parayı da gelecekte iş bulamamaları halinde yapacakları harcamalar için ayırdıkları görülmektedir. Aynı zamanda bu bölümde katılımcılara bir iş kazasına uğrayıp uğramadıklarına ilişkin bir soru sorulmuştur. Katılımcıların %90,7'si freelance gazetecilik faaliyetleri sırasında bir iş kazası yaşamadığını ifade etmiştir. Katılımcıların %94,7'si ise freelance gazetecilik faaliyetlerinden dolayı bir meslek hastalığına yakalanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların % 40,9'u iş sağlığı ve güvenliği konusunda tedbirlerini kendileri almaktadır. Katılımcıların %59,1 'inin ise çalıştığı kurum/ajans/işveren, iş güvenliği ile ilgili tedbirleri almaktadır. Derinlemesine görüşmelerden elde edilen verilere göre ise freelance gazeteciler iş güvenliğine ilişkin tedbirleri kendileri almaktadır. Bir iş kazasına uğramaları halinde bunun maliyetiyle kendileri başa çıkmaktadır. Freelance gazetecilerin iş yaptıkları ajanslar, iş kazaları ve meslek hastalıklarına ilişkin herhangi bir önleyici tedbir almamaktadır. Bu durum freelance gazetecilerin kimler için çalıştıklarının bir sonucu olarak değişiklik göstermektedir.

Katılımcılara freelance gazetecilik faaliyetleri sırasında iş sağlığı ve güvenliği konusunda eğitim alıp almadıkları sorusu sorulmuştur. Katılımcıların %44,0 ‘ü “ freelance gazeteci olarak yasalarca tanımlanan “iş kazası” ve “meslek hastalığı” tanımlarının içeriği, kapsamı hakkında eğitim aldınız mı “ sorusuna evet” seçeneğini işaretlerken, %37,7’si “hayır” seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %18,3’ü ise “kısmen” eğitim aldıklarını belirtmiştir.

Ayrımcılık durumu ile ilgili freelance gazetecilere diğer kurumsal gazetecilere kıyasla ayrımcılık yaşıyıp yaşamadıkları sorusu sorulmuştur. Katılımcıların % 39,7’si evet yanıtı verirken, %60,3’ü hayır yanıtı vermiştir. Katılımcıların % 21,5’i, ücret konusunda ayrımcılık yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuç, en fazla ücret konusunda ayrımcılık yaşandığını ortaya koymaktadır. Habere/bilgiye erişim konusunda ve yasal haklar konusunda ayrımcılık yaşandığını belirten katılımcıların oranları ise %19,3 olarak tespit edilmiştir. Cinsiyete dayalı ayrımcılık yaşandığını düşünenlerin oranı ise %7,4 olarak bulunmuştur.

Freelance gazetecilerin en önemli sorunlarından birisi sendikal temsilden yoksunluktur. Katılımcılara sendikaya üyelik durumu hakkında bir soru sorulmuştur. Elde edilen bulguya göre katılımcıların %97,7’si bir sendikaya üye olmadığını belirtmiştir. Freelance gazetecilikte, bireysel bir çalışma ilişkisi söz konusudur. Dolayısıyla atipik çalışma normlarının doğasına uygun olarak kollektif bilincin ve hareketin uzak olduğu bir alandır. Endüstri ilişkileri kitlesel bir yapılanmadır. Bununla birlikte ülkemizde freelance gazetecilerin sendikalara üye olması hususunda yasal engeller mevcuttur. Sendikalara üye olamadıkları için toplu pazarlık kapsamına da girmemektedirler. Ancak katılımcıların %2,3’ünün sendika kültürüne sahip olduğu görülmektedir. Çalışma örnekleminin kapsamında başka sektörde çalıştığı halde aynı zamanda freelance gazetecilik yapan kişiler de bulunmaktadır. Katılımcıların %2,3’ün farklı iş kolunda yer alan bir sendikaya üye olduğu anlaşılmıştır.

Bu çalışmada medya endüstrisinde freelance gazetecilerin işgücü piyasası nedir? temel sorusu sorulmuştur. Araştırma çerçevesinde elde edilen verilere göre freelance gazetecilerin büyük çoğunluğunun 26-45 yaş arası yaş grubu gazetecilerden oluştuğu ve freelance çalışan kadın gazetecilerin oranının erkek gazetecilere yakın olduğu görülmektedir.

Eğitim durumlarının çoğunlukla lisans ve önlisans düzeyinde ve mezuniyet alanlarının daha çok gazetecilik alanında olduğu görülmektedir. Bu da freelance gazetecilerin niteliklerinin yüksek olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Bu insanların istihdam bağlantılarının daha eğreti bir yapılanmada olmakla birlikte büyük çoğunluğunun freelance çalışmanın kendilerine sunmuş olduğu esnek çalışma saatleri, özgürlük ve özerk olma, ifade özgürlüğüne sahip olma gibi etkenler dolayısıyla freelance çalıştıkları anlaşılmaktadır. Bununla birlikte freelance gazetecilerin en büyük sorunlarından biri, yaptıkları iş karşılığında elde ettikleri ücretin düşük olması ve buna bağlı olarak sosyal güvenlik prim ödemelerini gerçekleştirememeleridir. Ücret konusunda önemli diğer bir sorun ise ücretlerini zamanında ya da hiç alamamaları halinde haklarını koruyucu bir mekanizmanın olmayışdır. Freelance gazetecilerin sosyal güvenlik primlerinin ya çalıştıkları kurum tarafından ya da yaptığı ek işin işvereni tarafından ödendiği görülmektedir. Kurumlarla anlaşmaların yazılı olmakla birlikte sözlü de yapıldığı ve buna bağlı olarak anlaşmada mutabık kalınan hükümlerin sözde kaldığı anlaşılmaktadır. Bu durum ücretlerini zamanında ya da hiç alamayan freelance gazetecilerin hayatlarını sürdürme noktasında büyük zorluklarla karşı karşıya kaldığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Freelance gazetecilerin iş kazaları ve meslek hastalıklarına yönelik tedbirleri genellikle kendilerinin almaya çalıştığı; fakat bunun da ek bir maliyet gerektirmesi dolayısıyla genellikle ihmal edildiği anlaşılmıştır. Freelance gazetecilerin iş bulma stratejilerinin yoğunlukla sosyal ağlar ve sektördeki bağlantılar üzerinde yoğunlaştığı, gazetecilerin freelance çalışmayı kariyer süreçlerinde portföylerini arttırmak konusunda önemli bir basamak olarak algıladıkları, ve bu alanda başarılı bir kariyere sahip olabilmek için freelance gazetecilerin çok yönlü becerilere sahip olmakla birlikte Web teknolojilerini etkin bir biçimde kullanma yeterliliğine sahip olmaları gerektiği görülmektedir. Freelance gazetecilerin haftada ortalama 35 saat çalıştığı; fakat bunun haricinde zamanlarının büyük kısmını iş bulma ve yaratıcı haber üretme amaçlı girişimlerde bulundukları, belirli bir mesai anlayışının olmaması dolayısıyla iş anlaşmaları yapmaları halinde gece çalışması da dahil yoğun çalışma saatlerine sahip oldukları, bu açıdan iş yaşam dengesini bozucu bir özelliğe sahip olduğu görülmektedir. Fakat freelance çalışmanın gazetecilere sunduğu esnek çalışma saatleri dolayısıyla katılımcıların %35 i çalışma saatlerinden memnun olduklarına ilişkin yargıya katılırken, %36,3 'ü bu yargıya katılmadığını belirtmektedir.

Bununla birlikte anket bulgularına göre katılımcıların çoğunluğunun freelance çalışarak daha iyi iş yaşam dengesine sahip olduklarına katılmaktadır. Sendikal temsilden yoksun ve toplu pazarlık kapsamı dışında yer aldıkları ve sendikal kültüre sahip olmadıkları bulunmuştur.

Sonuç olarak medyada freelance gazetecilerin geçici ve istikrarsız işlerde çalıştıkları ve dolayısıyla iş, istihdam ve gelir güvencesine sahip olmadığı görülmektedir. Buna rağmen freelance çalışmaya iten motivasyonların esneklik, özerklik, özgürlük gibi unsurlar olduğu anlaşılmaktadır. Gazeteciler freelance çalışmayı kariyer süreçlerinde işi öğrenmek ve kendilerine iyi bir portföy oluşturmak için bir araç olarak görmektedir. Ve başarılı bir kariyere sahip olabilmek için gazetecilerin belirli bir alanda uzmanlaşmaları yerine çok yönlü özelliklere sahip olması gerekmektedir. Freelance gazeteciler esnek çalışma saatlerine sahip olmalarına rağmen düzensiz çalıştıkları için ve kendi iş süreçlerinin yönetimini kendilerinin organize etmesi nedeniyle iş yükleri fazladır. İş yapma ve yaşam biçiminin iç içe geçmiş olması dolayısıyla iş yaşam dengesini sağlamada cinsiyete dayalı yaklaşımlar farklıdır. Freelance gazetecilerin ücret konusunda yaşadıkları sorunlara bağlı olarak sosyal güvenlik ödemelerini gerçekleştirme noktasında sorunlar yaşamakta ve iş güvenliği tedbirlerini ihmal etmektedirler. Freelance gazeteciler başta ücret olmak üzere habere erişim ve cinsiyete dayalı da ayrımcılık yaşadıklarını belirtmektedir. Son olarak freelance gazetecilerin kendi aralarında yeni örgütlenme deneyimlerine sahip oldukları; fakat sendikal kültüre sahip olmadıkları görülmektedir.

Öneriler

(1) Mevcut iş yasaları, işçi ve işveren arasındaki bağımlı iş ilişkilerine odaklanmakta, bu tür iş ilişkisinin dışında yer alan çalışma biçimlerine yönelik koruyucu düzenlemelere yer vermemektedir. Son yıllarda esnek çalışma biçimlerinin çeşitlenmesi ve artması ile birlikte, yeni istihdam biçimleri ortaya çıkmaktadır. Özellikle proje temelli, ya da görev bazlı çalışanlar, sözleşmelerinin kötüye kullanılması nedeniyle olumsuz şartlarda çalışmak zorunda kalmaktadır. İstihdam statüsü, yasal hakların elde edilmesi noktasında önemli bir meseledir. Freelance çalışmanın net bir tanımlanmasının yapılırken bir kendi hesabına çalışma biçimi olduğu gerçeğinden yola çıkarak istihdam statüsünün sınırlarının çizilmesi, bu yönde ortaya çıkabilecek yeni

teşebbüsleri caydırıcı nitelikte olmayacak esnek düzenlemelerle koruyucu tedbirler alınması gerekmektedir

(2) Freelance gazetecilerin sayısı ve çalışma koşulları hakkında güvenilir bilgiler verecek araştırmaların yapılması, bu verilere dayalı olarak yapılacak akademik çalışmaların geçerlilik ve güvenilirliğini arttıracaktır. Freelance gazetecilerin sosyal koruma kapsamına alınması yönünde ülkeler düzeyinde yapılan düzenlemeler göze çarpmaktadır. Mevcut 5953 sayılı İş Kanun’da iş ilişkisi, ‘bağımlılık’ unsurunu esas alarak kurulmaktadır. Bu modelin, günümüzün mesleki ve üretken ihtiyaçlarıyla bağlantılı olarak ulusal ve uluslararası düzeyde daha uyumlu hale getirmek için çalışmalar yapılmalıdır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak dijital platformlar giderek yaygınlaşmaktadır. Teknolojik gelişmeler hayatın tüm alanlarına sirayet etmekte, teknolojilerin gelişmesi haber endüstrisini de değiştirmektedir. Fakat günümüzde halen geleneksel bağımlılık ilişkisi temelinde oluşturulan sözleşmelerin, iş yasaları tarafından kabul gören tek ilişki olarak kabul edilmesi bir eksiklik olarak görülmektedir.

(3) Freelance gazetecilerin bir çoğunun fiilen kadrolu gazetecilerle benzer görevleri aynı şartlarda yapmasına rağmen, işveren tarafından kendi hesabına çalışan gibi muamele görmesine yönelik engelleyici tedbirlerin politika yapıcılar tarafından alınması gerekmektedir. Bu tür uygulamalar, çalışma hayatında güvencesizliğin artmasına neden olarak, habere olan güvenin azalmasına ve çalışma hayatının kalitesini bozulmasına yol açmaktadır.

(4) Gazetecilik alanına yönelik eğitim sistemi piyasa koşullarına uyumlu hale getirilmelidir. Özellikle sektörün ihtiyaçlarına göre yeniden dizayn edilmelidir. Nitekim eğitim, diğer sektörlerde olduğu gibi medya sektöründe kaliteli ve piyasanın ihtiyaçlarına uygun nitelikte işgücü yetiştirilmesinde kullanılan en önemli yöntemdir. Gazetecilik alanında yetiştirilen öğrencilere gazeteciliğin geçirdiği dijital dönüşüme ilişkin bilgiler daha kapsamlı sunularak, sektörde alternatif medya platformlarında yer alabilecekleri çalışma biçimleri hakkında bir farkındalık oluşturulmalıdır. Eğitim sisteminin medya sektörünü besleyebilecek bir yapıya kavuşturulması için öğrencilerin sadece muhabirlik ya da fotoğrafçılık gibi sadece bir alanda uzmanlaşmalarını sağlamak yerine çok yönlü becerilere sahip olabilecekleri olanaklar sağlanmalıdır. Bununla birlikte Web teknolojilerini etkin biçimde kullanabilmelerine yönelik müfredatlarda teknoloji derslerinin artırılması sağlanmalıdır. Gazetecilik işi dijital ile birleşerek

dönüşüme uğramaktadır. Geleneksel eğitim öğretim müfredatına göre yetiştirilmiş mezunların işgücü piyasasında var olabilmesi mümkün görünmemektedir.



KAYNAKÇA

Kitaplar

- Acar, A. (1998). *Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma Hareketleri ve Beklenen Etkiler*. FES.İstanbul.
- Ansal, H. (1996). *Esnek Üretimde İşçiler Ve Sendikalar (Post-Fordizm'de Üretim Esnekleşirken İşçiye Neler Oluyor?)*. Birleşik Metal-İş Sendikası.
- Akyiğit, E. (2014). *İş Hukuku*. Seçkin Yayıncılık.
- Allen, M. A. (2011). *Starting Your Career As A Freelance Writer*. Newyork: Allworth Press.
- Allvin, M. (2004). *The Individualization Of Labour*. C. Garsten & K. Jacobsson (Eds.), "Learning to be Employable", Houndsmills: Palgrave Macmillan.
- Arum, R., Müller, W. (2004). *The Reemergence Of Self-Employment : A Comparative Study Of Self-Employment Dynamics And Social Inequality*. Princeton University Press.
- Atilgan, S. (2001). *Türk Basın Sendikacılığında Gazetecilerin Yasal Hakları*. BAS-HAŞ.
- Atilla, İ. (2010). *Türk Medya Sektöründe Finansal Performans ve Toplam Faktör Verimliliği Analizi* (1st ed.). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Atkinson, J. (1996). *Temporary Work and the Labour Market*. BEBC Distribution, 15 Albion Close, Parkstone, Poole BH12 3LL, England, United Kingdom.108.
- Biordi, D. L., & Nicholson, N. R. (2013). *Social Isolation*. I.M.L.A. Lubkin ve P.D.Burlington (eds). *Chronic Illness: Impact and Intervention*, Boston:Jones ve Barlett.s.85–115.
- Aydoğanoglu, E. (2011). *Emek Sürecinin Dönüşümü*. Kültür Sanat-Sen Yayınları, (5).
- Baldini, M., & Batuş, G. (2000). *İletişim Tarihi*. Avcıol Basım Yayın.
- Başlar, G. (2013). *Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm*. Akademik Bilişim.
- Bathke, B. (2014). *Entrepreneurial Journalism*. Lindenwood University.
- Beck, U (2014a). *Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru*. İthaki Yayınları.
- Beck, U. (2014b). *The Brave New World Of Work*. John Wiley & Sons.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu*. Der: Binark, M. *Yeni Medya Çalışmaları*.(1. baskı). Ankara: Dipnot Yayınları
- Birsen, H. (2005). *İşgören Niteliği ve Üretim Süreci Açısından Haber Sitelerinin Basın Etiği Kurallarını Uygulayabilme Yeterliliği: Türkiyede İnternet Üzerinden Yayınlanan Haber Sitelerinin Editörleriyle Bir Anket Çalışması*. Anadolu Üniversitesi Yayınları; No.1646.Eskişehir.

- Birsen, H. (2013). *İnternet Yayıncılığı Nedir?* Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan (ed), *İnternet Yayıncılığı* (s: 2-22), TC Anadolu Üniversitesi Yayını, (2661).
- Bohere, G. (1986). *Gazetecilik Mesleği*, Nurhan Süral (çev), Ankara: ILO Yayınları.
- Boulin, J. Y., Lallement, M., Messenger, J. C., Michon, F. (Eds.) (2006). *Decent Working Time: New Trends, New Issues*. Geneva: ILO
- Burke, P., Briggs, A., (2005). *Medyanin Toplumsal Tarihi: Gutenberg'den İnternete*. İzdüşüm Yayınları.
- Çelik, N. (2006). *İş Hukuku Dersleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Cohen, N. S. (2011). *Negotiating Writers' Rights: Freelance Cultural Labour And The Challenge Of Organizing*. Just Labour.
- Cohen, N. S. (2016). *Writers' Rights: Freelance Journalism in a Digital Age*." McGill-Queen's Press.
- Conen, W. S., Schippers, J. J., Schulze Buschoff, K. (2016). *Self-Employed Without Personnel. Between Freedom And Insecurity*. Hans-Böckler-Stiftung.
- Coşkun, R., Altunişik, R., Yildirim, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri :SPSS Uygulamaları* (9th ed.). Sakarya: Sakarya Yayıncılık
- Cranford, C., Fudge, J., Tucker, E., Vosko, L. F. (2005). *Self-Employed Workers Organize: Law, Policy, And Unions*. McGill-Queen's Press-MQUP.
- Crowley, D., Heyer P. (2011). *İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum*. Phoenix Yayınevi.
- Danesi, M. (2014). *Dictionary Of Media And Communications*. Routledge.
- Davidov, G. (2012). *Freelancers: An Intermediate Group in Labour Law*. Judy Fudge, Shae McCrystal and Kamala Sankaran (Eds) :*"Challenging the Legal Boundaries of Work Regulation"* (s: 171-185.). Oxford: Hart Publishing,
- Deuze, M. (2007) *Media Work*. Cambridge: Polity Press.
- Dohnanyi, J. Von, & Möller, C. (2003). *The Impact of Media Concentration On Professional Journalism*. Wien: OSCE-Beauftragter für Medienfreiheit.
- Ekzen, N. (1999). *Medya ve Ekonomi: Türk Basın Endüstrisinde Yoğunlaşma-Toplulaşma Tekelleşme Yapısı* (1965-1995). (Ed: Korkmaz Alemdar) *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, Afa Yayınları, İstanbul.
- Erdut, T. (1997). *Yeni Teknolojilerin İş İlişkilerinin Yapısı Üzerindeki Etkisi*. TÜHİS Yayınları.
- Fang, I. (1997). *A History Of Mass Communication: Six Information Revolutions*. Focal Press.
- Fidler, Roger (1997) *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press/Sage.

- Finley, M. I. (1977). *Aspects Of Antiquity: Discoveries And Controversies*. Viking Pr.
- Franklin, B. (2005). *Key Concepts In Journalism Studies*. SAGE Publications. University of Chicago Press.
- Friedman, L.W., & Friedman, H.H. (2008). *The New Media Technologies: Overview And Research Framework*.
- Fudge, J., Owens, R. (Eds.). (2006). *Precarious Work, Women, And The New Economy: The Challenge To Legal Norms*. Bloomsbury Publishing.
- Fudge, J., Tucker, E., Vosko, L. (2002). *The Legal Concept Of Employment: Marginalizing Workers*. Canada: Law Commission.
- Giddens, A. (1991). *Modernity And Self-Identity: Self And Society In The Late Modern Age*. Stanford University Press.
- Glasow, P. (2005). *Fundamentals of Survey Research Methodology*.
- Carré, F. J., Ferber, M. A., Golden, L., Herzenberg, S. A. (Eds.) (2000). *Nonstandard Work: The Nature And Challenges Of Changing Employment Arrangements*. Cornell University Press.
- Deakin, S., Wilkinson, F. (2005). *The Law Of The Labour Market: Industrialization, Employment, And Legal Evolution*. OUP Catalogue. Oxford University Press
- Handy, C. (1995). *The Empty Raincoat: Making Sense of Modern Business*.
- Harvey, D. (2007). *A Brief History Of Neoliberalism*. Oxford University Press, USA.
- Hatfield, I. (2015). *Self-Employment In Europe*. London: Institute For Public Policy Research.
- Høyer, S., & Lauk, E. (2016). *Frames and Contradictions of the Journalistic Profession*. S. Høyer & E. Lauk (Eds.), *A History of the International Movement of Journalists* (s.: 8–41). London: Palgrave Macmillan UK. http://doi.org/10.1057/9781137530554_2
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2010). *Creative Labour: Media Work In Three Cultural Industries*. New York, NY: Routledge.
- Holderness, M., Pöppelmann, B. H. ., & Klehm, M. (2011). *The Right Thing, An Authors' Rights Handbook For Journalists*. P. Morinière, (Ed.). International Federation of Journalists
- Hülür, H., & Yaşın, C. (2017). *Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği*. Ütopya Yayınları. Ankara.
- İçel, K.; Ünver, Y., (2009), *Kitle Haberleşme Hukuku*, 8. Baskı, İstanbul, Beta Yayınevi
- Johnson, J. M., & Rowlands, T. (2012). *The Interpersonal Dynamics of in-Depth Interviewing*. J. F. Gubrium, J. A. Holstein, K. D. McKinney, & A. B. Marvasti (Eds.), *The SAGE Handbook of Interview Research: The Complexity of the Craft* (s.: 99–114). SAGE Publications, Inc

- Kafka, B. (2014). *Media / Medium (Of Communication)*. M. Cassin, Barbara; Apter Emily; LEzra, Jacques ;Wood (Eds), *Dictionary of Untranslatables: A Philosophical Lexicon*. Princeton University Press.
- Karabulut, N. (2009). *Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler*, İstanbul.
- Kaya, Raşit, (2009). İktidar Yumağı: Medya-Sermaye-Devlet, Ankara: İmge Kitabevi.
- Kelly, P. (2016). *The Self As Enterprise: Foucault and The Spirit Of 21st Century Capitalism*. Routledge.
- Kiliç, D. (2012). *Medya Kavramı Ve Toplum*.H. İbrahim Gürcan (Edt.), *Medya ve İletişim*, (s:73-90). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No 2548,
- Kocabaşoğlu, U. (1980). *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna: Trt Öncesi Dönemde Radyonun Tarihsel Gelişimi Ve Türk Siyasal Hayatı İçindeki Yeri* (No. 442). SBF Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.
- Koloğlu, O. (2006).*Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*. Pozitif Yayınları.
- Lambert, R., & Herod, A. (Eds.). (2016).*Neoliberal Capitalism And Precarious Work: Ethnographies Of Accommodation And Resistance*. Edward Elgar Publishing.
- Lievrouw, Leah and Sonia Livingstone (2002). *Introduction: The Social Shaping And Consequences of ICTs,"* L.A. Lievrouw and S. Livingstone (eds.), *Handbook of New Media*. CA: Sage, 2002.
- Lemke, T. (2015). *Foucault , Yönetimsellik ve Devlet*. Ankara: Pharmakon
- Limoncuoğlu, S. A. (2010). *Türk İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukukunda Güvenceli Esneklik*. İzmir Ekonomi Üniversitesi Yayınları , No:27.
- Lin, N. (1976). *Foundations of Social Research*. Mcgraw-Hill.
- Goffman, E. (1990). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Kalleberg, A. L., Rasell, E., Cassirer, N., Reskin, B. F., Hudson, K., Webster, D., & Spalter-Roth, R. M. (1997). *Nonstandard Work, Substandard Jobs. Flexible Work Arrangements in The Us*. Economic Policy Institute, 1660 L Street NW, Suite 1200, Washington, DC 20036.
- Lofstrom, M. (2004). *Labor Market Assimilation And The Self-Employment Decision Of Immigrant Entrepreneurs*. How Labor Migrants Fare (s: 191-222). Springer, Berlin, Heidelberg.
- MEB. (2013). *Gazeteciliğin Temel Kavramları*. MEGEP. Ankara.
- Moore, T. (2018). *The Disposable Work Force: Worker Displacement And Employment Instability* America. Routledge.
- Munck, R. (2003). *Emeğin Yeni Dünyası*. İstanbul: Kitap Yayınevi.

- Munck, R., Schierup, C. U., & Wise, R. D. (2013). *Migration, Work, And Citizenship In The New World Order*. In *Migration, Work and Citizenship in the New Global Order* (s. 9-20). Routledge.
- Nah, S., Yamamoto, M., Chung, D. S., & Zuercher, R. (2017). *Yurttaş Gazeteciliğinin Kullanım ve Benimsenmesinin Çevrimiçi Gazeteler Tarafından Modelleştirilmesi*. Himmet Hülür & Cem Yaşın (Eds.), *Yeni Medya: Geleceğin Gazeteciliği* s. 209–237). Ankara: Ütopya.
- Nalçaoğlu, H. (2003). *Medya ve Toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve*. S. Alankuş (Ed.), *Medya ve Toplum* (s. 43–58). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları:4.
- Öke, K. (1994). *Gazeteci: Türkiye’de Basın Çalışanları Üzerine Bir İnceleme*. ÇGD Yayınları.
- Overbeek, H. (2003). *Globalization, Neo-Liberalism And The Employment Question. The Political Economy Of European Employment: European Integration And The Transnationalization Of The (Un) Employment Question"* Routledge.
- Özdemir, S., Parlak, Z., & Özdemir, S. (2011). *Kobi’lerde Esnek Çalışma*. İstanbul Ticaret Odası.
- Özkan, A. (2007). *Medyada Tekelleşmenin Sakıncaları*. Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, İstanbul.
- Özsever, A. (2014). *AKP Döneminde Medya ve Medya Çalışanlarının Sorunları*. F. Özbilgen (Ed.), *İletişimin Devrim Yılları : Hıfzı Topuz’a Armağan* (s. 226). Hiperlink Yayınları.
- Patton, M. (2001). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. London (3. Baskı): Sage Publications.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism And New Media*. Columbia University Press
- Picard, R., (1987), *Pricing Behaviour of Newspapers*, Picard vd (eds), *Press Concentration and Monopoly: New perspectives In Newspaper Ownership And Operation* , (s. 55-69), Norwood, NJ: Ablex
- Picard, R. G. (2015). *Journalists’ Perceptions Of The Future Of Journalistic Work*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Rodgers, G. and Rodgers, J. (eds) (1989) *Precarious Jobs in Labour Market Regulation : The Growth of Atypical Employment in Western Europe*. Geneva, International Institute for Labour Studies.
- Rose, N. (1999). *Powers Of Freedom: Reframing Political Thought*. Cambridge University Press.
- Sabuncuoğlu, Z. (2000). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Bursa: Ezgi Yayınları.
- Şakar, M. (2002). *Bireysel Basın İş Hukuku*. İstanbul: Beta.

- Sayılğan, E. (2010). *Medya İşletmelerinde Pazarlama Yönetimi*. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Sennett, R. (2010). *Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri*. Ayrıntı Yayınları.
- Seyidoğlu, H. (1992). *Ekonomik Terimler: Ansiklopedik Sözlük*. Güzem Yayınları.
- Sönmez, A. (2010). *Kendi Anlatımıyla Attila Sönmez*. Ergun Türkcan (Ed.), *Türkiye’de Planlamanın Yükselişi ve Çöküşü 1960-1980* (s. 576). İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Standing, G. (2015). *Prekarya: Yeni Tehlikeli Sınıf*. İletişim Yayınları.
- Stanford, J., Vosko, L., F., (2004), *Challenging the Market: The Struggle to Regulate Work and Income*, Jim Stanford and Leah F. Vosko (Eds), *Challenging the Market The Struggle to Regulate Work and Income*, Edited by, Québec, McGill-Queen’s University Press, s. 3-30
- Stephens, M. (1999). The History Of Television. In Grolier Multimedia Encyclopedia.
- Tokgöz, O. (1991). *Medya’da Birikim, Tekelleşme ve Sorunları*. Ankara Üniversitesi BYYO Yıllığı Şevket Evliyagil’e Armağan.
- Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları: 476 .
- Toprak, A. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: " Görülüyorum Öyleyse Varım!"*. Kalkedon.
- Topuz, H. (2012). *Türk Basın Tarihi: II. Mahmut’tan Holdinglere*. Remzi kitabevi.
- Slavnic, Z. (2004). *Immigrant And Small Business Research Sweden: An Overview*. Linköping University Electronic Press.
- Tanrıöver, H. (2010). *Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri*. İstanbul: ITO.
- Tunçomağ, K., & Centel, T. (2008). *İş Hukukunun Esasları: Genel Kavramlar, Hizmet Sözleşmeleri, Sendikalar, Toplu İş Sözleşmeleri, Arabuluculuk Ve Tahkim, Grev Ve Lokavt*. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Tunçomağ, K., & Centel, T. (2016). *İş Hukukunun Esasları* İstanbul: Beta.
- Turgut, S. (2013). *Yeni Medya*. Destek Yayınları.
- Türkcan, E. (2010). *Attila Sönmez’e Armağan: Türkiye’de Planlamanın Yükselişi Ve Çöküşü 1960-1980* (Vol. 298). İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Türkoğlu, N. (2010). *İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim: Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar"*. Urban Çeviri Hizmetleri.
- Uchitelle, L. (2007). *The Disposable American: Layoffs And Their Consequences*. Vintage.

- Uluç G (2003). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı*. Anahtar Kitaplar Yayınevi , İstanbul
- Urry, J. (1995). *Örgütlü Kapitalizmin Sonu*. M. Stuart Hall, Jacques, & Çev. Abdullah Yılmaz (Eds.), *Yeni Zamanlar : 1990' Larda Politikanın Değişen Çehresi* (s. 95–104). Ayrıntı.
- Uyguç, Ü., Genç, A.(1998). *Radyo Televizyon Haberciliği*. Avcıol Basım Yayın. İstanbul. 238.
- Van Dijk, J. (1999). *The Network Society: Social Aspects Of New Media*. London: Sage Publications.
- Vosko, L. F. (2006). Precarious Employment: Towards An Improved Understanding Of Labour Market Insecurity (Vol. 2006, s. 3-39). Montreal and Kingston: McGill-Queen's University Press.
- Vosko, L. F. (2010). *Managing The Margins: Gender, Citizenship, And The International Regulation Of Precarious Employment*. Oxford University Press.
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (eds.)(2009). *The Handbook Of Journalism Studies*. Routledge.
- Wright, M. (2013). *Disposable Women And Other Myths Of Global Capitalism*. Routledge.
- Yildirim, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 9. Baskı, Ankara: Seçkin
- Yin, R. K. (2010). *Qualitative Research From Start To Finish*. Newyork: Guilford Press
- Süreli Yayınlar**
- Abdnor, J.(1988). "The Spirit Of Entrepreneurship". *Journal of Small Business Management*, 26(1), 1-21 .
- Adaklı, G. (2010). "Neoliberalizm ve Medya: Dünya'da ve Türkiye'de Medya Endüstrisinin Dönüşümü", *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.
- Akarcılı, S. (1989). Basının Görevleri ve Basın Özgürlüğü, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 44(1).
- Akın, A., Ulukök, E., Arar, T. (2017). "İş-Yaşam Dengesi: Türkiye'de Yapılan Çalışmalara Yönelik Teorik Bir İnceleme", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 113-124.
- Akyol, A., Athreya, K. (2009)." Self-Employment Rates And Business Size: The Roles Of Occupational Choice And Credit Market Frictions", *Annals of Finance*, 5(3-4), 495.
- Andrews, D., Nonnecke, B., Preece, J. (2003). "Conducting Research On The Internet: Online Survey Design, Development And Implementation Guidelines", *International Journal of Human-Computer Interaction*, 16(2), 185–210

- Arık, E. (2013). “Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36).
- Arık, F. & Arık, I. A.(2016) Grounded Teori Metodolojisi Ve Türkiye De Grounded Teori Çalışmaları. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (58), 285-309.
- Athanasou, J. A. (2010). Decent Work And Its Implications For Careers. *Australian Journal of Career Development*, 19(1), 36-44.
- Atkinson, R., & Flint, J. (2001). Accessing hidden and hard-to-reach populations: Snowball research strategies. *Social research update*, 33(1), 1-4.
- Avşar, Z. (2004). “Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları”, *İletişim Araştırmaları*, 2(2), 87-112..
- Aytaç, Ö. (2002). “Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 231–260.
- Bacon, N., Storey, J. (1993). “İndividualization Of The Employment Relationship And The Implications For Trade Unions”, *Employee Relations*, 15(1), 5-17.
- Baines, S. (1999). “Servicing The Media: Freelancing, Teleworking And ‘Enterprising’ Careers”, *New Technology, Work and Employment*, 14(1), 18-31.
- Baki, A., & Gökçek, T. (2012). “Karma Yöntem Araştırmalarına Genel Bir Bakış”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(42), 1–21.
- Banks, M. (2010). “Autonomy Guaranteed? Cultural Work and the “Art–Commerce Relation”, *Journal for Cultural Research*, 14(3), 251–269.
- Başkale, H. (2016). “Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23–28.
- Baumann, A. (2002). “Informal Labour Market Governance: The Case Of The British And German Media Production Industries”, *Work, Employment and Society*, 16(1), 27-46.
- Benach, J., Amable, M., Muntaner, C., Benavides, F. G. (2002). “The Consequences Of Flexible Work For Health: Are We Looking At The Right Place?”, *Journal of Epidemiology & Community Health*.
- Bengi, H. (2012). “Tarihsel Süreç İçinde Anadolu Ajansı’nin Özgün Kurumsal Yapısı (1920-2011)”, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 13(50), 299-341.
- Benz, M. (2009). Entrepreneurship As A Non-Profit-Seeking Activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(1), 23-44.
- Breman, J., Van Der Linden, M. (2014). “Informalizing The Economy: The Return Of The Social Question At A Global Leve”, *Development and Change*, 45(5), 920-940.

- Brenner, O. C., Pringle, C. D., Greenhaus, J. H. (1991). "Perceived Fulfillment of Organizational Employment Versus", *Journal Of Small Business Management*, 29(3), 62.
- Bryman, A. (2007). Barriers to Integrating Quantitative and Qualitative Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 8–22. <http://doi.org/10.1177/2345678906290531>
- Burke, A. (2011). "The Entrepreneurship Enabling Role of Freelancers: Theory with Evidence from the Construction Industry", *International Review of Entrepreneurship*, 9(3), 28.
- Burke, A. E., Fitzroy, F. R., Nolan, M. A. (2008). "What Makes A Die-Hard Entrepreneur? Beyond The 'Employee Or Entrepreneur'Dichotomy", *Small Business Economics*, 31(2), 93.
- Burtch, G., Carnahan, S., Greenwood, B. N. (2018). "Can You Gig It? An Empirical Examination Of The Gig Economy And Entrepreneurial Activity", *Management Science*.
- Buschoff, K. S., Protsch, P. (2008). "(A-) Typical And (in-) Secure? Social Protection And "Non- Standard" Forms Of Employment In Europe", *International Social Security Review*, 61(4), 51-73.
- Buschoff, K. S., Schmidt, C. (2009). "Adapting Labour Law And Social Security To The Needs Of The'new Self-Employed'—Comparing the UK, Germany and The Netherlands", *Journal of European Social Policy*, 19(2), 147-159.
- Caves, R. E. (2003). "Contracts Between Art and Commerce", *The Journal of Economic Perspectives* 17(2), 73-83. <http://doi.org/10.2307/3216857>
- Çelik, H. (2015). "Neoliberal Politikalar Sonucunda Medya Alanında Tekelleşme Eğilimleri ve Türkiye Örneğinde Son Yarıym Yüzyıla Bakış", *İnternational Conference On Eurasian Economies*.736-739
- Çetinkaya, A. (2017). "Basın İşletmelerin Çevrimiçi Gazetecilik İle İstihdam Ve İşgücü Becerilerinin Dönüşümü", *Erciyes İletişim Dergisi "akademia,"* 5(1), 221–234.
- Chakravartty, P., Schiller, D. (2011). "Global Financial Crisis| Neoliberal Newspeak and Digital Capitalism in Crisis", *International Journal of Communication*, 4, 23.
- Christopherson, S. (2002). "Project Work In Context: Regulatory Change And The New Geography Of Media", *Environment and Planning A*, 34(11), 2003-2015.
- Çifter, A., Demir, Ö. (2007)." 4857 Sayılı İş Kanununa Göre Geçici İş İlişkisinin Hükümleri ve Sonuçları", *Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Yıl :6 Sayı, 6(12), 7–20.
- Çil, Ş. (2007). "4857 Sayılı İş Kanununa Göre Fazla Çalışma ve Fazla Sürelerle Çalışma", *Çalışma ve Toplum Dergisi*, Birleşik Metal-İş, 3, 57-79.

- Clark, K., Drinkwater, S. (2000). "Pushed Out Or Pulled In? Self-Employment Among Ethnic Minorities in England And Wales", *Labour Economics*, 7(5), 603-628.
- Clinton, M., Totterdell, P., Wood, S. (2006). "A Grounded Theory Of Portfolio Working: Experiencing The Smallest Of Small Businesses", *International Small Business Journal*, 24(2), 179-203.
- Cohen, L., Mallon, M. (1999). "The Transition From Organisational Employment To Portfolio Working: Perceptions Of 'Boundarylessness'", *Work, Employment And Society*, 13(2), 329-352.
- Cooper, T. W. (1998). "New Technology Effects Inventory: Forty Leading Ethical Issues", *Journal of Mass Media Ethics*, 13(2), 71-92.
- Cranford, C., Vosko, L., Zukewich, N. (2003). "The Gender Of Precarious Employment in Canada", *Industrial Relations*, 58(3), 454-482.
- Davenport, J. (2006). "UK Film Companies: Project- Based Organizations Lacking Entrepreneurship and Innovativeness?", *Creativity and Innovation Management*, 15(3), 250-257.
- Davies, C. (2001) "Portfolio Careers in the Public Sector: The Case of the New Professional Regulators", *Work Employment and Society Conference: Winning and Losing in The New Economy*, University of Nottingham, 11-13 September
- De Grip, A., Hoevenberg, J., Willems, E. (1997). "Atypical Employment In The European Union", *Int'l Lab. Rev.*, 136, 49.
- Demir, R., & Özgün, O. H. (2015). "Geçici İş İlişkisine ve Geçici İstihdam Bürolarına İlişkin Çalışanların Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2).
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: "Professional Identity And Ideology Of Journalists. *Sage Publications*, 6(4), 442-464.
- Deuze, M. (2001). Online Journalism: Modelling The First Generation Of News Media On The World Wide Web." *First Monday*, 6(10).1-21
- Deuze, M. (1998). "The Web Communicators: Issues in Research Into Online Journalism And Journalists". *First Monday*, 3(12).
- Deuze, M. (2008). Understanding Journalism As Newswork: How It Changes, And How It Remains The Same. *Westminster Papers In Communication & Culture*, 5(2).
- Dex, S., Willis, J., Patterson, R., Sheppard, E. (2000) "Freelance Workers and Contract Uncertainty: The Effects Of Contractual Changes In The Television Industry", *Work, Employment & Society* 14(2), pp. 283-305
- Dişbudak, C., Bozkulak, S. (2010). "Sosyal Ve Ekonomik Haklar: Sözler Ve Sınırlar", *Journal of Political Sciences*, (42), 83-110.
- Dittmar, J. (2009). "Ideas, Technology, and Economic Change: The Impact of the Printin Press". *Science*, 1-49.

- Duell, N. (2003). "Defining And Assessing Precarious Employment İn Europe: A Review Of Main Studies And Surveys". *Economics Research &Consultings*, 158
- Du Gay, P., Salaman, G., Rees, B. (1996). "The Conduct Of Management And The Management Of Conduct: Contemporary Managerial Discourse And The Constitution Of The 'Competent' Manager", *Journal of Management Studies*, 33(3), 263-282.
- Duening, T. N. (2010). "Five Minds For The Entrepreneurial Future: Cognitive Skills As The Intellectual Foundation For Next Generation Entrepreneurship Curricula", *The Journal of Entrepreneurship*, 19(1), 1-22.
- Durgeç Aydoğan, P. (2017). "Alternatif Bir Medya Alanı Olarak Yurттаş Gazeteciliğı", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(50), 705–711.
- Edstrom, M., Ladendorf, M. (2012). "Freelance Journalists As A Flexible Workforce İn Media Industries", *Journalism Practice*, 6(5-6), 711-721.
- Eisenhardt, K. M., Graebner, M. E. (2007). "Theory Building From Cases: Opportunities And Challenges", *Academy Of Management Journal*, 50(1), 25–32.
- Ekinsmyth, C. (1999). "Professional Workers İn A Risk Society", *Transactions Of The Institute of British Geographers*, 24(3), 353-366.
- Ekonomi, M. (2004). 4857 "Sayılı İş Kanununa Göre Fazla Çalışma Kavramı", *Kamu-İş, İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 7(3), 1-2.
- Emirgil, B. F. (2010). "Yeni Kapitalizmde Emeğı Sorunsallaştırmak: Emeğın Maddi-Olmayan Görünümleri", *Çalışma ve Toplum*, 1, 221-238.
- Erdoğan, İ. (2002). "Tekelleşme, Medya Ve Medya Pratikleri", *Toplum ve Hekim*, 417–424.
- Eser, D. B., memişoğlu, A. G. D., & Özdamar, G. (2011). "Sosyal Siyasetin Üretilmesi Sürecinde Refah Devletinden Neo-Liberal Devlete Geçiş: Devletin Kamu Hizmeti Sunma İşlevinin Değışimi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2).201-217
- Faugier, J., Sargeant, M. (1997). "Sampling Hard To Reach Populations", *Journal of Advanced Nursing*, 26(4), 790–797. <http://doi.org/10.1046/j.1365-2648.1997.00371.x>
- Flaim, P. O., & Sehgal, E. (1985). "Displaced Workers Of 1979-83: How Well Have They Fared?", *Monthly Lab. Rev.*, 108(3).
- Fraser, J., & Gold, M. (2001). "'Portfolio Workers': Autonomy And Control Amongst Freelance Translators", *Work, Employment and Society*, 15(4), 679-697.
- Friedman, G. (2014). "Workers Without Employers: Shadow Corporations And The Rise Of The Gig Economy", *Review of Keynesian Economics*, 2(2), 171-188.

- Gall, G. (1998). "The Changing Relations Of Production: Union Derecognition In The Uk Magazine Industry", *Industrial Relations Journal*, 29(2), 151-161.
- Gall, G. (2000). "New Technology, The Labour Process And Employment Relations In The Provincial Newspaper Industry", *New Technology, Work and Employment*, 15(2), 94-107.
- Gallin, D. (2001). "Propositions On Trade Unions And İnformal Employment İn Times Of Globalisation", *Antipode*, 33(3), 531-549.
- Gash, V. (2008). "Bridge Or Trap? Temporary Workers' Transitions To Unemployment And To The Standard Employment Contract", *European Sociological Review*, 24(5), 651-668.
- Ghai, D. (2003). "Decent Work: Concept And İndicators", *International Labour Review*, 142(2), 113-145.
- Fudge, J. (2003). "Labour Protection For Self-Employed Workers", *Just Labour*(3)
- Fudge, J. (2012). "Blurring Legal Boundaries: Regulating For Decent Work", *Challenging The Legal Boundaries Of Work Regulation*, 1-26.
- Global Aciton Against Precarious Work. (2007). *Metal World*, (1), 18–21.
- Gollmitzer, M. (2014). "Precariouly Employed Watchdogs?" *Journalism Practice*, 8(6), 826–841. <http://doi.org/10.1080/17512786.2014.882061>
- Gönenç, A. Y. (2003). "Günümüz Türkiye'sinde Kadın Gazeteciler", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (17).
- Gönenç, A. Y. (2004). "İletişim Teknolojilerinin Medya Üzerindeki Etkileri", *Uluslararası İletişim Sempozyumu*.
- Graham, M., Hjorth, I., Lehdonvirta, V. (2017). "Digital Labour And Development: İmpacts Of Global Digital Labour Platforms And The Gig Economy On Worker Livelihoods", *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), 135-162.
- Greco, A. N. (1996). "Shaping The Future: Mergers, Acquisitions And The Us Publishing, Communications And Mass Media Industries 1990–1995", *Publishing Research Quarterly*, 12(3), 5-15.
- Green, F., Krahn, H., Sung, J. (1993). "Non-Standard Work İn Canada And The United Kingdom", *International Journal of Manpower*, 14(5), 70-86.
- Greenberg, N., Thomas, S., Murphy, D., & Dandeker, C. (2007). "Occupational Stress and Job Satisfaction in Media Personnel Assigned To The Iraq War (2003) a Qualitative Study", *Journalism Practice*, 1(3), 356-371.
- Griffiths, P., Gossop, M., Powis, B., & Strang, J. (1993). "Reaching Hidden Populations Of Drug Users By Privileged Access Interviewers: Methodological And Practical İssues", *Addiction (Abingdon, England)*, 88(12), 1617–26.

- Grubenmann, S., & Meckel, M. (2017). "Journalists' Professional Identity: A Resource To Cope With Change In The Industry?", *Journalism Studies*, 18(6), 732-748.
- Guest, D. (2004). "Flexible Employment Contracts, The Psychological Contract And Employee Outcomes: An Analysis And Review Of The Evidence", *International Journal of Management Reviews*, 5(1), 1-19.
- Günay, C. İ. (2004). "Çalışma Sürelerinde Esneklik", *Kamu-İş, İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 7, s.183.
- Günaydın, D.(2015). "İnsana Yakışır İş: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme .*The Journal of Academic Social Science Studies* Doi, (37), 123–148. <http://doi.org/10.9761/JASSS3023>
- Gurtoo, A., Williams, C. C. (2009). "Entrepreneurship And The Informal Sector: Some Lessons From India", *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 10(1), 55-62.
- Gynnild, A. (2017). "The Visual Power of News Agencies", *Nordicom Review*, 38(2), 25-39.
- Hall, D. T. (1996). "Protean Careers of the 21st Century", *The Academy of Management Executive* (1993-2005). <http://doi.org/10.2307/4165349>
- Hannif, Z., Lamm, F. (2005). "When Non-Standard Work Becomes Precarious: Insights From The New Zealand Call Centre Industry", *Management Revue*, 324-350.
- Hanusch, F. (2015). "Transformative Times: Australian Journalists' Perceptions of Changes In Their Work". *Media International Australia*, 155(1), 38–53. <http://doi.org/10.1177/1329878X1515500106>
- Hartley, J. (2007). "There Are Other Ways Of Being In The Truth", *International Journal of Cultural Studies*, 10(1), 135–144. <http://doi.org/10.1177/1367877907073908>
- Heery, E., Conley, H., Delbridge, R., & Stewart, P. (2004). "Beyond The Enterprise: Trade Union Representation Of Freelances In The UK", *Human Resource Management Journal*, 14(2), 20-35.
- Henninger A., Gottschall K. (2007). "Freelancers in Germany's Old And New Media Industry: Beyond Standard Patterns Of Work And Life?", *Critical Sociology* 33: 43–71
- Hermann, C. (2007). Neoliberalism In The European Union. *Studies in Political Economy*, 79(1), 61-90.
- Hevenstone, D. (2010). National Context And Atypical Employment. *International Sociology*, 25(3), 315-347.
- Houseman, S. N., & Polivka, A. E. (2000). The Implications Of Flexible Staffing Arrangements For Job Stability. *On the job: Is long-Term Employment A Thing Of The Past*, 427-62.

- Huang, E., Davison, K., Shreve, S., Davis, T., Bettendorf, E., & Nair, A. (2006). "Bridging Newsrooms And Classrooms: Preparing The Next Generation Of Journalists For Converged Media", *Journalism & Communication Monographs*, 8(3), 221-262.
- Hughes, K. D. (2003). "Pushed Or Pulled? Women's Entry Into Self- Employment And Small Business Ownership", *Gender, Work & Organization*, 10(4), 433-454.
- Hunter, A. (2015). "Crowdfunding Independent And Freelance Journalism: Negotiating Journalistic Norms Of Autonomy And Objectivity", *New Media & Society*, 17(2), 272-288.
- İlaslan, S. (2014). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Kuruluşu Üzerine Temel Tartışmalar: Kalkınma, Eğitim ve Milli Güvenlik. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 69(3).
- İlgar, Z., & İlgar, S. C. (2013). Nitel Bir Araştırma Deseni Olarak Gömülü Teori (Temellendirilmiş Kuram). *İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*.
- ILO. (1997). Part time Work: Solution or Trap? *İnternational Labour Review*, 136(4). <http://www.ilo.org/public/english/revue/articles/97-4.htm>
- İşığışok, Ö. (2009). "Küreselleşme Sürecinde İnsana Yakışır İş". *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (56).
- Ivankova, N. V., Creswell, J. W., & Stick, S. L. (2006). "Using Mixed-Methods Sequential Explanatory Design: From Theory to Practice", *Field Methods*, 18(1), 3–20. <http://doi.org/10.1177/1525822X05282260>
- Kalleberg, A. L. (2000). "Nonstandard Employment Relations: Part-time, Temporary And Contract Work", *Annual Review Of Sociology*, 26(1), 341-365.
- Kalleberg, A. L. (2009). "Precarious Work, "Insecure Workers: Employment Relations In Transition", *American Sociological Review*, 74(1), 1-22.
- Kalleberg, A. L., & Hewison, K. (2013). "Precarious Work And The Challenge For Asia", *American Behavioral Scientist*, 57(3), 271-288.
- Kalleberg, A. L., Reskin, B. F., & Hudson, K. (2000). "Bad jobs in America: Standard And Nonstandard Employment Relations And Job Quality In The United States", *American Sociological Review*, 256-278.
- Kamalıoğlu, N. Ç. (2013). "Denkleştirme ve Uygulamaları", *ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi*, 1(2), 52–65.
- Kapar, R. (2012). "Hollanda'da Kadınların Kısmi Süreli İstihdamı ve Etkileri", *Çalışma ve Toplum*, 2(29).
- Kara, T. (2009). "Küresel Ekonomik Kriz Ve Medya Sektörüne Yansımaları", *Marmara İletişim Dergisi*, 15, 65–79

- Karabulut, B. (2015). "Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 11-23.
- Karahisar, T. (2014). Basın İş Kanunu'na Göre Gazetecilerin Yasal Hakları. *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 67-82.
- Karen, M. (2001). "It's The Hard Life For Freelancers", *Australian Journalism Review*, 23(1), 99-109.
- Kaul, V. (2013). "Journalism In The Age Of Digital Technology". *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(1), 125.
- Kitching, J. (2015). *Tracking Uk Freelance Workforce Trends 1992-2015*. *International Review of Entrepreneurship*, 13(1), 21-34.
- Kjeldstad, R., & Nymoen, E. H. (2012). "Underemployment In A Gender-Segregated Labour Market", *Economic and Industrial Democracy*, 33(2), 207-224.
- Koç, M; Görücü,İ(2011).“4857 Sayılı İş Kanunu’na Göre Kısmi Çalışma Uygulaması ve Sonuçları”, *Çalışma ve Toplum Dergisi*, C:1, S:28, s.149-178.
- Korkmaz, O., & Erdoğan, E. (2014). "İş Yaşam Dengesinin Örgütsel Bağlılık ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi", *Ege Academic Review*, 14(4).
- Krasniqi, B. A. (2009). "Personal, Household And Business Environmental Determinants Of Entrepreneurship". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(1), 146-166.
- Krueger JR, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). "Competing Models Of Entrepreneurial Intentions", *Journal Of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Kuhn, P. J., & Schuetze, H. J. (2001). "Self- Employment Dynamics And Self-Employment Trends: A Study Of Canadian Men And Women, 1982-1998.", *Canadian Journal of Economics*, 34(3), 760-784.
- Kurt, H. (2014). "Gazetecilik Pratiği Ve Sosyal Medya",. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(4), 821-835.
- Kuşaksız, A (2006). 'Kısmi Süreli Çalışan İşçilerin Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de Kısmi Süreli Çalışmayı Tercih Etme Gerekçeleri', *Yönetim ve Ekonomi Celal Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(2).21.
- Kuyucu, M. (2013a). "Medyada Kadın Olmak: Medya İşletmelerinde Çalışan Kadınların Sorunları", *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2(6).
- Kuyucu, M. (2013b). "Türkiye'de Çapraz Medya Sahipliği: Medya Ekonomisine Olumsuz Etkileri Ve Bu Etkilerin Önlenmesine Yönelik Öneriler." *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 8(1), 144-163.

- Kuyucu, M. (2013c). "Türkiye'de Özel Radyo Yayıncılığı: Ulusal Ölçekte Yayın Yapan Özel Radyo Kanallarının Yapıları Üzerine Bir Araştırma". *Global Media Journal*, 7, 135-155.
- Kuzgun, İ. (2004). "Türkiye'de Esnek istihdam Biçimlerinin Düzenlenmesi", *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 17-31.
- Landström, H., & Johannisson, B. (2001). "Theoretical Foundations Of Swedish Entrepreneurship And Small-Business Research", *Scandinavian Journal of Management*, 17(2), 225-248.
- Lee, D. R. (1996). "Why Is Flexible Employment Increasing?", *Journal of Labor Research*, 17(4), 543-553.
- Lee, L. (2009). "History And Development Of Mass Communications", *Journalism and Mass Communication*, 158.
- Leech, N. L., & Onwuegbuzie, A. J. (2009). "A Typology of Mixed Methods Research Designs", *Quality & Quantity*, 43(2), 265-275
- Magdoff, F., & Magdoff, H. (2004). "Disposable Workers", *Monthly Review*, 55(11), 18-35.
- Mallon, M. (1998). "From Public Sector Employees To Portfolio Workers: Pioneers Of New Careers". *Experiencing Human Resource Management*, 169-86.
- Maloney, W. F. (2004). Informality revisited. *World development*, 32(7), 1159-1178.
- Massey, B. L., & Elmore, C. J. (2011). Happier Working For Themselves. *Journalism Practice*, 5(6), 672-686.
- Mckercher, C. (2009). "Writing On The Margins: Precarity And The Freelance Journalist." *Feminist Media Studies*, 9(3), 369-378.
- Menéndez, M., Benach, J., Muntaner, C., Amable, M., & O'campo, P. (2007). Is Precarious Employment More Damaging To Women's Health Than Men's?. *Social Science & Medicine*, 64(4), 776-781.
- Menger, P. M. (1999). Artistic Labor Markets And Careers. *Annual Review of Sociology*, 25(1), 541-574.
- Minard, C. S. L. (2009). Valuing Entrepreneurship In The Informal Economy In Senegal. *Social Enterprise Journal*, 5(3), 186-209.
- Mollamahmutoğlu, H. (2004). 4857 Sayılı Yeni İş Kanunu'nun Getirdiği Önemli Bazı Yenilikler. *Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 7(4), 1-37.
- Narmanlioğlu, H. (2016). İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1).
- Newman, E., Simpson, R., & Handschuh, D. (2003). "Trauma Exposure And Post-Traumatic Stress Disorder Among Photojournalists". *Visual Communication Quarterly*, 10(1), 4-13.

- O'donnell, P., Zion, L., & Sherwood, M. (2016). Where Do Journalists Go After Newsroom Job Cuts? *Journalism Practice*, 10(1), 35–51.
- Omay, U. (2008). Boş Zamanın Manipülasyonu Ve Çalışma. *İş, Güç" The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 10(3), 122–147
- Özçağlayan, M. (2008). “Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme)”, *Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 131–160.
- Özdemir, M. (2010). “Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1)
- Öztürk, G. (2017). "Sözlü İletişimden Matbaaya: İletişim Devrimleri ve Toplum". *TOJDAC*, 7(2), 317–327
- Öztürk, Ş. (2017). “Türkiye’de Gazetecilerin Çalışma Sorunları”, *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 6(1), 89–111
- Parrish, R. (2002). “The Changing Nature Of Community. Strategies: Journal of Theory, Culture & Politics”, 15(2), 259-284.
- Pinsonneault, A., & Kraemer, K. (1993). “Survey Research Methodology in Management Information Systems: An Assessment”, *Journal of Management Information Systems*, 10(2), 75–105.
- Platman, K. (2004). "“Portfolio Careers’ And The Search For Flexibility In Later Life". *Work, Employment And Society*, 18(3), 573-599.
- Polivka, A. E. (1996). Contingent And Alternative Work Arrangements, *Monthly Lab. Rev.*, 119, 3.
- Pratt, A. C. (1997). The Cultural Industries Production System: A Case Study Of Employment Change In Britain, 1984–91”, *Environment And Planning A*, 29(11), 1953-1974.
- Ray, R. H. (1951). "Competition İn The Newspaper Industry", *Journal of Marketing*, 15(4), 444-456.
- Rees, H., & Shah, A. (1986). “An Empirical Analysis Of Self- Employment İn The UK”, *Journal Of Applied Econometrics*, 1(1), 95-108.
- Saundry, R., Stuart, M., Antcliff, V., (2007). “Broadcasting discontent-freelancers, trade unions and the Internet”, *New Technology, Work & Employment* 22, 178-191.
- Salman, A., Ibrahim, F., Abdullah, M. Y. H., Mustaffa, N., & Mahbob, M. H. (2011). "The Impact Of New Media On Traditional Mainstream Mass Media" , *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 16(3), 1-11.
- Sandelowski, M. (2000). “Combining Qualitative and Quantitative Sampling, Data Collection, and Analysis Techniques in Mixed-Method Studies”, *Research in Nursing & Health*, 23(3), 246–255

- Sayilgan, E. (2009). "Medya Sektöründe Rekabet Olgusu Ve Medyaya Giriş Engelleri", *Marmara İletişim Dergisi*, (15), 79–89.
- Sezgin, S. (2003). Gazeteciliğin Ve Türk Yazılı Basınının Kısa Tarihsel Perspektifi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18.
- Şahin, M. (2013). "Ajans Gazeteciliği ve Medya Sektöründe Haber Ajanslarının Etkinliği", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (37), 196-210.
- Schoukens, P., & Barrio, A. (2011). "The Concept of Work Ability: When Does Typical Work Become Atypical?", *Journal of Occupational Rehabilitation*, 21(2), 306-332
- Şimşek, H. B. (2014). "Atipik İstihdam Şekillerinin Sosyal Güvenlik Sistemi Kapsamında Değerlendirilmesi", *Sosyal Güvençe*, (5).
- Slavnic, Z. (2010). "Political Economy Of Informalization". *European Societies*, 12(1), 3-23
- Snijders, T. A. B. (1997). "Estimation On The Basis Of Snowball Samples: How To Get Weight?", *Bulletin Methodologie Sociologique*, 36, 59–70.
- Snyder, K. A. (2004). "Routes To The Informal Economy In New York's East Village: Crisis, Economics, And Identity", *Sociological Perspectives*, 47(2), 215-240.
- Söylemez, A. (1997). Medya Ekonomisi Üzerine, *Ekonomik Yaklaşım*, 8(27), 209-230.
- Stanworth, C., & Stanworth, J. (1995). "The Self- Employed Without Employees— Autonomous Or Atypical?", *Industrial Relations Journal*, 26(3), 221-229.
- Stanworth, C., & Stanworth, J. (1997). "Managing An Externalised Workforce: Freelance Labour- Use In The Uk Book Publishing Industry", *Industrial Relations Journal*, 28(1), 43-55.
- Startienė, G., Remeikienė, R., & Dumčiuvienė, D. (2010). "Concept Of Self-Employment", *Economic and Management*, 15, 262–274.
- Stewart, A. (2008). "Work Choices And Independent Contractors: The Revolution That Never Happened", *The Economic and Labour Relations Review*, 18(2), 53-62.
- Stone, K. (2005). "From Widgets to Digits: Employment Regulation for the Changing Workplace", *Employee Rts. & Emp. Pol'y J.*, 9, 407-425.
- Storey, J., Salaman, G., & Platman, K. (2005). "Living With Enterprise In An Enterprise Economy: Freelance And Contract Workers In The Media", *Human Relations*, 58(8), 1033-1054.
- Szabo, L. V. (2013). "The Future of Communication: From New Media to Postmedia", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 163, 36-43.
- Taşoğlu, J., & Limoncuoğlu, S. A. (2010). "4857 Sayılı Kanun Kapsamında Esnek Çalışma", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(2).

- Temiz, H. E. (2004). "Eğreti İstihdam: İşgücü Piyasasında Güvencesizliğin Ve İstikrarsızlığın Yeni Yapılanması", *Çalışma ve Toplum*, 2(2), 55-80.
- Scase, R. (2003). "Employment Relations In Small Firms", *Industrial Relations: Theory and Practice*, 1, 470.
- Tench, R., Fawkes, J., & Palihawadana, D. (2002). "Freelancing: Issues And Trends For Public Relations Practice", *Journal of Communication Management*, 6(4), 311-322.
- Tokgöz, O. (1972). "Haber Toplayan ve Satan Kuruluşlar: Haber Ajansları", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 27(02).
- Thornberg, R. (2012). "Informed Grounded Theory", *Scandinavian Journal of Educational Research*, 56(3), 243-259.
- Toktaş, S. (2010). "1980 Sonrası Değişen Medya Ortamında Gazeteci: Zanaatkar Mı, Profesyonel Mi?", *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 147-170
- Uzun, R. (2006). "Gazetecilikte Yenibir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 633-656.
- Ursell, G. (2000). "Television Production: Issues Of Exploitation, Commodification And Subjectivity In UK Television Labour Markets", *Media, Culture & Society*, 22(6), 805-825.
- Uğraş, B. (2014). "İş Hukukunda Kısa Çalışma Kavramı ve Kısa Çalışma Ödeneğine Hak Kazanmanın Koşulları", *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 5(1), 49-68.
- Valliere, D. (2015). "An Effectuation Measure Of Entrepreneurial Intent", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 131-142.
- Van Der Linden, M. (2014). "San Precario: A New Inspiration For Labor Historians", *Labor: Studies in working-class History of the Americas*, 11(1), 9-21.
- Verheul, I., Stel, A. V., & Thurik, R. (2006). "Explaining Female And Male Entrepreneurship At The Country Level", *Entrepreneurship And Regional Development* 18(2), 151-183.
- Volkan, G. (2015). "Yeni medyada Sanat Yönetimi", *Yıldız Journal Of Art And Design*, 2(2), 52-66.
- Vosko, L. F., Zukewich, N., & Cranford, C. (2003). "Precarious Jobs: A New Typology Of Employment", *Perspectives On Labour And Income*, 15(4).
- Vural, A. (2000) "Basın,Kamuoyu ve Üniversite", *Kurgu Dergisi*, s:17.117-126
- Wagner, J. (2007). "What A Difference A Y Makes-Female And Male Nascent Entrepreneurs In Germany", *Small Business Economics*, 28(1), 1-21.
- Webb, J. (2004). Organizations, Self-Identities And The New Economy.*Sociology*, 38(4), 719-738.

- Weinkopf, C. (2009). "Germany: Precarious Employment And The Rise Of Mini Jobs", *Researchgate*, 1-32.
- Welter, F. (2011). "Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges And Ways Forward", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184.
- Wiik, J. (2014). "Towards The Liberal Model: The Professional Identity Of Swedish Journalists", *Journalism Practice*, 8(5), 660-669.
- Williams, C. C. (2007). "The Nature Of Entrepreneurship In The Informal Sector: Evidence From England", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(02), 239-254.
- Williams, C. C., & Youssef, Y. (2014). "Is Informal Sector Entrepreneurship Necessity- or Opportunity-Driven? Some Lessons From Urban Brazil.", *Business and Management Research*, 3(1), 41.
- Willnat, L., Weaver, D. H., & Choi, J. (2013). "The Global Journalist In The Twenty-First Century: A Cross-National Study Of Journalistic Competencies", *Journalism Practice*, 7(2), 163-183.
- Witschge, T., & Nygren, G. (2009). "Journalistic Work: A Profession Under Pressure?", *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 37-59.
- Wynn, M. (2015). "Organising Freelancers: A Hard Case Or A New Opportunity?", *The Handbook of Research on Freelancing and Self-Employment*, 93-103.
- Thyil, V., & Durden, G. (2006). "What Exactly Is Entrepreneurial Spirit?: A Conceptual Framework And Empirical Evidence".
- Yun, G. W., & Trumbo, C. W. (2006). "Comparative Response to a Survey Executed by Post, E-mail, & Web Form". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(1),
- Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2012). "Yeni Medyada Haber Dili (Ayşe Paşalı Olayı Üzerinden Geleneksel Medya ve İnternet Haberciliği Karşılaştırması)", *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2(3)

Diğer Yayınlar

- Alejandro, J. (2010). *Journalism In The Age Of Social Media*. Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford, 2009-2010.
- Düll, N. (2003). *Is Precarious Employment Shaping European Labour Markets ? Assessing And Accounting For Precarious Employment In Five European Countries*. 15th Annual Meeting of the Society of Advanced Economics in Aix-En-Provence, 1–25.
- Adams, A., Freedland, M., Prassl, J. (2014). *The Zero-Jours Contract: Regulating Casual Work, Or Legitimizing Precarity?* (Vol. 567). <http://www.labourlawresearch.net/sites/default/files/papers/ZHC> Working Paper (January 2015).pdf

- American Press, <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/makes-journalism-different-forms-communication/> Erişim Tarihi: 5.11. 2018
- Atkinson, J. (1985). *Flexibility, Uncertainty And Manpower Management* (No. 89). Brighton: Institute of Manpower Studies.
- Aydinöz, G. (2014). *Türk İş Hukukunda Tele (Uzaktan) Çalışma.* , (Yayımlanmamış doktora Tezi). Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Banning, D. (2004). *Freelance Journalists: Careers, Attitudes, And Demographics.* Yüksek Lisans Tezi, University of Nevada, Reno.
- Başaran, A., Boz, Z., Eryol, S., Kocaer, H., & Ökten, S. (2013). *Turkish Media At A Glance.* Ankara. http://www.iletisim.gov.tr/uploads/docs/bir_bakista_en.pdf
- Beecher, E. (2013). *The Death Of Fairfax And The End Of Newspapers: Where Is The Journalism We Need Going To Come From Now?* The Monthly. <https://www.themonthly.com.au/issue/2013/july/1372600800/eric-beecher/death-fairfax-and-end-newspapers> Erişim Tarihi: 05.01.2017
- Benton, J. (2013). "The Value Of Starting Your Own News Brand — And Sponsored Content Done Right" Nieman Journalism Lab. <http://www.niemanlab.org/2013/05/the-value-of-starting-your-own-news-brand-and-sponsored-content-done-right/> Erişim Tarihi: 07.06.2016
- Bernard, S., & Perry, H. (2013). *Loneliness and Social Isolation Among Older People in North Yorkshire Stage* (No. WP2565). Heslington.
- Bibby, A. (2014). *Employment Relationships In The Media Industry.* Geneva: ILO.
- .Bittner, A. K. (2011). *Managing Change, Innovation And Trade Unionism In The News Industry,* Brussels: European Federation of Journalists.
- Böheim, R., Muehlberger, U. (2006). *Dependent Forms Of Self-Employment In The UK: Identifying Workers On The Border Between Employment And Self-Employment.* Discussion Paper No. 1963)
- Broughton, A., Biletta, I., Kullander, M. (2010). *Flexible Forms Of Work: 'Very Atypical' Contractual Arrangements.* European Working Conditions Observatory.
- Brown, T. (2009). *The Gig Economy.* The Daily Beast. <http://www.thedailybeast.com/the-gig-economy> Erişim Tarihi: 17.08.2017
- Bulunmaz, B. (2012). *Geleneksel Gazeteciliğin Haber Yayınında Yeni Medyanın Etkileri ve Hürriyet Gazetesi Örneği.* In 17th Internet Conference In Turkey With International Participation.
- Business Intellegence (2014), (<http://www.connectedvivaki.com/dijital-gazete-okurlari-gozunu-mobile-ceviriyor/>) Erişim Tarihi: 03.05.2017

- Business IntelligenCE, (2017) (<http://www.connectedvivaki.com/turkiyenin-dijital-aliskanliklari-nasil-evriliyor-infografik/>). Erişim Tarihi: 14.06.2018
- Byerly, C. M. (2011). *Global Report on the Status Women in the News Media*. Washington, DC: International Women's Media Foundation [IWMF].
- Çağdaş Gazeteciler Derneği "Tarihçe." <http://www.cgd.org.tr/index.php?Did=240&Page=1> Erişim Tarihi: 21.04.2018
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı. (2016). *2016 Çalışma Hayati İstatistikleri*. Ankara.
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2013). *Özel İstihdam Büroları Aracılığı ile Geçici İş İlişkisi-Çalışma Meclisi Hazırlık Toplantısı Raporu*,Ankara. Erişim Tarihi: 15.06.2017
- Cantenys, E. (2018). *Journalism Needs Freelancers, and Freelancers Need Protection*. <https://www.opensocietyfoundations.org/voices/journalism-needs-freelancers-and-freelancers-need-protection> Erişim Tarihi:21.02.2017
- Cesifo/Dice. (2010). *Representation of Self-employed Workers* , 2010. <https://www.cesifo-group.de/ifoHome/facts/DICE/Labour-Market/Labour-Market/Unions-Wage-Bargaining-Labour-Relations/repr-self-emp/fileBinary/repr-self-emp.pdf>.Erişim Tarihi:08.11.207
- Çetinkaya, A. (2017). *Çevrimiçi Gazetecilikte Fikri Mülkiyet Hakları Sorunu*. AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 8.
- Cohen, N. S. (2013). *Freelance Writers and Collective Organization*. Doktora Tezi, York University, Toronto.
- Contini, B., Grand, E. (2010). *Disposable Workforce in Italy*. http://www.laboratoirevelli.it/_pdf/wp98.pdf Erişim Tarihi: 08.07.2016
- Dallı, C. M. (2013). *Gereksiz İşler Olgusu Üzerine*. <http://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/918/gereksiz-isler-olgusu-uzerine#.W7DCumgzbIU> Erişim Tarihi:16.05.2017
- Dawson, C. J., Henley, A., & Latreille, P. L. (2009). *Why Do Individuals Choose Self-Employment?*. IZA Discussion Paper No. 3974
- De Silva, L., Millett, A. W., Rotondi, D. M., Sullivan, W. F., Fischer, E., Sillings, M. (2000). *Independent Contractors: Prevalence and Implications for Unemployment Insurance Programs*. Planmatics Inc." <https://wdr.doleta.gov/owsdrr/00-5/00-5.pdf>
- Demirel, F. (2012). *Avrupa Online Gazete ve İnternet Kullanım Sıralamasında Yine Önlerdeyiz*. <https://webrazzi.com/2012/01/19/avrupa-online-gazete-ve-internet-kullanim-raporunda-yine-on-siralardayiz/> Erişim Tarihi:25.01.2016

- Drobinski-Weiss, E. (2017). *The Status Of Journalist In Europe*. <http://academos.ro/sites/default/files/biblio-docs/341/plugin-statusofromani.pdf> Erişim Tarihi:19.04.2017.
- Dunston, L. (2011). *An Entrepreneurial Model For Travel Writers Working In An Evolving Media*. Tnooz. <https://www.tnooz.com/article/an-entrepreneurial-model-for-travel-writers-working-in-an-evolving-media/> Erişim Tarihi: 09.03.2016
- EFJ. (2006). *Women Journalists In The European Integration Process*. www.ifj.org. Erişim Tarihi: 11.03.2016
- EFJ. (2015). *EFJ Survey Reveals Precarious Working Conditions of Journalists Working For Digital Media In Europe*. <http://europeanjournalists.org/blog/2015/11/03/efj-survey-reveals-precarious-working-conditions-of-online-journalists-in-europe/> Erişim Tarihi: 23.11.2017
- Eichhorst, W., Braga, M., Famira-Mühlberger, U., Gerard, M., Horvath, T., Kahanec, M., & Pedersen, J. L. (2008). *Social Protection Rights of Economically Dependent Self-employed Workers*. WIFO Studies.
- Erşin, T. A. (2017). *Gazeteciler Alarm Veriyor: Yüzde 70 Tehlikeli Seviyede Stresli*. <https://journo.com.tr/gazeteciler-alarm-veriyor>. 25.11.2017
- Eurofound. (2006). *Industrial Relations In The Print Media Sector*. <https://www.eurofound.europa.eu/print/observatories/eurwork/comparative-information/industrial-relations-in-the-print-media-sector>
- Eurofound. (2013). *Representativeness Of The European Social Partner Organisations: Audiovisual Sector*. Dublin.
- Eurofound. (2015). *New Forms of Employment*. Dublin.
- European Economics. (2002). "Market Definition in the Media Sector -Economic Issues.http://ec.europa.eu/competition/sectors/media/documents/european_economics.pdf
- European Commission. (2010). *European Sectoral Social Dialogue-Recent Developments*. Luxembourg: Office for official publications of the European Union.
- European Communities. (2007). *Competitiveness of the European Graphic Industry:Prospects For the EU Printing Sector to Respond to its Structural and Technological Challenges*. Brussels.
- European Parliament. (2000). *Atypical Work In The EU*. Social Affairs Series.
- Eurostat.(2016). *Cultural Employment By Sex*. <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupDownloads.do> Erişim Tarihi: 09.03.2017

- Eurostat. (2018). *Employment By Sex, Age And Detailed Economic Activity*. <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> Erişim Tarihi: 09.012.2018
- Evans, J., Gibb, E. (2009). *Moving From Precarious Employment To Decent Work*. ILO, Global Union Research Network, (13).
- Fellegi, I. (2010). *Survey Methods and Practices*. Statistics Canada. <http://doi.org/12-587-X>
- Finberg, H. I., & KlingeR, L. (2014). *Core Skills For The Future Of Journalism*. Poynter Online.
- Frade, C., Darmon, I., Laparra, M. (2004). *Precarious Employment In Europe: A Comparative Study Of Labour Market Related Risk In Flexible Economies*. Esope Project, European Commission, available at< <http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/finalreport/hpse-ct-2001-00075-final-report.pdf>>(last access 2014, February). Erişim Tarihi: 09.03.2016
- Freidson, E. (2001). Professionalism, the Third Logic: On the Practice Of Knowledge. Gıda Hattı (2016), (<https://www.gidahatti.com/reklam-harcamalari-artisinda-dunyayi-katladik-45242/>). Erişim Tarihi: 02.06.2017
- Globalwebindex. (2016). *Digital Analytics, Audience Insight Tools & Trends*. <https://www.globalwebindex.com/>
- Gottfried, J., Shearer, E. (2016). *News Use Across Social Medial Platforms 2016*. Pew Research Center.
- Grimshaw, D., Johnson, M., Rubery, J., & Keizer, A. (2016). *Reducing Precarious Work-Protective Gaps And The Role Of Social Dialogue In Europe*. Report for the European Commission DG Employment. <http://www.research.mbs.ac.uk/ewerc/Our-research/Current-projects>. Erişim Tarihi: 01.07.2017
- Häckner, J., & Nyberg, S. (2000). *Price Competition, Advertising And Media Market Concentration*. Department of Economics, Univ. Stockholm.
- Hawley, J., Manoudi, A., Rasell, J., & Scott, D. (2010). *European Employment Observatory Review: Self-Employment in Europe 2010*. Pribavljeno, 13.
- Herman, G. (2012). *Mapping Changes In Employment In The Journalism And Media Industry*. EFJ/EURO-MEI
- IFJ. (2015). *Authors' Rights*. <http://www.ifj.org/en/issues/authors-rights/browse/9/>. Erişim Tarihi: 11.08.2017
- İab.Turkey. (2017). *Dijital Reklamın Ekonomiye Katkısı*.
- IFJ . (<http://www.ifj.org/issues/freelances-rights/> Erişim Tarihi: 15.09.2018
- IFJ."Mission Statement" <http://www.ifj.org/about-ifj/mission-statement/> Erişim Tarihi: 19.02.2017

- IFJ. (2012). Labour Rights. <http://www.ifj.org/issues/labour-rights/> Erişim Tarihi: 14.03.2017
- IFJ.(2014). New Agreement to Cover Online and Freelance Journalists (Italy). <http://www.ifj.org/nc/en/news-single-view/backpid/243/article/new-agreement-to-cover-online-and-freelance-journalists-italy/> Erişim Tarihi: 16.09.2018
- IFJ. (2016). IFJ/EFJ Contract's Check List For Freelance Journalists: IFJ. <http://www.ifj.org/nc/en/news-single-view/backpid/50/article/ifjefj-contracts-check-list-for-freelance-journalists/> Erişim Tarihi: 23.08.2017
- IFJ/EFJ. (2012). *Survey Report On Women in Journalists ' Unions in Europe*. Brussels.
- ILO. (1928). *Conditions Of Work And Life Of Jurnalists*. Geneva.
- ILO.(1999). *Decent Work*, Report of the Director-General, ILC, 87th Session.
- ILO.(2004a). *Economic Security For a Better World, ILO- Socio-Economic Security Programme*. Geneva.
- ILO.(2004b). *The Future Of Work And Quality Information Society : The Media , Culture, Graphical Secctor*. Genava.
- ILO.(2008). *Measurement of Decent Work*. Geneva. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---integration/documents/meetingdocument/wcms_098027.pdf
- ILO. (2012a). *From Precarious Work To Decent Work: Outcome Document To The Workers' Symposium On Policies And Regulations To Combat Precarious Employment*. Geneva.
- ILO. (2012b). *Statistical Update On Employment In The Informal Economy*. Geneva.
- ILO. (2013a). *Revision of the International Classification of Status in Employment (ICSE-93)*, Room Document: 8. <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--->
- ILO. (2013b). *Towards The Ilo Centenary : Realities , Renewal*. Geneva: Report of the Director-General, Report 1(A), International Labour Conference, 102nd Session,.
- ILO. (2014). *Employment Relationships İn The Media And Culture Industries*. Genova.
- ILO. (2015a). *Conclusions of the Meeting of Experts on Non-Standard Forms of Employment*. Geneva.
- ILO.(2015b). *KILM 12. Time-Related Underemployment*. <http://kilm.ilo.org/2015/download/kilm12EN.pdf> Erişim Tarihi: 23.08.2017
- ILO.(2015c). *KILM 6. Part-time workers*. <http://kilm.ilo.org/2015/download/kilm06EN.pdf> Erişim Tarihi: 20.11.2018

- ILO.(2015d). *Non-Standard Forms Of Employment*. Geneva.
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@travail/documents/meetingdocument/wcms_336934.pdf
- ILO.(2015e). *World Employment Social Outlook: The Changing Nature of Jobs*. Geneva. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_368626.pdf
- ILO.(2016a). *Challenges and Opportunities of Teleworking for Workers and Employers in the ICTS and Financial Services Sectors*. Sectoral Policies Department. Geneva. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_531111.pdf
- ILO. (2016b). *Key Indicators Of The Labour Market*. Ninth edition.
- ILO.(2016c). *Non-Standard Employment Around The World: Understanding Challenges, Shaping Prospects*. Geneva.
- ILO.(2016d). *Women at Work Trends 2016*. Geneva. Retrieved from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_457317.pdf
- ITUC (2011). *Living With Economic Insecurity : Women In Precarious Work*. Brussels.
- Jain, A., & Hassard, J. (2014). *Precarious Work: Definitions, Workers Affected And OSH Consequences*. European Agency for Safety & Health at Work.
- Jing YI, T. (2015). "Disposable Workers". <https://wiki.nus.edu.sg/display/JPE2012/Disposable+Workers> Erişim Tarihi: 03.04.2017
- Kansikas, J. (2007). *Disguised Employment-The Nature of Forced Entrepreneurship*. *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*.
- Karknu(2015), <https://mediaguide.fi/mediaguide/?p=20> (29 Mart 2017)
- Katz, L. F., & Krueger, A. B. (2016). *The Rise And Nature Of Alternative Work Arrangements In The United States, 1995-2015*.(No. w22667). National Bureau of Economic Research.
- Kemp, S. (2016). *"Digital in 2016"*. <http://wearesocial.com/sg/special-reports/digital-2016> <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016> Erişim Tarihi: 06.01.2017
- Kemp, S. (2017). Digital in 2017: Global Overview. We are social, 24.
- Kille, Leighton W. Committee Of Concerned Journalists: The Principles Of Journalism, <https://journalistsresource.org/tip-sheets/foundations/principles-of-journalism/>
- Kitching, J., & Smallbone, D. (2008). *Defining And Estimating The Size Of The Uk Freelance Workforce*. Kingston.

- Kolev, A. (2003). *Joblessness And Precarious Work In Bulgaria: Addressing The Multiple Aspects Of Vulnerability In The Labour Market*. Social Protection, World Bank.
- Lafoucriere, C. (2006). *Industrial Relations in the Print Media Sector*. <https://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/comparative-information/industrial-relations-in-the-print-media-sector>
- Mccrystal, S. (2013). *Collective Bargaining Beyond The Boundaries Of Employment: A Comparative Analysis*. *Melb. UL Rev.*, 37, 662.
- Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Robinson, K., Mischke, J., & Mahajan, D. (2016). *Independent Work: Choice, Necessity And The Gig Economy*. McKinsey & Company.
- Mccracken, K., Fitzsimons, F., Priest, S., Girstmair, S., & Murphy, B. (2018). *Gender Equality In The Media Sector*. Brussels. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU\(2018\)596839_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU(2018)596839_EN.pdf)
- Mckay, S., Jefferys, S., Paraksevopoulou, A., & Keles, J. (2012). *Study On Precarious Work And Social Rights*. Working Lives Research Institute, London Metropolitan University.
- Mckinsey&Company. (2016). *Global Media Report 2016: Global Industry Overview*. McKinsey&Company.Newyork. http://www.mckinsey.com/client_service/media_and_entertainment
- Mcrobbie, A. (2002). *Holloway to Hollywood: Happiness At Work in the Cultural Economy*.
- Mellows-Facer, A., Mckinnon, M., Hart, I., Mcenhill, L., Mclnnes, R., Pickard, A., Bridges-Palmer, J. (2017). *Self-Employment And Gig Economy*. London.
- Messenger, J. C., & Wallot, P. (2015). *The Diversity Of "Marginal" Part-Time Employment*. ILO.
- Mitchell, A., Gottfried, J., Shearer, E., & Lu, K. (2017). *How Americans Encounter, Recall And Act Upon Digital News*. Pew Research Center.
- Nahtigal, N. (2008). *Labor Relations In The Media In South Eastern European Countries. Labor Relations and Media: Analyzing Patterns Of Labor Relations In The Media Of SeenPM Member Countries*. ILO.6.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A., & Nielsen, R. K. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nies, G., & PedersinI, R. (2003). *Freelance Journalists In The European Media Industry*. European Federation of Journalists.

- O'Connor, J. S., & Ireland, N. (2008). *Precarious Employment and Flexicurity in the European Union Employment, Anchored Social Policy Framework*.
- OECD. (1993). *Glossary of Industrial Organisation Economics and Competition Law*. Organization for Economic. <http://www.oecd.org/regreform/sectors/2376087.pdf>
- OECD. (1996). *The OECD Jobs Study: Implementing the Strategy*. Paris.
- OECD. (2000). *The Partial Renaissance of Self-Employment*. *Employment Outlook*.
- OECD (2002). *Taking The Measure Of Temporary Employment*. *Employment Outlook*, 127-85.
- OECD (2015). *Non-Standard Work, Job Polarisation And Inequality. It Together: Why Less Inequality Benefits All*.
- ON TUE, C. (2017). *Organizations Of Journalists In Brussels*. <http://www.aalep.eu/organizations-journalists-brussels>
- Oostveen, A., Biletta, I., Parent-Thirion, A., & Vermeylen, G. (2013). *Self-Employed Or Not Selfemployed? Working Conditions Of 'Economically Dependent Workers*. Background Paper.
- Örnebring, H. (2009). *The Two Professionalisms Of Journalism: Journalism And The Changing Context Of Work*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Pate, A. (2014). *Social Isolation: Its Impact On The Mental Health and Wellbeing of Older Victorians*. Melbourne. https://www.cotavic.org.au/wp-content/uploads/2014/02/Working-Paper_Social-Isolation.pdf
- Pedersini, R., & Coletto, D. (2010). *Self-employed Workers: Industrial Relations And Working Conditions*. Dublin.
- Pew Research Center (2018), (<http://www.pewresearch.org/data-trend/media-and-technology/social-networking-use/>). Erişim Tarihi: 06.012.2018
- Pintaldi, F. (2008). *Non-Standard And Informal Employment In Italy*.
- Portfolio Working . (2009). "The Economist." <http://www.economist.com/node/14301346> (11 Mart 2016)
- PwC. (2012). *Global Entertainment and Media Outlook: 2012-2016: Industry Overview*. New York. <http://www.pwc.com/outlook>
- PwC. (2014). "Küresel Eğlence ve Medyaya Bakış 2014-2018: Dijital Stratejiden, Dijital Çağa Uygun İş Stratejisine. Küresel Eğlence ve Medyaya" New York. <https://www.pwc.com.tr/tr/publications/industrial/entertainment-media/pdf/pwc-eglence-medya-bakis-2014-2018-turkiye-raporu.pdf>
- PwC. (2016). "Global Entertainment and Media Outlook 2016 – 2020: a World of Differences" New York.

- Pyper, D., & McGuinness, F. (2013). "Zero-Hours Contracts". *London: UK Parliament*.
- Rottwilm, P. (2014). *The Future Of Journalistic Work: Its Changing Nature And Implications*.
- Rouse, M. (2016). What Is Gig Economy? <http://whatis.techtarget.com/definition/gig-economy>. (26 Eylül 2017)
- Sabah Gazetesi. (2018). Bu Hastalıklar Gazetecileri Tehdit Ediyor! <https://www.sabah.com.tr/saglik/2018/01/10/bu-hastaliklar-gazetecileri-tehdit>-Erişim Tarihi: 01.02.2019
- SGK.(2017). Kayıtdışı İstihdam Oranı. http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/kayitdisi_istihdam/kayitdisi_istihdam_oranlari Erişim Tarihi: 28.08.2018
- Şafak, C. (2009). *4857 Sayılı İş Kanunu Çerçevesinde Kısmi (Part Time) Çalışma*.
- Schmid, G. (2010). *Non-Standard Employment and Labour Force Participation: A Comparative View Of The Recent Development In Europe*. (No. Discussion Paper No. 5087). Germany
- Schneider, F., & Williams, C. C. (2013). *"The Shadow Economy: An International Survey,"* London: Institute of Economic Affairs.
- Shin, L. (2014). *13 Ways To Get Your Journalism Project Crowdfunded* . Poynter.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power Of Organizing Without Organizations*. Penguin.
- Simon, M (2012) "What is the future for freelance journalists?" . <http://www.pijf.com.au/what-is-the-future-for-freelance-journalists/>. Erişim Tarihi: 21.12.2017
- Singer, J. B. (2003). *The Diffusion of Convergence in Four News Organization*. In AEJMC Annual Convention, Kansas City, MO.
- Smith, A. (2017). *Record Shares Of Americans Have Smartphones, Home Broadband*. Pew Research Center.
- Social Journalism Study (2012). Cision & Canterbury Christ Church University (UK).
- Söylemez, S. A. (1998). *Medya Ekonomisi Ve Türkiye Örneği*(Doctoral dissertation, Haberal Eğitim Vakfı).
- Sözeri, C., & Güney, Z. (2015). *Türkiye ' de Medyanın Ekonomi Politikası :Sektör Analizi*. Demokratikleşme Programı Medya Raporları Serisi- 2 (Vol. 1).
- Spilsbury, M. (2016). Exploring freelance journalism. Report for the National Council for the Training of Journalists. National Council for the Training of Journalists. Saffron-Walden, UK Find this resource

- Stearns, J. (2013). "How Do We Make Freelance Journalism Sustainable?" <http://www.pbs.org/mediashift/2013/06/freelancing-the-future-of-journalism/>. Erişim Tarihi:4.05.2017
- Tarhan, B (2017) Dijital Alışkanlıklar Nasıl Evriliyor? <https://www.campaigntr.com/dijital-aliskanliklar-nasil-evriliyor/>. Erişim Tarihi:24.01.2018
- Tatista. (2017). Digital Media Report 2017. <https://www.statista.com/study/44526/digital-media-report/> Erişim Tarihi:05.09.2018
- Tawny, P. (2017). The Gig Economy Of The 18th Century. <http://www.bbc.com/capital/story/20170721-the-gig-economy-of-the-18th-century> . Erişim Tarihi: 27.06.2018
- Templeman, T. L. (2016). *Freelance Journalism In The 21st Century: Challenges And Opportunities* ,Doctoral dissertation, Queensland University of Technology.
- TGS. "Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Tarihçe". <https://www.tgc.org.tr/kurumsal/tarihce.html>. Erişim Tarihi: 19.05.2018
- Thurman, N., Cornia, A., & Kunert, J. (2016). "*Journalists In The UK*". Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Toruk, İ. (2005). *Türkiye'de 1990-2000 Yillari Arasinda Sosyo-Ekonomik Ortamin Ve Kültürel Hayatin Reklamlar Üzerinden Temsili*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tucker, D. (2002). '*Precarious*' Non-Standard Employment–A Review of the Literature. Department of Labour, New Zealand.
- TÜİK. (2012). Yazılı Medya İstatistikleri. www.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 12 .11.2018
- TÜİK. (2015a). Yazılı Medya İstatistikleri. www.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 12 .11.2018
- TÜİK. (2015b). Mezun Olunan Okula Göre İşsizlik ve İstihdam Oranı.www.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 12 .11.2018
- TÜİK (2016), Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. www.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 18.09.2017
- TÜİK. (2017). Yazılı Medya İstatistikleri. www.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 12 .11.2018
- TÜİK. (2017a). En Son Mezun Oldukları Alana Göre İşgücü Durumu. www.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi:24 Aralık 2018
- Tunçdemir, C. (2014). *Demokrasi Mi Yumurtadan, Yumurta Mi Demokrasiden?* T24. <http://t24.com.tr/yazarlar/cemal-tuncdemir/demokrasi-mi-yumurtadan-yumurta-mi-demokrasiden,8867> Erişim Tarihi:16.05.2018
- Türk, G. D. (2013). *Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri*. XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı, İNETD

- Türkiye Reklamcılar Derneği. (2016). Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları. www.rd.org.tr
- Türkiye Reklamcılar Derneği. (2018). Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları. www.rd.org.tr
- Uçak, O. (2011). Medyada Fikir İşçilerine Tanınan Haklar Süreci ve Karşılaştırmalı Uygulama Örnekleri.
- UNESCO, & ILO. (2006). *Towards An Entrepreneurial Culture For The Twenty-First Century: Stimulating Entrepreneurial Spirit Through Entrepreneurship Education In Secondary Schools*. UNESCO.
- Uzunoğlu, S. (2017). *Türkiye’de İnternet Gazeteciliği: Xn’den Bugüne Ne Değişti?*. P24. <http://platform24.org/haber-arastirma/1060/turkiye-de-internet-gazeteciligi--xn-den-bugune-ne-degisti> Erişim Tarihi: 12 .11.2018
- Varian, H. R. (1999). *Markets For Information Goods* (Vol. 99). Institute for Monetary and Economic Studies, Bank of Japan.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). *An Eclectic Theory Of Entrepreneurship: Policies, Institutions And Culture*. In *Entrepreneurship: Determinants and policy in a European-US comparison* (s. 11-81). Springer, Boston, MA.
- Walters, E., Warren, C., & Dobbie, M. (2006). The Changing Nature of Work: A Global Survey And Case Study Of Atypical Work In The Media Industry. *International Federation of Journalists*.
- White, A. (2012). *The Digital Labour Challenge: Work In The Age Of New Media*. ILO.
- Zavaleta, D., Samuel, K., and Mills, C. (2014). *Social Isolation: A Conceptual and Measurement Proposal* (No. OPHI Working Paper 67,). <http://www.ophi.org.uk>

Anket Soruları

Sayın Katılımcı; Bu anket, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Anabilim Dalında ,
“**MEDYA ENDÜSTRİSİNDE SERBEST (FREELANCE) GAZETECİLERİN İŞGÜCÜ PİYASASI ANALİZİ** ” başlıklı
Doktora tez çalışması kapsamında hazırlanmıştır. Anketimizi, hiç bir soruyu boş bırakmadan, samimi bir şekilde
cevaplandırmanız, sözü edilen tez çalışmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Vereceğiniz cevapların üçüncü kişilerle
kesinlikle paylaşılmayacağını belirtir, çalışmamıza göstermiş olduğunuz ilgiden ve yapacağınız katkılardan dolayı şimdiden
teşekkür ederim.

SERPİL ÇİĞDEM

Aşağıdaki sorularda size en uygun seçeneği işaretleyiniz.

<i>"Serbest (freelance) gazeteci; Herhangi bir firma tarafından istihdam edilmeyip düzenli bir maaş karşılığı çalışmayan, serbest olarak veya firmalarla anlaşarak haber fotoğrafçılığı, editörlük, yazarlık, muhabirlik, videografi veya bunların birleşimi gibi çeşitli gazetecilik faaliyetlerinden gelir elde eden kişidir."</i>	
1. Buna göre kendinizi serbest (freelance) çalışan bir gazeteci olarak tanımlıyor musunuz? () Evet () Hayır Birinci soruya evet yanıtını verdiyseniz anketi doldurmaya devam ediniz	
2. Yaşınız?	() 15-25 () 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56 ve 65 () 66 ve üstü
3. Medeni Durumunuz?	() Evli () Bekâr () Dul/Boşanmış
4. Eğitim Durumunuz?	() İlköğretim () Lise () Ön lisans () Lisans () Yüksek lisans () Doktora
5. Hangi alanda eğitim aldınız?	() Gazetecilik () Medya ve İletişim () Eğitim () Sağlık () Turizm () Doğal ve Fizik Bilimleri () Bilişim () Mimarlık ve Çevre () İşletme () Toplum Bilim ve Kültür () Yönetim ve Ticaret () Diğer.....
6. Cinsiyetiniz?	() Kadın () Erkek
7. Bakmakla yükümlü olduğunuz çocuğunuz var mı?	() Evet () Hayır
8 Serbest (freelance) gazeteciliği asıl işiniz olarak görüyor musunuz?	() Evet () Hayır
9. Bir ajans ya da ajanslar için çalışıyor musunuz?	() Evet () Hayır
10. Bir ajans ya da ajanslar için çalışıyorsanız hangi ajans/ ajanslar için çalışıyorsunuz?	() Anadolu Ajansı () Doğan Haber Ajansı () İhlas Haber Ajansı () Reuters () AFP () AP () Deppo Ajans () Diğer.....
11. Daha önce gazetecilik alanında, belirli bir iş sözleşmesine bağlı olarak; güvenceli, tam zamanlı ve sürekli bir işte çalıştıysanız kaç yıl çalıştınız	() 12 aydan kısa () 1-5 yıl () 5-10 yıl () 11-15 yıl () 15-20 yıl () Diğer.....
12. Ne kadar süredir serbest (freelance) gazeteci olarak çalışıyorsunuz?	() 12 aydan kısa () 1-5 yıl () 5-10 yıl () 10-15 yıl () 15-20 yıl () 20yıl ve üstü
13. Serbest (freelance) gazeteci olarak yaptığınız iş nedir?	() Köşe Yazarlığı () Eleştirmenlik () Fotoğrafçılık () Editörlük () Muhabirlik () Karikatürist () Kameraman () Diğer.....
14. Serbest (freelance) gazetecilik yapmaya başlamadan önce hangi işi yapıyordunuz?	() Tam zamanlı, güvenceli ve sürekli bir işte gazetecilik yapıyordum.

	☐ Kısmi zamanlı bir işte gazetecilik yapıyordum. ☐ Gazetecilik alanından farklı bir alanda çalışıyordum. ☐ Öğrenciydim ☐ İşsizdim. ☐ Diğer.....
15. Serbest (freelance) gazeteciliğe ek olarak hali hazırda yaptığınız başka bir iş var mı?	☐ Evet ☐ Hayır
16. Serbest (freelance) gazeteciliğe ek olarak çalıştığınız istihdam biçimini tanımlayabilir misiniz?	☐ Tam zamanlı, güvenceli ve sürekli bir işte çalışıyorum. ☐ Kısmi zamanlı bir işte çalışıyorum. ☐ Kendi hesabıma çalışıyorum. ☐ Diğer.....
17. Serbest (freelance)gazeteci olarak çalışırken son 4 hafta içinde başka bir iş arama girişiminde bulundunuz mu?	☐ Evet ☐ Hayır
18. Başka bir iş bulmanız halinde serbest (freelance) gazeteciliği bırakıp tam zamanlı ve sürekli bir işte çalışır mısınız?	☐ Evet ☐ Hayır
19. Serbest (freelance) gazeteciliğin sahip olduğunuz niteliklerinize uygun yeterlilikte bir iş olduğuna düşünüyor musunuz?	☐ Evet ☐ Hayır
20. Basın kartına sahip misiniz?	☐ Evet ☐ Hayır
21. Türkiye Gazeteciler Sendikası tarafından verilen Uluslararası basın kartına sahip misiniz?	☐ Evet ☐ Hayır

Aşağıdaki ifadeler hakkında görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz	İşlerimin tümünde	İşlerimin çoğunda	Ne çoğunda ne azında	İşlerimin azında	Hiçbir işimde
Serbest (freelance) gazeteci olarak yazılı medya için çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak görsel ve işitsel medya için çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak İnternet yayıncılığı için çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak haber ajansları için çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak iş anlaşmam sözlü şekildedir.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak iş anlaşmam yazılı şekildedir.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak iş anlaşmamı avans karşılığında yapıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak tek bir basın kuruluşu ile çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak çeşitli basın kuruluşları ile çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak tek bir ajans ile çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak çeşitli ajanslar ile çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak hem ajans hem basın kuruluşları ile çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak sadece bireysel müşterilerle çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak hem bireysel müşteriler hem de basın kuruluşları ve ajanslarla çalışıyorum.					

Serbest (freelance) gazeteci olarak kullandığınız iş bulma stratejileri nelerdir? Aşağıdaki ifadeler hakkındaki görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Her zaman				
	Sıklıkla				
	Bazen				
	Nadiren				
	Hiçbir zaman				
Serbest (freelance) gazeteci olarak çevremden aldığım duyumlar (aktif ağ değil) doğrultusunda iş bulurum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak tavsiye üzerine (meslek otoriteleri, meslek örgütleri, aile, arkadaşlar, akademisyenler... vd) iş bulurum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak online ağ üzerinden (örneğin sektörel ağlar, platformlar) bağlantılar kurarak iş bulurum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak profilimi sosyal medya yoluyla tanıtarak iş bulurum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak daha önceki ücretli iş deneyimlerimden faydalanarak iş bulurum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak sektördeki bağlantılar (örneğin mesleki etkinlikler) yoluyla iş bulurum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak yazılarımı blog yoluyla sergileyerek iş bulurum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak stajda tanıştığım kişiler yoluyla iş bulurum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak online ağ üzerinden (örneğin sektörel ağlar, platformlar) iş bulurum.					

İşsiz kalmanız halinde işsizlik sigortasından faydalandınız mı?

() Evet () Hayır

Yıllık ortalama geliriniz nedir?

() 20000 TL'den az () 20000-35000 TL () 35000-50000 TL () 50000-65000TL
 () 65000TL üstü

Bu gelirin yüzde kaçını serbest (freelance) gazetecilik faaliyetlerinden elde edilmektedir?

() %10'dan az () %10-%25 () %25-%50 () %50-%75 () %75'den fazla

Aşağıdaki ifadeler hakkında görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz	Her zaman				
	Sıklıkla				
	Bazen				
	Nadiren				
	Hiç bir zaman				
Serbest (freelance) gazeteci olarak ücretimi belirlenen tarihte alabiliyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak yaptığım iş karşılığında ücretimi işverenler/ajanslar /müşteriler belirlemektedir					
Serbest (freelance) gazeteci olarak yaptığım iş karşılığında ücretimi piyasadaki arz talep durumu belirlemektedir.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak yaptığım iş karşılığında ücretim sendikalar -toplu pazarlık yoluyla- belirlenmektedir.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak yaptığım iş karşılığında ücretimi kendim belirlerim					
Serbest (freelance) gazeteci olarak haber/fotoğraf/video başına ücret alırım					
Serbest (freelance) gazeteci olarak saat başına ücret alırım.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak proje başına ücret alırım					
Serbest (freelance) gazeteci olarak ücretimi aylık alırım					

Serbest (freelance) gazeteci olarak yaptığım haberin niteliğine göre ücret alırım					
Serbest (freelance) gazeteci olarak aldığım ücret beni tatmin etmektedir (geçinmeme yetmektedir).					
Serbest (freelance) gazeteci olarak sadece bireysel müşterilerle çalışıyorum.					
Serbest (freelance) gazeteci olarak hem bireysel müşteriler hem de basın kuruluşları ve ajanslarla çalışıyorum.					

Serbest (freelance) gazeteci olarak haftada ortalama kaç saat çalışıyorsunuz?

() 1-8 saat () 8-16 saat () 16-24 saat () 24-32 saat () 32-40 saat () 40-48 saat
() 48 saat ve üstü

Serbest (freelance) gazeteci olarak gece çalışması da yapıyor musunuz?

() Evet () Hayır

Bir sendikaya üye misiniz? () Evet ise hangisi ?..... () Hayır

Bir meslek örgütüne üye misiniz? () Evet ise hangisi?..... () Hayır

Serbest (freelance) gazeteci olarak karşılaştığımız zorluklar nelerdir? Aşağıdaki ifadeler hakkındaki görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Her zaman				
	Sıklıkla				
	Bazen				
	Nadiren				
	Hiçbir zaman				
Düşük ücret					
Ücreti zamanında alamama/ Geç ödemeler					
İşverenlerin sözleşmelerde kısıtlayıcı telif hakkı talepleri					
Gelecek için yeterli birikim yapamama					
İdeolojik farklılıklar dolayısıyla yeterli müşteri ya da iş bulamama					
Sosyal güvenlik haklarından faydalanamama (Analık izni, işsizlik sigortası, tatil ücreti vb)					
Diğer gazetecilerle rekabet					
Toplu pazarlık hakkından faydalanamama					
Sendikaların serbest gazetecilerin sorunlarına kayıtsız kalması					
Bireysel çalışma dolayısıyla diğer serbest gazetecilerle ortak hareket edememe					
Çalışma saatleri yüzünden iş yaşam dengesini kurmada yaşanan zorluklar					
Kariyer planlamada zorluklar					
Freelance gazetecilere basın kartı verilmemesi					
Ajanslar arasında iletişim kurmada zorluklar					
Basın iş yasasının tanıdığı haklardan faydalanamama					

Aşağıdaki ifadeler hakkında görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Örgütlenme, sendikacılık ve toplu pazarlık sistemi ücretler üzerinde olumlu etkiye sahiptir.					
Örgütlenme, sendikacılık ve toplu pazarlık sistemi çalışma süreleri ve saatleri üzerinde olumlu etkiye sahiptir.					
Örgütlenme, sendikacılık ve toplu pazarlık sistemi telif haklarının korunması üzerinde olumlu etkiye sahiptir.					
Örgütlenme, sendikacılık ve toplu pazarlık sistemi kayıt dışı çalışmanın önlenmesi üzerinde olumlu etkiye sahiptir.					
Örgütlenme, sendikacılık ve toplu pazarlık sistemi eğitim ve danışmanlık hizmetleri üzerinde olumlu etkiye sahiptir.					
Örgütlenme, sendikacılık ve toplu pazarlık sistemi serbest (freelance) gazeteciler arasında dayanışma bilincini gelişmesine katkı sağlamaktadır.					

Serbest (freelance) gazetecilik faaliyetleriniz sırasında bir iş kazası yaşadınız mı?

() Evet () Hayır

Serbest (freelance) gazetecilik faaliyetlerinizden dolayı bir meslek hastalığına yakalandınız mı?

() Evet () Hayır

Yaptığınız işle ilgili yaşadığınız iş kazası ve meslek hastalığı sonucu sağlığınıza kalıcı hasar meydana geldi mi?

() Evet () Hayır () Kısmen

Serbest (freelance) gazeteci olarak yasalarca tanımlanan “iş kazası” ve “meslek hastalığı” tanımlarının içeriği, kapsamı hakkında eğitim aldınız mı?

() Evet () Hayır () Kısmen

Serbest (freelance) gazeteci olarak iş sağlığı ve güvenliği konusunda tedbirlerinizi nasıl alıyorsunuz?

() Serbest (freelance) gazeteci olarak iş sağlığı ve güvenliği konusunda tedbirlerimi kendim alıyorum

() Serbest (freelance) gazeteci olarak adına çalıştığım kurum/ajans/işveren iş güvenliğini sağlamakta ilgilenmektedir.

() Diğer

Serbest (freelance) gazeteci olarak habere erişim sırasında geçirdiğim kazalarda adına çalıştığım kurum/ajans/işveren zararlarımı karşılamaktadır.

() Evet

() Hayır

Sosyal güvenlik kurumuna ödemelerinizi nasıl yapıyorsunuz?

() Sosyal güvenlik prim ödemelerimi serbest (freelance) gazeteciliğe ek olarak yaptığım işin işvereni ödemektedir.

() Sosyal güvenlik ödemelerimi kendim yapıyorum.

() Sosyal güvenlik ödemelerimi serbest gazeteci olarak çalıştığım işveren/ ajans/müşteri yapmaktadır.

() Sosyal güvenlik kurumuna kayıtlı değilim

Serbest (freelance) gazetecilikte gerekli becerileri elde etmede hangi engellerle karşılaşıyorsunuz? Aşağıdaki ifadeler hakkında görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Eğitim ücretleri yüksektir.					
Kurslar hakkında bilgi eksikliği vardır.					
Eğitimler ve kurslar ihtiyacı karşılayabilecek nitelikte değildir.					
İşverenlerin kurs/ eğitim için ücret ödemeye razı değildir.					
Uygun kurs/eğitim yoktur.					

Sendikalar eğitim ve kurslar için girişimde bulunmamaktadır.					
Gerekli becerileri elde etme noktasında hiçbir engelle karşılaşmıyorum					

Aşağıdaki ifadeler hakkındaki görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Serbest (freelance) gazeteciliği sektöre giriş için ilk adım olarak görüyorum.					
Serbest (freelance) gazetecilik, portföyümü artırma imkânı sunmaktadır.					
Serbest (freelance) gazetecilik, emeklilik sonrasında gazeteciliğe devam etme imkânı sağlamaktadır.					
Serbest (freelance) gazetecilik, işi öğrenme ve tecrübe etme fırsatı sağlamaktadır.					
Serbest (freelance) gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için etkin sosyal medya kullanımına sahip olunmalıdır.					
Serbest (freelance) gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için Web ve mobil için içerik geliştirme yeteneklerine sahip olunmalıdır.					
Serbest (freelance) gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için hem metin yazarlığı, hem videografi, hem de fotoğraf çekebilme konusunda nitelikli olunmalıdır.					
Serbest (freelance) gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için girişimci özelliklere sahip olunmalıdır.					
Serbest (freelance) gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için internetteki arama kanallarını (Google vs) etkin kullanabilme becerilerine sahip olunmalıdır.					
Serbest (freelance) gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için etkin iletişim becerilerine sahip olunmalıdır.					
Serbest (freelance) gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için pazarlama becerisine sahip olunmalıdır.					
Serbest (freelance) gazetecilik alanında etkili bir kariyer yönetimi için yaratıcı düşünme ve bunu haber içeriğine dönüştürme becerisine sahip olunmalıdır.					

Sizi serbest (freelance) gazeteci olmaya çeken/iten motivasyon nedir? Aşağıdaki ifadeler hakkındaki görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Ek gelir elde etmeme olanak sağladığı için serbest (freelance) gazetecilik yapıyorum					
Çalışma saatleri konusunda daha fazla esneklik sunduğu için serbest (freelance) gazetecilik yapıyorum.					
Düşünce ve ifade özgürlüğüne yönelik baskılardan kurtulmak için serbest (freelance) gazetecilik yapıyorum.					
Daha fazla özerklik ve özgürlük sağladığı için serbest (freelance) gazetecilik yapıyorum.					
Kurumsal gazetecilikteki bürokratik sorumluluklar beni serbest (freelance) gazeteci olmaya yönlendirdi.					
Gazetecilik alanından gelmeyen yöneticiler ile fikir uyuşmazlığı yaşadığım için serbest (freelance) gazetecilik yapıyorum.					
Girişimcilik (fırsatları görüp paraya çevirebilme) özelliğine sahip olduğum için serbest(freelance) gazetecilik yapıyorum.					
Gazetecilik alanında kendi niteliklerime göre iş bulamadığım ve farklı bir sektörde çalışmak istemediğim için serbest (freelance) gazetecilik yapıyorum.					
İşsiz kalmam dolayısıyla zorunlu olarak serbest (freelance) gazetecilik yapıyorum.					

Serbest (freelance) gazeteci olarak ayrımcılığa maruz kaldığınızı düşünüyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır

Hangi konularda ayrımcılık yaşadığınızı düşünüyorsunuz?

- ☐ Cinsiyete dayalı ayrımcılık
☐ Yaşa dayalı ayrımcılık
☐ Özürlülüğe dayalı ayrımcılık
☐ Irk ayrımcılığı
☐ Din ayrımcılığı
☐ Yaşa dayalı ayrımcılık
☐ Siyasi görüşe dayalı ayrımcılık
☐ Yaşam biçimine dayalı ayrımcılık
☐ Kişisel değerlere dayalı ayrımcılık
☐ Habere /bilgiye erişim konusunda ayrımcılık
☐ Ücret konusunda ayrımcılık
☐ Yasal haklar konusunda ayrımcılık
☐ Diğer.....

Aşağıdaki ifadeler hakkındaki görüşlerinizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Kesinlikle katılıyorum			
	Katılıyorum			
	Kararsızım			
	Katılmıyorum			
	Kesinlikle katılmıyorum			
Serbest (freelance) gazeteci olarak çalışma saatleri yaşam kalitemi olumsuz etkilemektedir.				
Serbest (freelance) gazeteci olarak çalışma saatleri kendime daha çok zaman ayırmamı sağlamaktadır.				
Serbest (freelance) gazeteci olarak çalışma saatleri aileme daha fazla zaman ayırmamı sağlamaktadır.				
Serbest (freelance) gazeteci olarak çalışma saatlerinden memnunum				
Serbest gazetecilik yaparak daha iyi iş-yaşam dengesi kurabiliyorum.				

MÜLAKAT SORULARI

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	Yaşınız? Cinsiyetiniz? Medeni durumunuz? Eğitim durumunuz? Elde ettiğiniz ortalama gelir?
İSTİHDAM	Freelance) gazeteci tanımlaması yapar mısınız? Türkiye’de freelance gazeteci kimdir ve nasıl çalışmaktadır. - Kimler için çalışıyorsunuz? Daha önce tam zamanlı olarak bir basın kuruluşunda çalıştınız mı? Çalıştığınız ajans/kurum/müşterilerin size sunduğu hizmetler nelerdir? Yazılı bir anlaşma yapıyor musunuz? Müşteriler habere erişim için ulaşım ve malzeme giderlerinizi karşılıyor mu?
İŞSİZLİK	Medya endüstrisinde freelance gazeteci olarak habere erişim ve pazarlama sürecinde karşılaştığınız sorunlar nelerdir? Ürettiğiniz içeriği satacak bir müşteri/ basın organı/ ajans bulamadığınızda bu durumla baş etme stratejileriniz nelerdir?
ÜCRET	Ücret konusunda yaşadığınız en büyük sorun nedir? Ücretinizi nasıl alıyorsunuz? Freelance) gazetecilikten aldığınız ücret yaşam kalitenize nasıl katkı sağlamaktadır? Piyasada oluşmuş bir asgari ücret standardı var mı? Haberin fiyatını neye göre tespit ediyorsunuz?
ÇALIŞMA SÜRESİ	Tam zamanlı bir gazeteciye göre fazla mı çalışıyorsunuz? Çalışma saatleriniz nasıl? İş yükünüz kadrolu bir gazeteciye göre nasıldır?
ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ	Bir sendikaya üye misiniz? Ülkemizde freelance gazetecilerin örgütlenme hakkı ile ilgili sorunlar mevcut mu? Freelance çalışmanın olumsuz etkileri sendikal temsil ve toplu pazarlık yoluyla azaltılabilir mi?
İŞ KAZALARI VE MESLEK HASTALIKLARI	İş kazası ya da meslek hastalığına uğradınız mı? İş kazalarına karşı nasıl bir önlem alıyorsunuz? Bu konuda eğitim aldınız mı? Freelance gazeteci olarak çalıştığınız müşteri / ajans ya da kurum size bu konuda katkı sağlıyor mu?
SOSYAL GÜVENLİK	Freelance gazeteci olarak sosyal güvenlik ödemelerinizi nasıl gerçekleştiriyorsunuz? İşverenlerin bir katkısı oluyor mu? Diğer gazetecilerle benzer sosyal güvenlik haklarına sahip misiniz? Bu konuda yaşadığınız zorluklar nelerdir?
EĞİTİM VE NİTELİK	Değişen gazetecilik yetenekleri nelerdir? Freelance gazeteciler için bu durumun avantajları ve dezavantajları nelerdir?
KARİYER	Freelance gazeteci olarak kariyer planlamasını nasıl yapıyorsunuz? Freelance gazetecilikte kariyer hedefiniz nedir? Freelance gazeteci olarak kariyer sürecinizi nasıl yönetiyorsunuz?
MOTİVASYON	Serbest gazetecilik yapmadan önce ne iş yapıyordunuz? Sizi freelance çalışmaya iten veya motive eden unsurlar nelerdir? Bir zorunluluk mu yoksa gönüllü bir eğilim mi söz konusudur?
AYRIMCILIK	Sektörde ayrımcılık yaşadığınızı düşünüyor musunuz? Hangi konularda ayrımcılık yaşıyorsunuz? Bununla nasıl baş ediyorsunuz?
İŞ-YAŞAM DENGESİ	Çalışma saatleri iş yaşam dengenizi sağlamada fırsatlar mı yoksa zorluklar mı sunmaktadır? Freelance çalışmanın size ve ailenize daha fazla zaman kazandırdığı konusunda düşünceleriniz nelerdir?



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu

Sayı :61923333/050.03/
Konu :81/03 Öğr.Gör. Serpil ÇİĞDEM

Sayın Öğr.Gör. Serpil ÇİĞDEM

İlgi : Serpil ÇİĞDEM 28/02/2018 tarihli ve 0 sayılı yazı

Üniversitemiz Etik Kurulu Başkanlığının **01.03.2018** tarihli ve **80** sayılı toplantısında alınan **"1"** nolu karar örneği ekte sunulmuştur.
Bilgilerinizi arz ederim.

Prof.Dr. Haluk SELVİ
Etik Kurulu Başkanı

3- Öğr.Gör. Serpil ÇİĞDEM'in ""Medya Endüstrisinde Serbest (Freelance) Gazetecilerin İşgücü Piyasası Analizi" başlıklı çalışması görüşmeye açıldı.

Yapılan görüşmeler sonunda; Öğr.Gör. Serpil ÇİĞDEM'in ""Medya Endüstrisinde Serbest (Freelance) Gazetecilerin İşgücü Piyasası Analizi" başlıklı çalışmasının Etik açıdan uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.



ÖZGEÇMİŞ

2 Ağustos 1982'de Sakarya'da doğdu. 2006 yılında Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Fakültesi, Büro Yönetimi Eğitimi'nde lisans derecesini aldı. Aynı zamanda ikinci lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme bölümünde tamamladı. 2007 yılında Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi yüksek lisans programına başladı. 2008-2009 yılları arasında, Avrupa Birliği Erasmus Öğrenci Değişimi Çerçevesinde yüksek lisans eğitimine ve tez çalışmalarına 6 ay süre ile kaldığı Almanya'da Universität Kassel'da devam etti ve öğrenimini 2010 yılında tamamladı. 2013 yılında Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanında doktora öğrenimine başladı. 2017 yılında Avrupa Birliği Erasmus Öğrenci Değişimi Çerçevesinde 3 ay süre ile İtalya'da bulundu. 2013 yılından beri Sakarya Üniversitesi, Sapanca Meslek Yüksek Okulu'nda Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır. İnsan Kaynakları Yönetimi, Yeni Medya, İşletme derslerini vermektedir.