

# Türkiye’de İletişimciler ve “Preker” Emek: Gözden Kaçmış bir Veri Tabanından Bulgular

**F. Kemal Kızılca**

Doçent  
Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İktisat Bölümü  
kkizilca@gmail.com  
Orcid:0000-0002-3884-5389

**Gül Karagöz Kızılca**

Doktor Öğretim Üyesi  
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü  
karagoz@media.ankara.edu.tr  
Orcid.org/0000-0002-6569-5734

## **Abstract**

### **Media Professionals and Precarity in Turkey: Evidence from an Overlooked Dataset**

*Working conditions of media laborers in Turkey constitute a special case in precarization discussions. Previous literature on this topic highlights job insecurity, lower wages, reduced benefits, longer working hours, as well as physical threats that media professionals increasingly face following the corporatization of the media institution in Turkey after the 1980s. These studies, however, heavily rely on non-randomized data that contains observations from certain occupations, workplaces, or interviews with workers who are contacted via snowball sampling methods and therefore prevents us from reaching generalized conclusions. Our study tests the validity of the precarization hypothesis using the data from an annual random survey of Turkstat, from 2012 to 2016. We conduct separate analyses for media workers in general, college-graduate media employees, and graduates of communication faculties. Our results regarding the data set of employment and unemployment patterns, wages, and working hours provide strong evidence to support precarization hypotheses for all three groups of employees.*

**Keywords:** precarization, media professionals, communications graduates

**DOI:** 10.16878/gsuilet.499956

## Résumé

### Les professionnels des médias et la précarité en Turquie: les conclusions tirées d'une base de données négligée

*Les conditions de travail des salariés des médias en Turquie constituent un cas particulier dans les débats de la précarisation. La littérature sur ce sujet souligne l'insécurité de l'emploi, les salaires peu élevés, les avantages hors salaire réduits, les durées de travail excessives ainsi que les menaces physiques auxquels les salariés des médias font face suivant la corporatisation des médias en Turquie depuis les années 1980. Néanmoins, ces études qui se dépendent fortement des données non-aléatoires obtenues des certaines catégories des professionnels, des certains lieux de travail ou des entrevus avec des salariés qui sont contactés via la méthode boule de neige nous empêchent d'aboutir aux conclusions généralisées. Notre étude teste la validité de l'hypothèse de précarisation en utilisant les données d'une enquête annuelle aléatoire de Turksat de 2012 à 2016. Nous conduisons des analyses distinctes concernant les professionnels des médias en général, les professionnels qui sont diplômés de l'Université et enfin ceux diplômés des facultés des communications. Nos conclusions relatives aux modèles d'emploi et de chômage, aux salaires ainsi qu'aux durées de travail fournissent des indications fortes qui soutiennent les hypothèses de précarisation pour tous les trois groups de professionnels.*

**Mots-clés:** *précarisation, professionnels des médias, diplômés en communication*

## Öz

*Medya sektöründe çalışanlar, "preker" emek tartışmalarında özel bir yere sahiptir. Bu alandaki yazın, sektörün 1980'lerden sonraki neoliberal dönüşümünde, ücretli çalışanların güvencesiz istihdamını, düşük ücretlerini, kısıtlanmış ücret-dışı kazançlarını, uzun çalışma saatlerini ve maruz kaldıkları fiziki tehditleri vurgulamaktadır. Ne var ki bu çalışmalar ağırlıklı olarak, belirli meslek gruplarından, işyerlerinden toplanmış veya kartopu yöntemiyle edinilmiş verilere dayanmaktadır. Bu nedenle de ulaştıkları sonuçlarla ilgili genelleme yapmamıza izin vermemektedir. Bu çalışmada güvencesizleşme/kırılma hipotezini, Türkiye için temsil gücü olan bir anket verilerini, TÜİK'in 2012-2016 yıllarına ait Hanehalkı İşgücü Anketi'ni kullanarak ve tüm medya çalışanları, üniversite mezunu medya çalışanları ile iletişim fakültesi mezunları için ayrı tahliller yaparak test ediyoruz. İstihdam ve işsizlik verileri, ücretler ve çalışma saatleri hakkındaki bulgularımız, kırılma hipotezini desteklemektedir.*

**Anahtar kelimeler:** *prekarizasyon, medya çalışanları, iletişim fakültesi mezunları*

## Giriş

Prekarya kavramının 2000’li yıllardan itibaren sosyal bilim yazınında dolaşıma girmesinden<sup>1</sup> bu yana, akademik çalışmalarını sınıf analizi üzerine kuran sosyal bilimcilerin önemli bir kısmı bu kavrama temkinli yaklaşmıştır.<sup>2</sup> Buna rağmen, -karşı çıkmak için bile olsa- bu kavramı tartışmaya açan ve yaygınlık kazandıranlar, yine geleneksel sınıf analizlerine bağlı kalan akademik çevreler olmuştur. Kavramın kendisine gereksinim duyulsun ya da duyulmasın prekarya tartışmasının verimli bir yönü, ücretli çalışanların ve kısmen serbest, “freelance” çalışanların neo-liberal dönemde çalışma koşullarında meydana gelen bir değişimi -ki bu önemli ölçüde gerilemeye karşılık gelmektedir- tanımlaması ve gündemde tutmasıdır. Söz konusu tartışmaların önemli bir sonucu, bir süreç olarak “prekari-zasyon” un (kırılganlaşma, müşkülleşme, güvencesizleşme) bir sınıf tanımı olarak “prekarya” ya kıyasla daha yaygın kabul görmesidir.

Zor ve güvencesiz koşullarda çalışmanın kapitalizmin tarihinde yeni bir durum olmadığı açıktır. Çalışma saatlerinin kısıtlanması, asgarî ücret, kıdem tazminatı, işsizlik sigortası gibi haklar zorlu ve uzun yıllara yayılan mücadeleler sonunda elde edilmiştir. Bu nedenle, birçok sosyal bilimci “prekarya” yı, yeni bir sınıf oluşumuna işaret etmekten çok, tarihin tekrürü olarak görmektedir.<sup>3</sup> Kapitalizmin tarihinde yeni olduğu kabul edilen bir gelişme ise, işçi sınıfı bu hak mücadelesini sürdürürken görece daha rahat ve avantajlı koşullarda çalıştığı düşünülen beyaz yakalılarının istihdam koşullarındaki gerilemedir. Neo-liberal dönüşüme kadar, toplumun küçük bir kesiminin ulaşabildiği yüksek eğitimin getirdiği ayrıcalık sayesinde yüksek ücretle ve garantili işlerde çalışan beyaz yakalılar artık eskisi kadar güven altında görünmemektedir. Müşkülleşme, artık bankacıların, mühendislerin, satış temsilcilerinin, yönetici asistanlarının, reklamcılarının, kısaca, kentli üniversite mezunlarının çoğunluğunun içinde bulunduğu, ücretlerin düşmesi, fazla mesai ücretlerini alamama, kıdem tazminatı ve izin haklarından yararlanamama, işlerini kaybetme ve benzeri konulardaki haklı endişelerini tanımlamak için kullanılmaya başlamıştır (Standing, 2011; Bora vd., 2011; Tural, 2018).

“Prekarya” kelimesinin dolaşıma girmesinden çok önce, 1980’lerde, beyaz yakalı sınıf içerisinde yer alan bir meslek grubu olan basın ve yayın ya da günümüz kullanımıyla medya sektöründe çalışanların istihdam koşullarındaki değişim ve dönüşüm, üzerinde sıklıkla yazılan bir konu olagelmıştır. Bu duruma neden olan iki etkenden söz etmek mümkündür: İlki, 1980 sonrası dönemde, basın emekçilerinin çalışma koşullarındaki değişimin, genel anlamda emekçi sınıfların

1 “Prekarya” sözcüğünü ilk kullanan kişi olarak Droits Devants’ın adı anılmakla birlikte (Wackuant, 2007, s. 7n), ayrı bir sınıf kategorisi olarak tanımlayıp kavrama yaygınlık kazandıran, Guy Standing’dır (2011).

2 Bkz. Frase (2013), Yücesan-Özdemir (2014, s. 57-61), Wright (2016). Diğer yandan, Bora (2010) bu yeni kavramın önemine vurgu yaparken, Bora vd. (2011, s. 38) ise, “prekarya” yı, “Komünist Manifesto’da kullanılan ifadeyle ‘sonu gelmez bir belirsizlik ve hareketliliğin’ yeni kapitalizmdeki tezahürü” olarak nitelendirmektedir. Kavram üzerine eleştirel bir tartışma için aynı zamanda bkz. Oğuz (2011).

3 Frase (2013), Yücesan-Özdemir (2014, s. 57-61), Wright (2016).

koşullarındaki gerilemeye paralel bir seyir izlemesidir. Bu dönemde siyasal iktidar tarafından sendikaların kapatılması ve grevlerin yasaklanması, reel ücretlerde ciddi bir düşüşe neden olmuştur.<sup>4</sup> Buna ek olarak, işten çıkartmaların hukuken kolaylaştırılması çalışanlar açısından güvencesizliği de beraberinde getirmiştir. İkinci etken ise, medya sektöründeki tekelleşme ve holdingleşme sonucunda, iletişim alanına yatırım yapanlar ve bunların uzantısı konumundaki yöneticiler tarafından medya çalışanlarının sendikasızlaştırılmasıyla örgütsüzlüğe mahkûm edilmesi ve dolayısıyla pazarlık güçlerinin ellerinden alınmasıdır (Özsever, 2004; Toktaş, 2013; Ketten, 2015). Gazetecilerin çalışma şartlarındaki olumsuz değişikliğin en önemli nedeni, siyasal iktidarın sendikasızlığı kolaylaştırdığı yasal altyapı ile birlikte, basın sektöründe 1980'li yıllarda yaşanan neo-liberal dönüşümdür. Bankacılık, inşaat, turizm, ticaret gibi alanlarda yatırımları olan büyük sermaye sahibi holdinglerin, diğer alanlardaki çıkarlarını korumak ve genişletmek adına medya sektörüne yatırım yapması, sektörün geleneksel yapısını tamamen değiştirmiştir (bkz. Kaya, 2009; Sönmez, 2010; Ekzen, 2017). Bu dönemde medyanın yeni sahiplik yapısındaki değişim, iletişim teknolojilerindeki büyük sermaye yatırımı gerektiren dönüşümle örtüşerek, sektördeki tekelleşme eğilimini hızlandırmıştır.<sup>5</sup> Bu süreçte, patronun temsilcisi durumundaki yöneticiler tarafından, medya çalışanlarının muhabirlik faaliyetleri geri plana itilmiş, değersizleştirilmiş ve muhabirlerden medya patronunun çıkarlarına uygun davranması gibi, gazetecilik faaliyeti ile örtüşmeyen beklentiler içine girilmiştir. Dahası, diğer alanlarda yapılan yatırımlar sıkıntıya girdiğinde bunun bedelini işlerini kaybederek ödeyen medya sektörü çalışanlarıdır.<sup>6</sup> Bu durum, aslında, kimi medya patronlarının siyasal iktidar ile yakınlaşma veya sahip oldukları medyayı hükümetlere karşı tehdit unsuru olarak kullanma sürecinde belirginleşmiştir. Artık medya çalışanları, mesleki pratiklerini yerine getirirken hem siyasal iktidarlardan hem de patronlardan gelen sürekli bir tehdit altındadır. Söz konusu değişim ve dönüşümler nedeniyle, Türkiye'de iletişim sektörü çalışanları ya da iletişim fakültesi mezunları, "müşkülleşme" tartışmaları ve araştırmalarında sıklıkla yer bulmuştur (bkz. Çamuroğlu-Çığ ve Çığ, 2015; Yücesan-Özdemir, 2014; Uzunoglu, 2017).

Türkiye'de medya sektöründe istihdam koşullarına yoğunlaşan bu çalışmalarda kullanılan veriler, çoğunlukla derinlemesine görüşme, etnografik çalışma veya anket yöntemiyle elde edilmiş olmakla beraber, örneklem seçiminde kartopu yöntemi ya da tesadüfi olmayan yöntemler kullanılmıştır. Diğer bir ifadeyle, derinlemesine görüşme yapılan ya da anket uygulanan çalışanlar, çoğunlukla, araştırmacının kişisel ağları ve fiziki imkânları dâhilinde ulaşabildiği kişilerden oluşmaktadır. Kuşkusuz bu yöntemlerle elde edilen verilerin karşılık geldiği deneyimler, çalışma koşulları ve bunların medya emekçilerinin üretim yapma biçimle-

4 1980-1986 döneminde, imalat sanayindeki ortalama ücretler, yaklaşık yüzde 25 oranında düşmüştür. 1980 sonrası ücret dalgalanmaları konusunda bkz. Kızılca ve Özcan (2008).

5 Türk medyasında yaşanan tekelleşme ve bunun sonuçları hakkında örneğin bkz., Sönmez (2003), Özer (2006), Kaya (2009).

6 Örneğin, 2001 yılında bankacılık alanında yaşanan kriz, bu alanda yatırım yapmış medya patronlarının iki ay içerisinde yaklaşık beş bin gazeteceyi işten çıkarmaları ile medya sektörünü derinden etkilemiştir. Bkz., Aksoy (2004).

rini nasıl etkilediği konusunda anlatılanlar, yansıtılan sıkıntılar belli bir gerçekliğe karşılık gelmektedir. Dolayısıyla söz konusu yöntemlerle gerçekleştirilen araştırmaların her biri medya çalışanları konusunda yeni bir bilgi kümesi ve bakış açısı sunduğundan değerlidir. Bununla birlikte, bu tarz örneklemelere dayanan çalışmaların eleştirilebilir noktası, kullanılan örneklemin temsil gücünün bilinmemesi veya spekülasyona açık olmasıdır.<sup>7</sup>

Bu makalede, iletişim sektöründe çalışanların ve iletişim fakültesi mezunlarının çalışma koşullarına ilişkin tartışmaya, Türkiye için temsil gücüne sahip bir veri kümesi üzerinden yapacağımız analizle ampirik katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) Türkiye çapında yürüttüğü Hanehalkı İşgücü Araştırması (HİA), her yıl yaklaşık 140 bin haneden 15 yaş üzeri 380 bin kişiye uygulanmakta ve diğer meslek gruplarının yanı sıra medya sektöründe çalışanlara ve iletişim mezunlarına ait zengin bilgiler içermektedir. Bu veri tabanını kullanarak, medya sektöründe çalışanlara uygulanmış diğer dar kapsamlı anketlerdeki sonuçların doğruluğunu sınamak mümkündür. Ayrıca, söz konusu anketlerde sorulması teknik açıdan zor görünen bazı önemli araştırma sorularına da cevap bulunabilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmadaki amacımız, HİA'nda elde edilen veri setini kullanarak, hem medya sektörü çalışanları üzerine yapılan fakat tesadüfi örnekleme dayanmayan araştırmaların prekerleşme konusundaki sonuçlarını yeniden değerlendirirken, diğer yandan, HİA verilerini prekerleşme çerçevesinde kendi araştırma sorularımız açısından yorumlamaktır. Bu çalışmada yanıt aranacak sorular şunlardır: Türkiye çapında iletişim fakültelerinden (ve meslek liselerinden) mezun olanların ne kadarlık bölümü medya sektöründe kendilerine yer bulabilmektedir? İletişim alanında çalışanlar arasında "mektepli" olanların oranı nedir? İletişim sektöründe mektepli olmak, kazanç bakımından ne ifade etmektedir? İletişim fakültesi mezunları, diğer fakülte mezunlarından daha "preker" koşullarda mı çalışmaktadırlar? Aynı soruyu medya sektörü açısından sorduğumuzda, vereceğimiz cevap değişir mi? Elimizdeki veri tabanı, örneklem sayısından kaynaklanan bazı kısıtlara rağmen, bu araştırma sorularına cevap verebilecek nitelikte olması nedeniyle medya sektörü alanında istihdam edilenler hakkında yeni açılımlar yapılmasına katkıda bulunacak niteliktedir.

Medya sektöründe çalışanların mesleki koşullarıyla ilgili sorunların önemli bir kısmı iktisadî alanla sınırlı değildir. Basın ve ifade özgürlüğünde yaşanan ve giderek artan sıkıntılar, kısıtlamalar nedeniyle medya çalışanları yoğun bir baskı ve kuşatılmışlık altındadır. Söz konusu kuşatılmışlık yalnızca siyasal iktidarlardan değil ama aynı zamanda değişen sermaye yapısından da kaynaklanmaktadır. Yapıldığı haberler nedeniyle öldürülen, şiddete maruz kalan, hapse atılan, işten atılan, tehdit edilen, ardı arkası kesilmeyen davalara maruz kalan medya çalışanlarının yaşadıkları, ele aldığımız sorunun başat yönleridir. Tutuklanma, gözaltına alınma gibi ağır baskılar yanında artık rutin haber bile suç teşkil eder duruma gelmiştir. Henüz Eylül 2018'de, oğluna pantolon alamadığı için intihar ettiği ileri sürülen İs-

7 Tesadüfi örnekleme dayalı veriler kullanan, bilginiz dâhilindeki tek istisna, Sözeri ve Güney'in (2011) çalışmasıdır.

mail Devrim'e ilişkin yaptığı haber nedeniyle, Kocaeli Astakos Haber gazetesinin sahibi Ergün Demir hakkında soruşturma açılması rutin haber yapma kaygısındaki gazetecilerin bile karşı karşıya kaldığı baskının somut örneklerindedir.<sup>8</sup> Bunlara, iletişim profesyonellerinin iş sağlığı ve güvenliği alanında yaşadıkları sıkıntılar da eklenmelidir. Özellikle çatışma alanlarında görev yapanların yaşadıkları fiziksel ve psikolojik sıkıntılar veya travmalar bu kapsamdadır. Bu çalışma ise, dayandığı veri tabanının doğası nedeniyle iktisadî çerçevede kalmaktadır; ulaştığı sonuçlar da bu sınırlar içinde değerlendirilmelidir.

### **Medya Sektöründe Güvencesizlik ve Kırılganlaşma**

Kapitalizmin tarihi, Adam Smith'ten bu yana, aynı zamanda, ölçek ekonomilerinin ve uzmanlaşmanın tarihidir. Birer kapitalist işletme olarak gazetelerin ve dolayısıyla haber üretim süreçlerinin geçirdiği değişim de, şirketleşme ve gazetecilerin bu şirket içinde uzmanlaşmaları çerçevesinde meydana gelmiştir. Bu bağlamda, basın tarihindeki en önemli gelişmelerden biri, ABD'de 1890'larda, yayıncıların aynı zamanda editörlük yaptığı şahıs işletmesi modelinden, editörlüğü bırakıp gazeteye finansman sağlamakla meşgul olduğu sınırlı-sorumlu şirket modeline geçilmesi olmuştur. Basın teknolojisindeki yüksek hızlı fakat bir o kadar pahalı gelişmeler, ancak bu teknolojilerin finansmanını sağlayabildiği ve haberi hızla satıp gelire dönüştürebildiği ölçüde ayakta kalabilen büyük patronların ortaya çıktığı bir iklimi doğurmuştur (Salcetti, 1995).

Gazetecilikteki en değerli katkının yatırımlara finansman bulunması ve gazetenin gelirlerinin artırılması olduğu, diğer yandan, gelişen iletişim teknolojileri sayesinde habere ulaşmanın ucuzladığı bu dönemde, emekleri görece değersizleşenler muhabirler olmuştur. Gazete açısından asıl katma değer, ham habere ulaşmakta değil ama bu haberi tashih edip yayınlanabilir, pazarlanabilir bir ürün haline getirmek olarak algılanmaya başlanmıştır. Bu nedenle, muhabirlerle haberi yazanlar veya tashih edenler arasında bir iş bölümü ortaya çıkmıştır. 20. yüzyıl başına gelindiğinde, muhabir, dev bir şirkette düşük ücrette ve güvencesiz, alt kademe bir çalışan haline gelmiştir. Muhabirliğin geçim sağlanabilecek ve saygın bir meslek haline gelmesi ise, gazetecilik okullarının yaygınlaşması ile –kısmen– mümkün olmuştur (Salcetti, 1995).

Türkiye'de medyanın, gazetecilik ya da yayıncılık meslekleriyle daha önce ilgisi olmamış "büyük patron"ların holdinglerinin bir parçası haline gelmesi süreci, 1980 sonrasında hız kazanmıştır (Kaya, 2009). 1990'lara gelindiğinde, yüksek satırlı gazeteler ve izlenme oranı yüksek televizyon kanallarının çoğu, plazalarda yerleşik dev holdinglerin bünyesinde toplanmıştır. Artık, yeni medya kuruluşlarının çalışanlarından beklentileri, basın emekçilerinin o güne kadar bildiklerinden

8 Farklı gazetecilik örgütleri tarafından, medya profesyonelleri açısından yaşamsal nitelikteki bu sorunları anlatan aylık ya da yıllık raporlar hazırlanmaktadır. Ergün Demir'e ilişkin örnek ve Eylül 2018'de iletişimcilere yönelik baskının ayrıntılı raporu için, Gazeteciler Cemiyeti çatısı altında Özgürlük için Basın çalışma grubu tarafından aylık yayınlanan İfade ve Basın Özgürlüğü raporuna bakılabilir.

farklıdır. Aile şirketine bağlı basın kuruluşlarının aksine, medya sektöründe çalışanlar, çatısı altında meslek pratiklerini yerine getirdikleri holdinglerin çıkarını diğer holdinglere karşı savunma, medya patronunun kamu ihalelerini kazanması için gerekli zemini medya aracılığı ile hazırlama, holdingin diğer şirketlerinin ürünlerinin tanıtımını yapma, kuponla ürün pazarlama gibi faaliyetleri yerine getirmeleri beklentisiyle karşılaştılar.<sup>9</sup> Bu süreçte, daha önce görece küçük bir aile şirketine istihdam edilen ve gazete patronuyla aynı ortamda çalışan muhabirler, ancak patronun temsilcisinin temsilcisiyle muhatap olabilen, iş güvencesiz, sendikası<sup>10</sup>, ve düşük maaşlı proleterlere ("prekerlere"! ) dönüşmüştür. Bu süreç içerisinde yalnızca muhabirler değil birçok köşe yazarı için bile patron o kadar erişilmez biridir ki çalışanlar işten atıldıklarında, bunu binaya giriş kartlarının çalışmamasından ya da tesadüfen bir tanıdıkları aracılığıyla öğrenmektedir<sup>11</sup>.

Basın-yayın kuruluşlarının organizasyon yapısındaki bu hızlı ve muazzam dönüşümün işverenler, eşik bekçileri ve diğer çalışanlar arasındaki ilişkileri ve onların görece konumlarını nasıl değiştirdiği, bu alandaki akademik çalışmaların önemli bir konusunu oluşturmuştur. Özellikle iletişim fakültelerindeki akademisyenler, öğrencilik günlerinde aynı sınıfları paylaştıkları kimi arkadaşlarının alandaki mesleki deneyimleri ve çalışma koşullarındaki hızlı değişimi kayıt altına almak ve analizini yapmak istemiştir. Bu çalışmaların bir kısmı, makro bir bakış açısından 1980 sonrasında medya sektörünün sahiplik yapısındaki değişimleri değerlendirmekte, aynı zamanda yasal düzenlemeler ve siyasal iktidarların uygulamaları yoluyla ortaya çıkan medya sektöründeki sınıf oluşumunu irdelemektedir (Kaya, 2009; Çam ve Yüksel, 2015; Ekzen, 2017; Güngör ve Tellan 2017). Genel yayın yönetmenlerinin adeta birer holding sözcüsüne, köşe yazarlarının kamuoyu oluşturmakla görevli birer halkla ilişkiler temsilcilerine, muhabirlerin ise proleterlere dönüştüğü bu sürecin kişisel tanıklıkları da bulunmaktadır. İletişim akademisyenlerinin ve gazetecilerin tanıklıkları, bu makro dönüşümün kişisel düzeydeki yansımalarını ve muhabir düzeyinde çalışanların güvencesizleşme, kırılganlaşma süreçlerini aktarmaktadır (ör. Seçkin, 2010; Alemdar, 2018 ).

Söz konusu güvencesizleşme ve kırılganlaşmaya ilişkin çalışmalar, henüz 1990'larda, medya sektöründe dönüşüm yaşanırken başlamıştır. Örneğin Tılıç (1998), gazetecilik mesleğinin dünyada geçirdiği dönüşüme ilişkin çalışmaları kendi gazetecilik deneyimleri üzerinden ve gerçekleştirdiği alan araştırması sonuçlarıyla birleştirerek medya sektörüne ilişkin kapsamlı bir değerlendirme sunmaktadır. Çalışma, Ankara ve Atina'dan toplam 42 gazeteciyle yapılmış derinlemesine mülakattan elde edilen verileri de içermektedir. Çalışmanın gazetecilerin çalışma koşullarına ve iş güvencesine ayrılan yedinci bölümü, gazetecilik mesleğinde iş güvenliğinin azalmasının evrensel bir eğilim olduğunu vurgularken (s.219), Türki-

9 Bu sürece ait ayrıntılar için, bkz. Tılıç (1998) , Çam ve Yüksel (2015), Ekzen (2017), ve Güngör ve Tellan (2017).

10 Bu dönemde basın-yayın çalışanlarının sendikasızlaşması hakkında bkz. Özsever (2004), Toktaş (2013), Ketten (2015). Medya sektöründeki güvencesiz istihdam biçimleri için bkz. Yöyen (2007, s. 26-29).

11 Bkz. Melih Aşık, "Mesleğin Yazısı", Milliyet, 08.10.2011.



ye’de medyada tekelleşmenin ve sendikasılaştırma süreçlerinin bu güvencesizliğe nasıl zemin hazırladığını ortaya koyması ve aynı zamanda gazetecilerin karşılaştığı yüksek işsizlik tehdidini de vurgulaması açısından önemlidir.

Bireysel tanıklıkların ötesinde, basın çalışanları açısından daha büyük kitleleri temsil eden çalışmalar ise daha az sayıdadır. Bu tarz çalışmaların alt yapısını oluşturacak verilere ulaşmak zordur; çünkü medya kuruluşları, çoğu zaman, araştırmacılara kapısını çalıp çalışanlara anket uygulayabilecekleri ortamlar sunmamaktadır.<sup>12</sup> Araştırmacıların karşılaştıkları bu kısıt, Erdoğan (2007, s. vii) tarafından şu kelimelerle ifade edilmektedir: “yaygın basın kendi şirketleri ve günlük pratikleri hakkında bilgi verme niyetine sahip değiller, dolayısıyla enformasyonu toplamanın tek yolu bu gazetelerin içeriğine bakmak olmuştur [...]”. Yönetim düzeyinde enformasyon toplamanın bu zorluklarına karşın, akademik araştırmacıların medya çalışanlarına ulaşması görece kolay olmuştur ve gerek ulusal gerekse yerel basın/yayın kuruluşu emekçilerine anket uygulanabilmiştir.

Bu çalışmalardan biri Atabek vd. (2000) tarafından gerçekleştirilmiştir. 1981-1998 yılları arasında Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi’nden (İBF) mezun olmuş kişiler üzerine yapılan araştırma için yüzde 27’lik bir geri dönüş oranıyla, toplam 275 mezuna anket uygulanmıştır. Yazarlar, İBF mezunlarının yüzde 80’den fazlasının, mezuniyetten sonraki altı ay içinde bir iş bulabildiği, özel sektörde çalışanların ücretlerinin kamuda çalışanlardan daha yüksek olduğu ve anketin yapıldığı dönemde herhangi bir işte çalışmayanların yüzde 23 gibi görece düşük bir oranda kaldığı sonuçlarına ulaşmışlardır. Atabek vd. (2000) araştırması, incelediğimiz çalışmalar arasında, iletişim profesyonellerinin elverişli koşullarda çalıştığına dair tek eserdir. Diğer çalışmalardan farkının kaynağında İBF mezunlarının istisnai durumu veya araştırmanın yapıldığı dönemin koşulları yatabileceği gibi, ankete cevap veren örneklemeden kaynaklı bir sapma da olabilir.

Temel vd. (2012) ise, Nevşehir ve Kayseri’de 121 yerel medya çalışanına yönelttikleri ankete dayalı çalışmada, gazetecilerin güvencesiz, düşük ücretle ve zor koşullar altında çalıştıklarını tespit etmişlerdir. Çalışanların sadece yüzde 27’si iletişim fakültesi mezunudur. Temel vd. (2012)’nin gerçekleştirdiği çalışmaya benzer şekilde, Güner vd. (2014), çoğunluğu İstanbul’dan 12 gazeteci ile yaptıkları derinlemesine görüşmeler sonucunda, gazetecilerin güvencesiz, düşük ücretle, ağır baskı ve sansür altında çalıştıkları sonucuna ulaşmaktadır. Dolayısıyla, araştırmanın alanını yerelden ulusal ölçeğe değiştirmek, gazetecilerin çalışma koşulları açısından ulaşılan sonuçları değiştirmemektedir.<sup>13</sup>

Gazetecilerin çalışma koşulları, kadın gazeteciler özelinde de bir dizi çalışmada incelenmiştir. Arslan ve Arslan (2017), Eskişehir ve Mersin’de çalışan 39 kadın gazetecinin ev ve iş yaşamlarının dengesiyle ilgili kararlarını, ayrıca, kadın

12 Bu durum kimi zaman alanda yapılmış bazı çalışmalarda da dile getirilmiştir. Örneğin bkz., Karagöz-Kızılca (2003).

13 Yerel basının yeni medya sahipliği ve siyasal iktidarların basına yaklaşımı nedeniyle yaşadığı sorunlar hakkında örneğin bkz., Girgin (2007).



olmaktan kaynaklı karşılaştıkları mesleki zorlukları incelemişlerdir. Yunusoğlu-E-roğlu ve Arslan (2017) da, benzer bir içerikle, Mersin’de çalışan toplam 15 ka-dın gazetecinin 10’u ile yaptıkları anket ve derinlemesine mülakat çalışmalarında, gazetecinin çalışma koşulları ve hane içindeki zaman kullanımı sorunlarını cinsi-yet perspektifinden ele almışlardır. Araştırmacılar, gazetecilik mesleğinin doğa-sından kaynaklanan zorlukların yanı sıra kadın gazetecilerin, erkek egemen bir iş ortamında çalışmalarından dolayı ayrımcılık ve yıldırıya (mobbing) maruz kaldıkları sonucuna ulaşmışlardır. Uzunoğlu (2017), İstanbul ve Manisa’da görev yapan kadın gazetecilerle yaptığı derinlemesine görüşmeler ve Elike ve Demir (2017), Ankara’daki sekiz kadın gazeteciyle yaptıkları derinlemesine görüşme sonucunda benzer bulgular elde etmişlerdir. Bu çalışmaların ortak sonuçları, medya sektörün-deki çalışma koşullarının zorluğunun, kadınlar aleyhinde bir cinsiyet farkı içerdiği yönündedir. Aşağıda ayrıntılandıracağımız üzere, biz de bu çalışmada benzer bir farkı işgücüne katılım ve işsizlik oranlarında gözlemlemekteyiz.

Türkiye’de medya çalışanlarının istihdam koşullarını, siyasal iktisat çerçevesinde inceleyen çalışmalar da müşkülleşmeyi anlamamız açısından önem taşı-maktadır. Kapsamlı bir çalışma, Sözeri ve Güney (2011)’in araştırmasıdır. Yazarlar, medya sektörünü hedef alan yasal düzenlemeleri, farklı veri kaynaklarından top-ladıkları enformasyonla birleştirmekte ve bu sektörün ayrıntılı bir değerlendirmesini, çalışma ilişkileri boyutunu da içerecek şekilde sunmaktadır. HİA bulguları, bu çalışmada, medya sektöründeki ücret dengesizliğini göstermek üzere kullanılmış-tır. Bununla birlikte, iletişim mezunlarıyla ve medya çalışanlarıyla ilgili anketteki diğer verilere değinilmemiştir. Çalışmamızın takip eden bölümlerinde, bu zengin veri tabanının iletişim profesyonelleri için sağladığı bilgilerin daha ayrıntılı bir ana-lizi sunulmaktadır.

İstihdam koşullarını ekonomi politik çerçevesinde inceleyen güncel ve kapsamlı çalışmalarından biri de Uzunoğlu’nun (2017) araştırmasıdır. 21 gazeteci, meslek örgütlerinden 5 temsilci ve 5 medya yöneticisi ile yapılan görüşmeler ile etnografik araştırmaya dayalı olan bu çalışma, “prekerleşme” kavramını gazete-cilik mesleği özelinde irdeleyen en kapsamlı araştırmalardan biridir. Çalışmaya göre, medya sahipliği yapısındaki dönüşüm, sendikalaşmanın engellenmesi, yaş, eğitim, etnik kimlik, cinsiyet, yeni medya ve teknoloji okuryazarlığı, gazete içi sta-tü farklılıkları, staj sürecinde yaşananlar, hukuksal çerçeve, freelance çalışmanın getirdiği belirsizlikler, sendikaların yapı ve örgütlenmesinden kaynaklı zayıflıklar ile işverenler ve yöneticilerin tercihleri prekerleşme konusunda etkili olmaktadır (Uzunoğlu, 2017).

Görüldüğü üzere, medya çalışanlarının istihdam koşulları üzerine yapılmış çalışmalar, onların güvencesiz ve kırılabilir koşullarda buldukları, ayrıca düşük ücretle istihdam edildikleri konularında uzlaşılı halindedir. Özellikle yerel basında bu sorunlar ağırlaşmakta, kadın medya çalışanları ise, cinsiyet temelli ayrımcılık gibi ek zorluklara maruz kalmaktadır. Gerçekleştirilen araştırmalardaki medya çalış-anlarının bireysel deneyimleri, medya sektörünün içinde bulunduğu tekelleşme

ve örgütsüzleşme eğilimlerinin sonuçlarını yansıtmaktadır. Bununla birlikte, bu anketlerin Türkiye'deki basın çalışanlarını ne derece temsil ettiği, anketlerin ulaşamadığı daha "mutlu" ya da "seçkin" bir çalışan grubunun araştırma evreninin ortalamasını değiştirip değiştirmeyeceği soruları da önemlidir. Örneğin, Atabek vd.'nin (2000) İBF mezunları üzerine ulaştıkları sonuçlarla, diğer sonuçlar arasında göze çarpan bir karşıtlık bulunmaktadır. Yukarıda özetlediğimiz çalışmalarda elde edilen bulguların, Türkiye çapında toplanmış bir tesadüfi örneklemeden elde edilecek verilerle kıyaslanması, iletişimcilerin çalışma koşulları açısından daha genel sonuçlara ulaşmamızı sağlayacaktır. Makalenin izleyen bölümlerinde bunu yapacağız.

### Veri Tabanı ve Yöntem

Bu araştırmada yararlanacağımız HİA verileri, 1988 yılından bu yana, Uluslararası Çalışma Örgütü ve EUROSTAT kılavuzluğunda TÜİK tarafından toplanmakta ve Türkiye'de istihdam edilenler ve işsizlerle ilgili, mikro ölçekte ayrıntılı veriler içermektedir. Anketin örneklem birimi hanelerdir; haneye ilişkin istatistikler yanında her bir hanedeki 15 yaş üzeri (çalışma çağındaki) bireyler hakkında ayrıntılı bilgiler toplanmaktadır. Anket sorularının yöneltildiği 140 bin hane tüm Türkiye'ye dağılmış olduğu için, iletişimciler hakkında kullanacağımız veriler, belirli bir bölgeyle, özellikle İstanbul'la sınırlı değildir. Benzer biçimde veriler, büyük medya kuruluşlarında çalışanları kapsayabileceği gibi, küçük yerel gazetelerde çalışanlara ait bilgileri de içerebilir.

HİA yalnızca çalışanlara ait değil aynı zamanda işsizlere ve işgücüne dâhil olmayanlara ait verileri de kapsadığından, istatistikte "örneklem sapması" denilen sorunu içermemektedir. Medya çalışanları hakkında daha önce yapılan çalışmalar, iletişim mezunu işsizlere ulaşma amacı taşımadığı ya da böyle bir imkâna sahip olmadığı için, hâlihazırda çalışanların koşulları üzerine odaklanmaktadır. İşsizlik ya da işgücü dışında kalma ise, madalyonun bir diğer yüzüdür. HİA verileri çalışanlar, işsizler ve işgücüne dâhil olmayanların durumunu inceleme imkânı sağlamaktadır.

Anketin örneklem yönteminde ve sorularında yıllar içinde kapsamlı değişiklikler yapıldığından, ankete dayalı uzun zamana yayılmış karşılaştırmaları yorumlarken dikkatli olmak gerekmektedir. TÜİK, 2013 yılında adrese dayalı nüfus sistemine dayalı örnekleme geçilmesi, 2014 yılında ise aylık anket sıklığından haftalık uygulamaya geçilmesi nedenleriyle, 2014 sonrasında elde edilen sonuçların, önceki sonuçlarla karşılaştırılabilirliğinin ortadan kalktığını bildirmektedir. Veri tabanının standartlarında uzun dönemde meydana gelen değişimler nedeniyle, yüksek ayrıntı düzeyinde uzun yılları kapsayan karşılaştırmalar yapmak da mümkün olamamaktadır. Benzer şekilde, uzun zaman aralığına ait kesit verilerdeki değişkenleri, veri standartlarının değişmesi nedeniyle tek bir havuzda toplamak (pooled cross section) mümkün olmadığından, çalışmayı 2012-2016 arasındaki verilerle sınırlamayı tercih ediyoruz.

HİA, iletişim fakültesi veya meslek lisesi mezunlarını ayırt etmekte kullanabileceğimiz “en son bitirilen okuldan mezun olunan bölüm kodu” değişkenini içermektedir. Bu soruya “gazetecilik ve enformasyon” cevabını verenleri, iletişim mezunu olarak değerlendiriyoruz. Kullanılan verilerde bu kişilerin meslek lisesi ya da üniversite mezunu oldukları bilgisi de bulunmaktadır. Bunun yanında, Avrupa Birliği Meslek Sınıflandırması (NACE Rev.2) değişkeni, iletişim mezunu olsun ya da olmasın, sektörde çalışanları tespit etmemizi sağlamaktadır. Meslek bilgisi, iki haneli ayrıntı düzeyinde toplanmaktadır. Çalıştığı işyerinin faaliyet alanını “yayıncılık faaliyetleri” (NACE kodu: 58) ve “programcılık ve yayıncılık” (NACE kodu: 60) olarak bildirenlerin, iletişim sektöründe çalıştığını kabul ediyoruz<sup>14</sup>. Telekomünikasyon (NACE kodu: 61), reklamcılık ve piyasa araştırması (NACE kodu: 73) alanlarını ise ayrı meslekler olarak sınıflandırıyor ve dışarıda bırakıyoruz.<sup>15</sup> Bireylerin mesleklerine ilişkin bilginin toplandığı ISCO 08 (Uluslararası Çalışma Örgütü sınıflandırması) kategorisi ise, ne yazık ki iletişim profesyonelleri açısından ayırt edici bir alt-kategori içermemektedir.

Grafik 1’deki sol panel, veri tabanında yer alan iletişimcilerin<sup>16</sup> toplamını göstermektedir. Veri tabanı, iletişim okulu mezunu ve aynı zamanda medya sektöründe çalışan sadece 47 kişiyi içermektedir. Bu 47 kişinin temsil ettiği nüfus (sağ paneldeki koyu gri alanların toplamı), 2016 yılı için 1945, 2012-2016 dönemi için ise 10,461 kişidir. Tek başına bu saptama bile, iletişim fakültesi mezunlarıyla medya sektöründe çalışanların çok azının örtüştüğünü bize göstermesi açısından garpıcıdır.

Beş yıllık veride yer alan iletişim mezunlarının en çok istihdam edildikleri iş kollarını sıraladığımızda, ilk beş sırayı “Kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik” (yüzde 9.5), “yayıncılık faaliyetleri” (yüzde 8.2), “perakende ticaret” (yüzde 6.3), “bilgi hizmet faaliyetleri” (yüzde 5.3), “kütüphaneler, arşivler, müzeler ve diğer kültürel faaliyetler” (yüzde 4) almaktadır. Bunlar arasında, iletişim fakültesinde verilen eğitimle doğrudan ilgisi olanların yayıncılık ve bilgi hizmet faaliyetleriyle sınırlı olduğu ileri sürülebilir. “Programcılık ve yayıncılık” faaliyetlerin-

14 NACE 58 kategorisi, iki alt kategoriyi kapsamaktadır. Bunlardan ilki, (58.1) kitap, süreli yayın ve diğer yayıncılık faaliyetleridir. İkincisi ise, “yazılım yayıncılığı”dır (58.2) ki bunun bir ölçüde iletişim fakültelerinin ilgi alanından uzak olduğunun farkındayız. Ne var ki istatistikler iki hane düzeyinde toplandığından, bu kategoriyi ayırma imkânı bulunmamaktadır. “Yazılım yayıncılığı” sektörünün Türkiye’de görece az sayıda kişiyi istihdam ettiği düşüncesiyle, bu ayrıntının, ulaştığımız sonuçlara ciddi bir etkisinin olmayacağını tahmin ediyoruz.

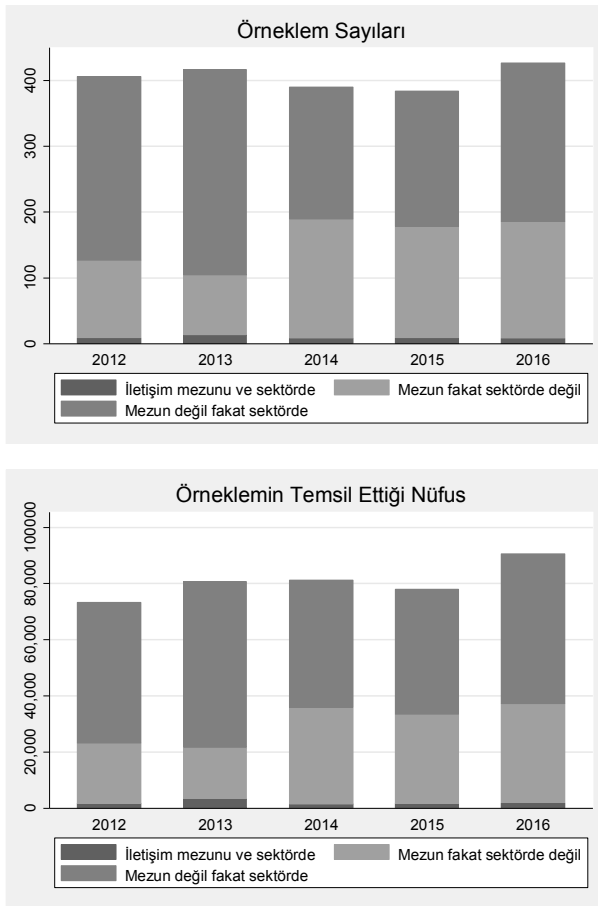
İletişim sektöründe düşünebilecek bir diğer kategori ise, “Sinema, video ve televizyon programları yapıcılığı, ses kaydı ve müzik yayıncılık faaliyetleri” sektörüdür (NACE kodu: 59). Özellikle pop müzik sektörünün büyüklüğünü düşünerek, bu kategorinin “ses kaydı ve müzik yayıncılık” (59.2) kısmında çok sayıda kişinin çalışabileceği ve bu faaliyetin alanının araştırmamız konusu dışında kaldığını düşünerek, tahminler dışında bırakmayı tercih ettik.

15 Bu alt gruplardan reklamcılık, iletişim sektörüyle doğrudan bağlantılıyken, piyasa araştırmacılığı, ağırlıklı olarak istatistik analizlere dayandığı için, görece daha teknik eğitim gören diğer fakülte mezunlarının (istatistik ya da iktisat gibi) avantajlı ilgili olduğu bir alandır.

16 Burada “iletişimci” ile hem fakülte hem de iletişim meslek lisesi mezunlarını kastediyoruz. Fakat aşağıdaki istatistik tahminlerde, Türkiye ortalamaları ile farklara değinirken, aynı kategorileri kıyaslayabilmek adına, tahminlerimizi sadece fakülte mezunlarıyla sınırlı tutacağız.

de çalışanları (yüzde 3.9) da bu iki gruba eklesenek bile, iletişim mezunları arasında bölümleriyle doğrudan ilgili mesleklerle uğraşanların oranının yüzde 20'nin altında kaldığı görülmektedir. Görünen odur ki, iletişim fakültesi mezunlarının yüzde 80'inden fazlası, iletişim sektörü dışında istihdam edilmektedir. Kırılganlaşmanın güçlü göstergelerinden biri olan "ne iş olsa" yapma durumunun, iletişimciler için geçerli olduğu ortaya çıkmaktadır.

**Grafik 1.** Veri Tabanındaki İletişimciler



HİA örneklemelerinde yer alan iletişimci sayıları, her ne kadar diğer meslek gruplarının ortalamasının altında kalsa da, daha önce bu konuda yapılmış çalışmalarda örneklem sayılarının üzerindedir. Örneğin, 2016 yılında 179 iletişim fakültesi mezunu veya 249 sektör çalışanına anket uygulanmıştır. 2012 sonrası yılları bir havuza topladığımızda, bu sayılar 754 ve 1,286 olmaktadır ki bu büyük- lükler, Türkiye'de şimdiye kadar bu alanda yapılmış anket çalışmalarının toplamın-

dan muhtemelen daha fazladır. Buna karşın, örneklem sayıları itibariyle tahmin sonuçlarını Türkiye’deki tüm iletişimcilere genellemek açısından, hata paylarının standartlaşmış kabullerden (yüzde 5) yüksek olacağını kabul etmek gerekir.

## Bulgular

### İşgücüne Katılım ve İşsizlik

Müşkülleşme yazınında güvencesizliğin en çok vurgulandığı konuların başında iş güvencesi gelmektedir. 1980’ler sonrası işgücü piyasaları, dünya genelinde, işten çıkarmayı kolaylaştırma hedefine odaklanmıştır. Egemen anlayışa göre, işverenin iş sözleşmesinin feshini kolaylaştırması yeni adayları istihdam ederken çekingen davranmamasını da beraberinde getirmektedir. Bu yaklaşıma göre, istihdam edilen kişi, kendini her an işten atılmaya ve – şanslıysa – iş değiştirmeye hazır hissetmelidir. Her an işsiz kalma olasılığının yüksekliğini belirleyen yalnızca işyerindeki çalışanların devir hızı değil, aynı zamanda işsizlik oranının yüksekliğidir. İstihdamdaki birey açısından yedekteki işsizlerin toplam sayısından daha önemli bir tehdit kaynağı ise, çalıştığı sektördeki işsizlik oranıdır.

Bu nedenle, bu makalede, iletişimcilerin hangi koşullarda istihdam edildiğini incelemeyen önce mezunların hangi oranda istihdam edildiği incelenmektedir. Yukarıda da belirttiğimiz üzere, “iletişim profesyoneli” ile kast edilen, iletişim mezunu veya iletişim sektöründe çalışanlardır. Veri tabanına dayalı tahminlerimize göre, Türkiye’deki iletişim mezunlarının, yaklaşık yüzde 95’i fakülteden, kalan yüzde 5’i ise meslek lisesinden diplomalıdır. Dolayısıyla, iletişim mezunlarını Türkiye’deki diğer meslek gruplarıyla kıyaslarken, üniversite mezunu kitleyi ölçü alacağız.

**Tablo 1.** İşgücüne Katılım ve İşsizlik (2012-2016 ortalamaları)

	İletişim fakültesi mezunları			Tüm üniversite mezunları		
	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam
Çalışıyor	0.562	0.626	0.594	0.602	0.791	0.709
İşsiz	0.154	0.152	0.153	0.113	0.067	0.087
İşgücünde değil	0.284	0.222	0.253	0.285	0.142	0.204
N	347	363	710	96063	129150	225213

Tablo 1, iletişim mezunlarının işgücü durumlarını, Türkiye ile karşılaştırmalı olarak ve cinsiyet temelinde göstermektedir. Türkiye’deki işgücü piyasasına ilişkin bilinen gerçeklerden biri, işgücüne katılımı kadının ortalamasının düşük oluşu (yüzde 32 civarında), fakat bu ortalamaların üniversite mezunları arasında yüzde 70’in üzerine çıkmasıdır.<sup>17</sup> Tablo 1’deki rakamlardan, iletişim mezunlarının ortalamalarının, Türkiye genelindeki üniversite mezunlarından – özellikle erkek nüfus için – yüksek oranda ayrıldığı anlaşılmaktadır. İşgücüne katılmayanların oranı kadın iletişimciler için Türkiye geneli ile neredeyse aynıken (yüzde 28), erkek iletişim

17 Türkiye’de kadınların işgücüne katılımı konusunda bkz. Kızılca (2016).

mezunları için yüzde 22'dir. Erkek iletiŒim mezunlarının iŒgücüne katılmama oranı, Türkiye ortalamasının (yüzde 14) çok üzerinde bulunmaktadır.

HİA, iŒgücüne katılmayan bireylere, neden iŒ aramadıklarını da sormaktadır. İŒgücüne katılmayan iletiŒim fakóltesi mezunlarının yüzde 50'sinin, gerekçe olarak emekli olmalarını beyan ettiklerini görüyoruz. Bu oran, diğer üniversite mezunları arasında yüzde 39'dur. İletiŒim fakóltesi mezunları arasındaki bu yüksek emeklilik oranının nedenini, 2008 yılına kadar devam eden "yıpranma payı" hakkında aramak gerekir. 2008 yılına kadar, basın kartı sahipleri, çalıŒtıkları her 360 gün için, 90 gün yıpranma payı alıyorlar, bu nedenle de erken emekli olabiliyorlardı. 2008 yılında yapılan deęiŒiklikten sonra ise bu hakkı, prim ödeme karŒılıęı elde edebildiler.<sup>18</sup> Sonuçta, veri tabanındaki basın kartı sahiplerinin bir kısmı, bu yıpranma payı hakkıyla, erken emekli olmuŒtur. Erken emeklilik imkânı, iletiŒim fakóltesi mezunları arasında iŒgücüne düşük katılımın nedenlerinden biridir.

İŒ aramamanın bir nedeni de iŒ bulma ümidinin olmayıŒıdır. Tablodaki iŒsizlik rakamları, bu gerekçenin, Türkiye'deki iletiŒim mezunları için geçerli olabileceğini göstermektedir. İletiŒim mezunları arasındaki iŒsizlik oranının (yüzde 15), diğer üniversite mezunlarının iki katına yakın olduğu görölmektedir. Bu oran, erkekler için iki katın da üzerindedir. İletiŒim fakóltesi mezunlarının istihdam koŒullarının müŒkülleŒmesi üzerine yapılmıŒ araŒtırmalarda, iŒsizlik tehdidi, bireysel gözlemlere dayalı olarak aktarılmakla birlikte, bu tehdidin büyüklüğüne dair bir istatistik bulunmamaktadır. Tablo 1'deki yüksek iŒsizlik oranları, iletiŒim fakóltesi mezunları üzerine yapılmıŒ araŒtırmalardaki hipotezleri doğrular niteliktedir.

İŒgücüne katılım ve iŒsizlik oranlarından sonra, ikinci aŒamada, hâlihazırda çalıŒanların koŒullarını inceliyoruz. Veri tabanından elde ettiğimiz tahminlere göre, 2012-2016 döneminde iletiŒim sektöründe çalıŒanların ortalama yüzde 84'ü özelde, kalan yüzde 16'sı ise kamuda istihdam edilmektedir. İletiŒim mezunları arasında ise (meslek lisesi dâhil) kamuda istihdam edilme oranı yüzde 30'dur. Bu görece yüksek oranın nedeni, iletiŒim fakólterinin müfredatının siyaset bilimi bölümlerine yakın olması ve bu nedenle de mezunların kamunun iŒ sınavlarında başarı göstermesi olabilir. Ancak bu konunun araŒtırılıp daha güçlü bir yargıya varılması, ayrı bir araŒtırmanın konusuna girer.

## Ücretler

Kırılganlığın veya güvencesizliğin, iŒsizlik tehdidinden sonra gelen önemli göstergelerinden biri düşük ücretle çalıŒmaktır. Tasarruf yapamayacak, hatta çoğu zaman borçsuz yaşayamayacak düzeydeki bir düşük ücret, iŒsizlik tehdidiyle birleŒtiğinde katlanarak aęırlaŒmıŒ bir sorun haline gelir. Eğer bir aile desteği ya da ek gelir kaynağı yoksa iŒsiz kalan kiŒi kısa süre içinde haciz tehdidiyle karŒı karŒıya kalır. Yukarıda özetlenen araŒtırmalarda, medya çalıŒanlarının ücretlerinin ye-

18 Bkz. Ali Tezel, "Gazeteciler parasını vererek yıpranacak", <https://alitezcel.com.tr/index.php?sid=yazi&id=5928>, 14.01.2013, eriŒim tarihi: 09.10.2018

tersiz olduğu konusunda bir uzlaşI bulunmaktadır. Biz, burada, hanehalklarından tesadüfi örnekleme toplanmış verilerin bu iddiayı destekleyip desteklemediğine bakacağız.

HİA verilerindeki ücretler, sadece ücretli çalışanlardan toplandığı için, yayın kuruluşu sahiplerinin gelirlerini içermemektedir. Dolayısıyla, kullandığımız ücret serilerine kârlar dâhil değildir. Yönetici seviyesindeki ücretlerin ise gerçekte salt ücret olamayacağı, bunların adı konmamış kâr payları da içerebileceğini kabul ediyoruz. Buna rağmen, örnekleme sayısından vazgeçmemek için ücret tablolarında bir pozisyon ayırımına gitmemeyi tercih ettik. 2012-2016 ücret verilerini, tüketici fiyat endeksi aracılığıyla 2016 yılına eşitleyerek (“şişirerek”) kullandık. Karşılaştırmaların sağlıklı olabilmesi için yalnızca üniversite mezunlarının ücretlerini dikkate aldık.

**Tablo 2.** Düzeltilmemiş Ücretler (2016 Fiyatlarıyla, TL)

	<b>Sektörde Çalışan Üniv. Mezunları</b>	<b>İletişim Fak. Mezunları</b>	<b>Tüm Üniv. Mezunları</b>
Özel	2615.4	2532.6	2525.5
N	326	198	60560
Kamu	3962.8	2970.8	3146.1
N	187	154	77315

Tablo 2'deki veriler, özel sektörde istihdam edilen iletişim profesyonellerinin ve iletişim mezunlarının kazandıkları aylık ücretin, Türkiye'deki üniversite mezunları ortalamasından (2,525 TL) çok farklı olmadığı yönündedir. Kamuda çalışan iletişim profesyonelleri ise, 4 bin TL'ye yaklaşan ücretleriyle, Türkiye'deki diğer üniversite mezunu kamu çalışanlarından çok daha yüksek ücret elde etmektedir. Salt bu verilere dayanarak, iletişim profesyonellerinin ücretlerinin düşük olduğunu ileri sürmek mümkün görünmemektedir. Ne var ki ham ücret verileri, iletişim çalışanlarının bölgesel dağılımını gözden kaçırmaktadır. İletişim sektöründe istihdam edilenlerin çoğu (yüzde 56) İstanbul bölgesinde yoğunlaşmıştır; bu nedenle de ücret karşılaştırmalarında bölgesel farklılıkların da dikkate alınması gerekmektedir.



**Tablo 3.** Ücret Tahminleri (TL)

	Özel		Kamu	
	(I)	(II)	(III)	(IV)
Tahmini İstanbul ortalaması	3146.5*** Medya Çalışanları	3144.5*** İletişim Mezunları	3153.6*** Medya Çalışanları	3157.3*** İletişim Mezunları
Ortalamadan fark	-313.0**	-310.6*	672.7***	-243.6*
N	60560	60560	77315	77315

Tüm tahminler sadece üniversite mezunlarıyla sınırlıdır. Regresyonlarda, açıklayıcı değişken olarak sadece birinci düzey İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması kullanılmıştır. Referans bölge İstanbul'dur.

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Bölgesel farklara göre "düzeltilmiş" ücret tahminleri, Tablo 3'te gösterilmiştir. Referans bölge olan İstanbul ortalamaları, model tahminine göre ufak farklar göstermekle birlikte, gerek özel sektörde, gerekse kamuda 3,150 TL dolayındadır. İletişim sektöründe çalışanların ve iletişim fakültesi mezunlarının (sektörde çalışsın ya da çalışmasın) ücret ortalaması, İstanbul ortalamasının 310 TL kadar altındadır ve bu fark istatistikî açıdan anlamlıdır. İletişim mezunlarının, kamuda da 244 TL civarında ortalamadan daha az ücret aldığını görülmektedir. Ancak iletişim sektöründe olup kamuda istihdam edilenlerin – ki burada büyük işverenler TRT ve AA'dır – ücretleri, İstanbul'daki üniversite mezunlarının ortalamasından 673 TL kadar daha yüksektir.

Bu veriler ışığında, özel sektörde çalışan iletişimcilerin ücretlerinin düşük olduğunu ileri süren önceki araştırmaların sonuçlarını teyit etmek mümkündür. İletişimcilerin çoğu İstanbul'da çalıştığı için, Tablo 2'deki ham ücret verileriyle bunu saptamak olanaklı görünmemektedir. Bölgesel etkileri hesaba kattığımızda ise özel sektörde çalışan iletişimcilerin gerçek durumu ortaya çıkmaktadır. Ancak kamuda istihdam edilen ve sayıca azınlıkta olan çalışanlar için durum tam tersidir. Kamuda çalışan iletişimcilerle, özel sektörde çalışanlar arasında ayda 1,000 TL'ye yakın kamu lehine bir ücret farkı mevcuttur. Dolayısıyla, iletişim sektöründeki istihdam koşulları açısından ikili bir yapı göze çarpmaktadır.

Medya sektöründeki ücret yapısıyla ilgili olarak bir diğer önemli nokta ise, iletişim fakültesi mezunlarının kazançlarının, diğer fakülte mezunlarından farkıdır. Burada ayrı bir tabloda göstermediğimiz bölgesel etkileri dikkate alan tahminlere göre, özel medya kuruluşlarında çalışan iletişim fakültesi mezunları, diğer me-

zunlardan ortalama 738 TL daha yüksek ücret almakla birlikte, bu fark istatistiki açıdan anlamlı değildir. Sektördeki iletişim mezunları, tüm çalışanların ortalamasından 1,000 TL civarında daha yüksek ücret alsa da, benzer durum diğer fakülte mezunları için de geçerli olduğundan, iletişim fakültelerinin ek bir üstünlük sağladığını ileri süremiyoruz.

### Çalışma Saatleri

İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ülkeleri arasında haftalık ortalama kişi başı çalışma saati en uzun ülkenin Türkiye olduğu bilinmektedir<sup>19</sup>. Türkiye’de emekçilerin çalışma süreleri, ulaşım ve karşılıksız hane-içi faaliyetlere harcanan zaman da hesaba katıldığında, doğal sınırlarına yakın durumdadır. Emekçilerin zaman fakirliğinde eşitlendiği bir coğrafyada, çalışma saatlerindeki meslekî farklar da küçülecektir.

**Tablo 4.** Çalışma Saatleri Tahminleri (Özelde Tüm Çalışanlar)

	Bölge etkileri hariç		Bölge etkileri dâhil	
	(I)	(II)	(III)	(IV)
Tahmini ortalama	46.42***	46.42***	48.24***	48.23***
	Sektörde Çalışanlar	Sadece Programcılık ve Yayıncılık	Sektörde Çalışanlar	Sadece Programcılık ve Yayıncılık
Ortalamadan fark	1.06*	2.05**	-0.04	0.78
N	713118	713118	713118	713118

Bölgesel etkilerin dâhil edildiği tahminlerde referans bölge İstanbul’dur.

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

HİA verilerine dayalı yaptığımız tahminler, özel sektör çalışanlarının, haftalık ortalama fiili çalışma sürelerinin 46 saatin üzerinde olduğunu göstermektedir. Eğer bölgesel etkileri göz ardı edersek, medya sektöründe istihdam edilenlerin çalıştıkları süre, bir saat daha uzundur ve yüzde 5’lik bir hata payıyla bu fark istatistiki olarak anlamlıdır. Tahmin, sadece programcılık ve yayıncılık sektöründe çalışanlarla sınırlandığında, fark iki saate yükselmektedir. Fakat bölgesel etkiler dikkate alındığında, medya çalışanlarının çalışma sürelerinin, referans bölge olan İstanbul ortalamasından anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını görüyoruz. Dolayısıyla “medya çalışanlarının çalışma saatleri uzun mu?” şeklindeki bir soruya, hem “hayır” hem de “evet” cevabını vermek mümkündür. Çalışma saatleri Türkiye ortalamasının üzerindedir fakat ağırlıkla çalıştıkları şehir olan İstanbul ortalamalarına yakındır.

19 Bkz. [https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=AVE\\_HRS](https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=AVE_HRS) , Erişim tarihi: 09.10.2018

### **Sonuç ve Tartışma**

Bu çalışma, iletiŒim fakóltesi mezunlarının veya iletiŒim alanında çalışanların çalışma koŒullarını inceleyen yazındaki yöntemsel iki boŒluęu doldurmuŒtur. Söz konusu yazında, emekçilerin içinde buldukları kırılgan ve güvencesiz koŒullar üzerinde genel bir uzlaŒı bulunmaktadır. Personel sayılarının daraltılmasından kaynaklanan işsizlik tehdidi, düşük ücretler, yoğun çalışma saatleri, cinsiyet ayrımcılığı ve müŒköllük/kırılganlık kaynaklarına birçok tanıklık ve anlatı mevcuttur. Ne var ki bu çalışmalarda ulaŒılan aktarılan bilgi ve yorumlar, diğer sektörlerle veya meslek gruplarıyla karşılaŒtırmalı bir bakış açısıyla sunulmamıştır. Seçilen örneklemelerin araştırma evrenindeki temsil gücü de bilinmemektedir. Bu çalışmanın ilk katkısı, iletiŒim fakóltesi mezunlarının ve iletiŒim sektöründe çalışanların çalışma koŒullarını Türkiye’deki diğer üniversite mezunlarının koŒullarıyla kıyaslayarak, iletiŒimcilerin özel bir durumda bulunup bulunmadıkları sorusuna bir cevap vermek olmuŒtur. Diğer yandan, Türkiye çapında temsil gücüne sahip bir veri tabanını kullanarak, gazetecilerin çalışma koŒullarına ait daha önce küçük örneklemelere veya kişisel gözlemlere dayanarak ileri sürölmüŒ hipotezler tekrar sınanmıştır. UlaŒtıęımız sonuçlar Œunlardır:

Medya sektöründe istihdam edilmek açısından, iletiŒim mezunu olmak ek bir avantaj sağlamamaktadır. Sektörde istihdam edilenlerin çoğunluğu, farklı meslek gruplarındanır. İletiŒim mezunlarının oranının dikkat çekecek ölçüde küçük olması, mezunlar açısından önemli bir sorun olarak karşıımıza çıkmaktadır.

Medya sektöründe, iletiŒim fakóltesi mezunlarının ücretleri, diğer fakólte mezunlarından daha yüksek değildir. Medya sektörü dışında ise, iletiŒim fakóltesi mezunları, diğer fakólterin mezunlarından ortalamada daha az kazanmaktadır.

İletiŒim fakóltesi mezunlarının bir başka dezavantajı ise, işsizlik oranlarının, üniversite mezunları ortalamasının çok üzerinde olmasıdır.

Bu çalışmada ulaŒtıęımız bir diğer sonuç ise, üniversite mezunu medya çalışanlarının aldıkları ücretin, özel sektörde, diğer üniversite mezunlarının ortalamasının belirgin bir şekilde altında oluşudur. Kamu medya kuruluşlarında ise bu durum geçerli değildir. Özel kesimdeki düşük ücretler, Türkiye’de medya sektöründe çalışanların müŒköll koŒullarda istihdam edildiğine dair önemli bir bulgudur.

Son olarak, bu çalışmadaki bulgulardan biri, medya sektöründeki mesai saatlerinin ortalamasının üzerinde olduğudur. Fakat bu farkın sektöre özgü olmaktan çok, medya kuruluşlarının yoğunlaŒtıęı İstanbul bölgesine ait olduğuna anlaŒılmaktadır. İstanbul’da emekçiler, uluslararası standartların çok üzerinde saatlerle çalışmakta; ulaŒım ve ücretsiz ev emeğiyle birleŒtięinde, çalışma saatleri doğal üst sınırlarda eşitlenecek şekilde birbirine yaklaŒmaktadır. Medya sektöründe çalışanlar da bu koŒulların dışında değildir.

Medya çalışanlarının, özellikle muhabirlerin karşılaŒtıkları mesleki kırılganlı-

ğın kaynağı, önemli oranda, gayri-iktisadidir. Hazırladıkları “gerçek” haberlerin göz ardı edilmesi ya da emirle haber yaptırılması, basın kartlarının verilmemesi, hoşagitmeyen sorular sorduklarında “akredite” yapılmayarak cezalandırılmaları, fiziki tehditlere maruz kalmaları, bazı durumlarda bu tehditlerin gerçek saldırılara dönüşmesi, içinde buldukları güvencesizliğin önemli kaynakları arasındadır. Medya çalışanlarının “preker” emeğine ilişkin kapsamlı bir değerlendirme açısından bunlar göz ardı edilemez. İktisadi bulgularla sınırlı olan bu araştırmamızın ulaştığı sonuçlar, kırılma ve güvencesizleşmenin bu gayri-iktisadi kaynaklarını ortaya koyup inceleyen diğer çalışmaların sonuçlarıyla birlikte ele alınmalıdır.

Çalışmamızda ulaştığımız sonuçlar, iletişimciler için güvencesizlik ve kırılma koşullarının varlığını doğrulamakla birlikte, bu durumun nedenleri ve olası çözüm önerileri, konu üzerinde daha önce yapılmış ve ileride yapılacak araştırmaların birlikte değerlendirilmesiyle ortaya konabilecektir. Kırılmanın nedenleri, iletişim fakültesi mezunları ve iletişim sektöründe çalışanlar için farklı olmalıdır. İletişim mezunlarının işsizlik oranları diğer üniversite mezunlarından yüksekse ve bu mezunlar istihdam edildiklerinde ortalamanın altında ücret alabiliyorlarsa, iletişim fakültelerindeki kontenjanların kısıtlanması ve verilen eğitimin niteliğinin ciddi şekilde gözden geçirilmesi üzerinde düşünülmesi gerekmektedir.

İletişim fakültesi mezunlarının kırılma ve güvencesiz çalışma koşullarının tek kaynağı fakültelerdeki eğitimin kalitesi olamaz. Medya sektörünün, iletişim eğitimi olan çalışanlar için yeterli talep yaratmaması da dikkate alınması gereken ihtimallerden biridir. Konu üzerinde yapılmış çalışmalar, sektörün uzun yıllardır nitelikten ödün verme pahasına, gerek çalışan sayısını azaltarak gerekse ücretleri düşürerek maliyetleri asgârde tutmak istediğini ortaya koymaktadır. İletişim fakültesi mezunlarının iş yaşamında birinci sıradaki tercihi olan medya sektöründeki bu işgücü talebi darlığı, mezunların diğer sektörlerle ucuz işgücü olarak yönelmelerine neden olacaktır. Bu sorunun – eğer varsa – çözümü iletişim fakültelerinde değil kısmen medya sektörünün kendisinde ve daha büyük ölçekte, işgücü piyasalarında yatmaktadır.

Mezun olunan fakülteden bağımsız olarak, medya sektöründeki istihdamın kırılmasının nedenleri çok boyutludur. Türkiye’de işgücünün örgütlenmesinin önündeki yazılı ve yazılı olmayan engeller, 1980 darbesinden bu yana varlığını artırarak sürdürmektedir. Türkiye, toplu sözleşme hakkına sahip işçilerin oranında, yüzde 6.7 ile OECD ülkeleri arasında son sırada yer almaktadır. Daha da ötesi, sendikacı çalışanların çoğu “sarı” sendikalara üyedir ve grev hakkı fiilen yasaklanmış durumdadır. Dolayısıyla, medya çalışanlarının bu koşullardan bağımsız olması düşünülemez.

Medya sektöründe çalışanların diğer bir çıkması ise, bu sektördeki tekelleşmeden kaynaklanmaktadır. Çalışanlar ya da çalışmaya aday olanların karşı karşıya olduğu piyasa rekabetten uzak olduğu için, işsiz kaldıklarında başvurabilecekleri alternatifler çok kısıtlıdır. Sektördeki istihdamın azlığı, ücretlerin düşüklüğü ve

çalışma koşullarının zorluğu, sektörün tekelci yapısıyla yakından ilişkilidir. Büyük ölçüde kamu gücü ve kamu kaynakları kullanılarak yaratılan bu medya tekelinden kurtuluş ise devlette şeffaflığın, hesap verilebilirliğin, hukukun üstünlüğünün sağlanmasının yanı sıra yaygın olarak başvuru olan sansüre son verilmesine yol açacak bir demokratikleşmenin hayata geçirilmesiyle yakından ilişkilidir. Bunun nasıl sağlanacağı ise bu çalışmanın sınırlarının ötesine geçmektedir.

## Kaynakça

- Aksoy, M. (2004). Holdinglerin Banka Medyası, *Ekonomi Dergisi*, Ağustos, 25.
- Alemdar, K. (2018). Simit, Minga, İşsizlik Yani Gazetecilik, Varlık, Ocak, 9-12.
- Arslan, E. ve Arslan, B. (2017). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Bağlamında Yerel Basın ve Kadın Çalışanlar. E. Doğan ve E. Geçgin (ed.), *Current Debates in Public Relations, Cultural & Media Studies* içinde, vol. 9, IJOPEC: Londra, 217-37.
- Atabek, N., Ünlü, S., ve Taşçı, D. (2000). Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Mezunlarının Mesleki Yaşamları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 1(2), 3-17.
- Bora, T. (2010). Tanıl Bora ile Söyleşi: Sınıf, Kapitalizm ve Türkiye, *Söyleşen: Dinçer Demirkent ve Toygar Baykan*, Birgün Kitap Eki, Mayıs.
- Bora, T., Bora, A., Erdoğan, N., ve Üstün, İ. (2011). 'Boşuna mı okuduk?' Türkiye'de Beyaz Yakalı İşsizliği. İstanbul: İletişim.
- Çam, A. ve Yüksel, İ.Ş. (2015). Türkiye'de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik bir Yaklaşım, *Neoliberal Muhafazakâr Medya* içinde, Der. U. Uraz Aydın, Ayrıntı, 66-102.
- Çığ, E. Ç., ve Çığ, Ü. (2015). Gazetecilik Emeğinin Prekarizasyonu: Yeni Medya Çağında Habercilik Etiğini Tartışmak. *İş Ahlakı Dergisi*, 8(2), 197.
- Ekzen, N., *Medya Ekonomisinin Yapılanması* (2017). K. Alemdar (ed.), *Türkiye'de Kitle İletişimi, Dün-Bugün-Yarın* içinde (c.1, 418-47), Ankara: Gazeteciler Cemiyeti.
- Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye'de Gazetecilik ve Bilim İletişimi: Yapısal Özellikler Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Etike, Ş. ve Demir, A.S. (2017). Toplumsal Eşitsizlikler ve Kadın Emeği: Medya Endüstrisi Üzerine Bir Araştırma, *Emek Araştırma Dergisi*, 8(12), İstanbul, 123-44.
- Frase, P. (2013). The Precariat A Class or a Condition. *New Labor Forum*, 22(2), 11-14.
- Gazeteciler Cemiyeti (2018). *İfade ve Basın Özgürlüğü Eylül 2018 Raporu*, Ankara.
- Girgin, A. (2007). *Türkiye'de Yerel Basın ve Resmi İlân (Türkiye'de Yerel Basın)*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

- Güngör, N. ve Tellan, T (2017). Basında Tekelleşme ve Oligopolleşme, K. Alem-  
dar (ed.), Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün-Bugün-Yarın içinde (c.1, 456-468). Ankara:  
Gazeteciler Cemiyeti,
- Güner, E; Koç, L.; Özadalı, M. (2014). G. Özcan, Gazetecilik Mesleği, İstanbul:  
Marmara Üniversitesi.
- Karagöz Kızılca, G. (2003). Türkiye’de İnternet Kullanımı ve Gazeteciler: Küresel-  
leşmenin Özgürlükler Üzerindeki Yerel Etkisi, İletişim, no:17, Bahar, 125-159.
- Kaya, R.(2009). İktidar Yumağı-Medya, Sermaye, Devlet. Ankara: İmge Kitabevi.
- Keten, E. T. (2015). Neoliberal Hegemonya Döneminde Medyada Emek ve Sen-  
dikal Örgütlenme, Neoliberal Muhafazakâr Medya içinde, Der. U. Uraz Aydın, An-  
kara: Ayrıntı, 225-251.
- Kızılca, F.K. (2016). Breaking with Dogma: Unorthodox Consumption Patterns  
and Women’s Labor Outcomes in Turkey Feminist Economics, 22(4), 1-30.
- Kızılca, F.K. ve K. Metin-Özcan (2008). How Did Export-led Growth Strategy Work in the  
Turkish Case? The Experience of Manufacturing Sector After 1980, The Journal  
of International Trade and Diplomacy, 2 (1), Spring, 137-160.
- Özer, Ö. (2006). Medya Alanında Tekelleşme: Ankara’daki Muhabirlerin Tekelleş-  
menin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri, Medya Okuryazarlığı içinde, der.,  
Nurçay Türkoğlu, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 100-  
112.
- Özsever, A. (2004). Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci, Ankara: İmge.
- Salcetti, M. (1995). The emergence of the reporter: Mechanization and the deval-  
uation of editorial workers. Newswriters: Toward a history of the rank and file,  
Minneapolis: University of Minnesota Press, 48-74.
- Seçkin, G. (2010) 2000 yılında Türkiye’de Gazetecilerin Ekonomik ve Sosyal Sta-  
tüsü. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 1, 64-77.
- Sönmez, M (2003). Filler ve Çimenler, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sönmez, M. (2010). Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı, Ankara: Yordam.
- Sözeri, C., ve Güney, Z. (2011). Türkiye’de Medyanın Ekonomi Politijisi: Sektör  
Analizi. İstanbul: TESEV.
- Standing, G. (2011). The Precariat: The New Dangerous Class, New York: Blo-  
omsbury Academic.
- Temel, M.; Korkmaz, A. ve Şilen, K. (2012). Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo-De-  
mografik Özellikleri ve Sektör Sorunlarına Bakışı: Kayseri ve Nevşehir Yerel Med-  
yasına Yönelik Alan Araştırması, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens-  
titüsü Dergisi, 9(19), 125-157.
- Tılıç, D. (1998). Utanıyorum ama Gazeteciyim: Türkiye ve Yunanistan’da Gazete-

cilik. İstanbul: İletişim.

Toktaş, S. (2013). Medya Emekçilerinin Sendikal Örgütlenme Sürecine Yönelik Kavrayışları: Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Mülkiye Dergisi*, 37 (3), 61-99.

Tutal, N. (2018). Kapitalist Aklın Anahtarları Şingirdar, Varlık, Ocak, 22-28.

Uzunoglu, S. (2017). Gazetecilikte Preker Emeğin Türkiye'deki Durumu. Yayınlanmamış doktora tezi. Galatasaray Üniversitesi

Wacquant, L. (2007). Territorial stigmatization in the age of advanced marginality. *Thesis Eleven*, 91(1), 66-77.

Wright, E. O. (2016). Is the precariat a class?. *Global Labour Journal*, 7(2), 123-135.

Yöyen, B. (2007). Türkiye'de Basın Çalışanlarının İstihdam Sorunlarının İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yunusoğlu-Eroğlu, A. ve Arslan, B. (2017). Yerel Basında Kadın Gazeteciler (Mersin Yerel Basın Örneği), *Current Debates in Public Relations, Cultural & Media Studies*, E. Doğan ve E. Geçgin (ed.), vol. 9, 267-85.

Yücesan-Özdemir, G. (2014). İnatçı Köstebek: Çağrı Merkezlerinde Gençlik, Sınıf ve Direniş. İstanbul: Yordam Kitap.