

T.C.

İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KÜLTÜREL İNCELEMELER PROGRAMI

**HALKLA İLİŞKİLER ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN
YENİ KAPİTALİZMDE ÇALIŞMANIN
DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNE**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BEHİCE SAYAT

107611029

DANIŞMAN ÖĞRETİM ÜYESİ

Doç. Dr. Kenan Çayır

İstanbul, Ocak 2015

HALKLA İLİŞKİLER ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN YENİ KAPİTALİZMDE ÇALIŞMANIN DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNE

Behice Sayat

107611029

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Kenan Çayır:.....

Üye: Yard. Doç. Dr. Ayşe Evren Hoşgör:.....

Üye: Yard. Doç. Dr. Ali Alper Akyüz :.....

Tezin Onaylandığı Tarih:.....

Toplam Sayfa Sayısı:.....

Anahtar Kelimeler (Türkçe)

- 1) Çalışma Sosyolojisi**
- 2) Duygulanımsal Emek**
- 3) Yeni Kapitalizm**
- 4) Bilgi Çalışanı**
- 5) Esnekleşme**

Anahtar Kelimeler (İngilizce)

- 1) Sosyoloji of Work**
- 2) Affectional Labour**
- 3) New Capitalism**
- 4) Knowledge Worker**
- 5) Flexibility**

ÖZET

Çalışma, toplumsal ilişkilerin merkezindeki eylemdir. Yalnızca “ekonomi alanının bir parçası” değil, kültürel yaşamdan, eğitime, kişisel ilişkilerden uluslararası ilişkilere bütün toplumsal alanların kurucu öğelerinden biridir. Bu temel toplumsal ilişki son 30-40 yılda hızlı ve köklü bir değişim geçiyor. Çalışma biçimlerinde, emeğin yapısında, üretim noktalarında, şirketlerin organizasyonlarında, ve çalışma hayatının tümünde yaşanan bu geniş değişim, 1970’lerden itibaren özellikle gelişmiş ekonomilerde üretim tarzının dönüşmesi süreciyle başlıyor ve bugün bireyin üzerinde ve bireyin toplumsal ilişkisinde çok çeşitli etkiler yaratıyor. Bu tez, bu etkileri “iş yapanın” gündelik iş ilişkileri üzerinden değerlendirerek, bu anlamda aktörlerin kabullenişleri, reddedişleri ve tekrar üretimlerini günlük iş hayatı içerisinde sorgulayarak, çalışmanın dönüşümünü problematize etmeye odaklanıyor.

Anahtar Kelimeler (Türkçe)

- 6) Çalışma Sosyolojisi**
- 7) Duygulanımsal Emek**
- 8) Yeni Kapitalizm**
- 9) Bilgi Çalışanı**
- 10) Esnekleşme**

Anahtar Kelimeler (İngilizce)

- 1) Sosyoloji of Work**
- 2) Affectional Labour**
- 3) New Capitalism**
- 4) Knowledge Worker**
- 5) Flexibility**

TEŞEKKÜR

Tezin yazım süresi içerisinde desteğini hep hissettiğim tez danıőmanım Doç. Dr. Kenan ayır'a, tez fikrinin biğimlenmesinde ve sonrasında görüőlerinden faydalandığım değerli hocam Bahar őahin Fırat'a, değerli katkıları için juri üyelerim Yard. Doç. Dr. Ayşe Evren Hoşgör, ve Yard. Doç. Dr. Ali Alper Akyüz ile; burada isimlerini anamadığım ancak yüreklerini açarak bu tezin oluşmasını sağlayan değerli görüşmecilere çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZET.....	i
ÖNSÖZ.....	ii
TABLO LİSTESİ.....	iii
1. GİRİŞ.....	1
2. ÜRETİM TARZI DEĞİŞİMİNİN KİMİ ETKİLERİNE BAKIŞ	
2.1 Bilginin Metalaşması ve Esnekleşme	6
2.2 Esnekleşme Uygulamalarının Etkileri.....	9
2.3 Emeğin Değişimi: Proletarya - Prekarya.....	13
2.4 Emeğin Değişimi: Gayri Maddi Emek, Duygulanımsal Emek	16
2.5 Yeni Kapitalizm ve Yabancılaşma Biçimleri.....	21
2.6 Bireyselleşme Üzerine.....	23
2.6.1 Birey ve Özne.....	26
3. HALKLA İLİŞKİLER SEKTÖRÜ ÜZERİNE DEĞERLENDİRME	
3.1 Halkla İlişkiler Sektörü Üzerine.....	29
3.2 Halkla İlişkiler Üretim Süreci Üzerine	32
4. YENİ KAPİTALİZMDE HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARININ GÜNDELİK İŞ DENEYİMLERİNİN TARTIŞILMASI	
4.1 Hızla Bir Çağda Yaşamak: Süpermen Olmak Lazım.....	36
4.2 Rutinin Koruyuculuğu: Peki Şimdi Patron Kim.....	44
4.3 Sürüklenme ve Özel Hayat Dengesi.....	53
4.4 Duygulanımsal Emek: İnanmadan Satamazsın	61
4.5 Başarı ve Başarısızlık Sarmalında İş Etik.....	66
5. SONUÇ YERİNE	69
6. KAYNAKÇA.....	73

TABLÖLAR LİSTESİ

1. İstihdamın Sektörel Dağılımı Tablosu..... 65
2. Görüşmeci Tablosu.....77

GİRİŞ

Çalışma, toplumsal ilişkilerin merkezindeki eylemdir. Yalnızca “ekonomi alanının bir parçası” değil, kültürel yaşamdan, eğitime, kişisel ilişkilerden uluslararası ilişkilere bütün toplumsal alanların kurucu öğelerinden biridir. “Çalışma bizim toplumsallığımızın tümüdür. Yalnızca dünyayla ilişkimizi değil, aynı zamanda toplumsal ilişkilerimizi de baştan sona çalışma yapılandırır. Çalışma, temel toplumsal ilişkidir.”¹ (Meda, 2004, s.27) Bu “temel toplumsal ilişki” son 30-40 yılda hızlı ve köklü bir değişim geçiyor. Çalışma biçimlerinde, emeğin yapısında, üretim noktalarında, şirketlerin organizasyonlarında, ve çalışma hayatının tümünde yaşanan bu geniş değişim, 1970’lerden itibaren özellikle gelişmiş ekonomilerde üretim tarzının dönüşmesi süreciyle başlıyor ve bugün bireyin üzerinde ve bireyin toplumsal ilişkisinde çok çeşitli etkiler yaratıyor. Bu tez, bu etkileri “iş yapanın” gündelik iş ilişkileri üzerinden değerlendirerek, bu anlamda aktörlerin kabullenişleri, reddedişleri ve tekrar üretimlerini günlük iş hayatı içerisinde sorgulayarak, çalışmanın dönüşümünü problematize etmeye odaklanıyor.

Bu çalışma, Türkiye’de üzerinde sınırlı bir araştırma bulunan bir çalışan grubu ile, hizmet endüstrisinin bir parçası olan ve bilgi çalışanları içerisinde görülebilecek halkla ilişkiler uzmanları ile yapılan 10 adet görüşmeye dayanmaktadır. Saha görüşmeleri için halkla ilişkiler uzmanlarının seçiminin bir çok nedeni vardır. Halkla ilişkiler, iletişim araçlarının çeşitlenmesi sonucunda ortaya çıkan, endüstriyel döneme ait olmayan “yeni” bir meslek dalıdır. Bu anlamda halkla ilişkiler uzmanları da, gerek gayri maddi (immaterial) üretimleri ve duygusal (emotional) ve duygulanımsal (affectional) emek kullanımları, gerek ise bilgi çalışanı olarak bilginin üretimi ve dağıtımındaki rolleri nedeniyle “yeni tip emekçi”lerdir. Bu anlamda halkla ilişkiler uzmanlarının gündelik iş yapılarına odaklanıp “yeni olanı” tartışarak, çalışmada yaşanan değişimin toplumsal yapısı ve aktörlere etkisine dair bir çok veri elde edebilir.

Halkla ilişkiler çalışanları, yukarıdaki “yeni kapitalizme” özel özelliklerine ek olarak şirketleriyle kurdukları ilişki olarak da “standart” tip çalışanlardan farklılık göstermektedir. Halkla ilişkiler uzmanları Türkiye’de 3 farklı alanda çalışabilmektedir. Bir kurumda halkla

ilişkiler uzmanı ve yöneticisi olmakta, halkla ilişkiler ajansında çalışmakta ya da bir kuruma bağlı olmadan freelance olarak çalışabilmektedirler. Halkla ilişkiler çalışanları bir kuruma bağlı olarak çalıştıklarında o kurumun bir çalışanı olarak o kuruma hizmet vermektedirler. O kuruma ait bilgiyi oluşturmakta, yaymakta ve toplamaktadırlar. Bir ajansa bağlı olarak çalıştıklarında ise tek bir markaya değil, sayıları 3-10 arasında değişen markaya aynı anda hizmet verilmektedir ancak üyesi olunan kurum bir ajans olmaktadır. Freelance çalışıldığında ise yine bir çok marka ya da kuruma ancak bu sefer arada bir ajans/kurum olmadan “hizmet” verilmektedir. Araştırma için ajans çalışanları ve freelance çalışan halkla ilişkiler uzmanları ile görüşülmüştür.

Yapılan görüşmelerin en uzununu 3 saat 10 dakika en kısa görüşme 50 dakika olmuştur. Görüşmeciler, halkla ilişkiler ajanslarında marka temsilcisi ya da direktörü pozisyonunda çalışanlar ile freelance halkla ilişkiler uzmanları arasından seçilmiştir. Bu ayrım kartopu şeklinde ilerlenen görüşmeler sırasında fark edilip değişimin aktörlerin seçimlerine etkilerini tartışmamıza zemin yaratabileceği düşüncesiyle her iki gruptan katılımcıların olmasına dikkat ederek son halini almıştır. Hali hazırda görüşmecilerden 3 kişi freelance çalışmakta, 7 kişi ise bir ajansa bağlı olarak çalışmaktadır.

Araştırmanın evrenini bilgi çalışanları tartışması oluşturmaktadır. Peter Drucker tarafından 1959 yılında ortaya atılan bilgi çalışanları (knowledge workers) deyimi sahip oldukları uzmanlık alanında bilgiyi yorumlayan analiz eden, tasarlayan, geliştiren ya da dağıtımını sağlayan kişiler olarak özetlenebilir.(1993, s.16) Bu anlamda bilgi çalışanlarının ana kapitalleri bilgidir. Halkla ilişkilerin tarihsel geçmişinde 1900'lü yıllar başlangıç olarak kabul edilmekle birlikte, asıl forumunu 1970 sonrası iletişim araçlarındaki çeşitlenme ile bulmuştur. Halkla ilişkilerin temel misyonu organizasyon ile çevreleri arasında karşılıklı iletişimin gerçekleştirilmesi olarak kabul edilebilir. Bu anlamda halkla ilişkiler uzmanlarının ana malzemesi organizasyon ile ilgili bilginin yaratılması, toplanması ve dağıtılmasıdır.

Temsiliyet iddiası olmayan çalışmada şu anda çalıştıkları kurumların yanı sıra geçmişlerindeki deneyimleri de bireylerin bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Dolayısıyla araştırmanın konusu hali hazırda çalışan kurumlar değil, çalışanların, geçmiş, bugün ve gelecekteki çalışma deneyimleri ile ilgili algılarıdır.

Derinlemesine mülakatlar ile görüşmecilerin gündelik iş akışı üzerine odaklanılmıştır. Görüşmeler sırasında R.Sennett, Z. Bauman, A.Gorz, M. Hardt and A.Negri gibi düşünürlerce 1970 sonrası yaşanan değişimin çalışmaya etkileri üzerine söyledikleri üzerinden bir ana şablon hazırlığı yapılmış olsa da görüşmelerin kendi akışları içerisinde yeni

alanlara izin verilmiş hatta bu durum desteklenmiştir. Bu anlamda görüşme şablonunun, birinci bölümünde görüşmecinin çalışma üzerine düşünceleri alınmış ve geçmiş ve bugünkü çalışma ortamı, şirket yapısı, yaptığı iş ile ilgili algısı, bireysellik/bireysel çalışma ve ekip algısı gibi başlıklarla değerlendirilmiştir. Diğer bir başlık iş ve özel hayat arasındaki ayrımındaki değişim olarak değerlendirilmiştir. Ardından kendisinin sahip olduğunu düşündüğü “iktidar” algısı ve buna bağlı olarak Sennett’in ortaya attığı “karakter aşınması” kavramı tartışması olurken, bilgi teknolojilerindeki artış ve bunun iş yaşamına etkisi bir diğer değerlendirme konusu olmuştur.

Buradaki en önemli kolaylaştırıcı 5 yıllık halkla ilişkiler deneyimim olmuştur. Bu anlamda hem halkla ilişkiler uzmanlığım sırasında edindiğim gözlemleri meslektaşlarımla tartışma imkanı bulmuş, hem de “mesleğin içinden biri” olarak işin niteliğine ve akışına hakim olmam görüşmelerin derinleşmesine fayda sağlamıştır.

Görüşmelerde yarı-yapılandırılmış açık uçlu sorular sorulmuştur. Görüşmeler daha önceden belirlenmiş şablon akışa sahip olmakla birlikte, görüşme içerisinde kimi soruları öncelemek, daha önce açılan bir konuya tekrar dönmek gibi ve soruyu değişik bir biçimde sormak ya da sorunun tekrarlanmasını sağlamak gibi bir çok akış değişikliği yaşanmıştır. Görüşmeye başlarken görüşmenin amacı görüşmecinin niçin seçildiği açıklanmış kayıt vb gizlilik konularında görüşmeci bilgilendirilmiştir. Görüşme mekânları olarak genellikle kafe ve restoran gibi mekânlar kullanılmış, sadece bir görüşmeci ile işyerinde görüşülmüş, ancak işyeri görüşmelerinin gerek sağladığı fiziksel ortamın uygunsuzluğu gerek de çalışanın çalışma hayatına uzaktan bakmasını desteklememesi nedeniyle sağlıklı bir görüşme ortamı sağlamadığı düşünülmüştür.

Görüşmenin analizlerinde ise, görüşmecilerin ortaklaştığı konulara odaklanılmıştır. Bu anlamda “emeğin” gözünden bir fotoğraf çekilmesi amaçlanmış, bu “fotoğrafın” analizinde ise birbirine çalışmanın dönüşümü sırasında karşıt görünen eğilimlere dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmanın literatürü çerçevesinde Türkiye’de çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bu literatür içerisinde çalışmada yaşanan değişimin boyutları çeşitli açılardan değerlendirilmektedir. Örneğin, çalışmanın değişimi ile ilgili en çok öne çıkan kavram olarak “esnek çalışma” üzerine az sayıda da olsa araştırma vardır. Fakat bunların bir kısmı ağırlıklı olarak istihdam gibi makro ekonomik değişikliklere odaklanmaktadır. (Yentürk 2000, Sanalmış 2006,) Öte yandan esnek uzmanlaşma kavramını merkeze alan bir çok çalışma olmakla birlikte genellikle fason üretim ilişkileri, ev merkezli çalışanlar ile; esnek çalışma

modellerinin evden çalışma, çağrı merkezi gibi deneyimleri ele almaktadır. (Belek, 2004; Kumbetoğlu, 2000; Özdemir 2014). Bu çalışma yukarıda sayılan esnek çalışma modellerine uygun olarak çalışanlardan farklı olarak “esnekleşme uygulamalarına” tabi olan ancak standart tip sözleşme ile çalışan bir çalışan grubunu hedef almaktadır. Öte yandan “bilgi çalışanları” ve “beyaz yakalılar” üzerine yaşanan değişimin emek dünyasına dair etkilerine detaylı araştırmalar son dönemde artmıştır. (Vatansever ve Yalçın, 2015; Bora vd. 2011) Aynı zamanda esnekleşme uygulamalarının “taşeronlaştırma” gibi boyutlarına dikkat çeken çalışmalar da son dönemde yaşanan değişimi aktarmak üzere önemli datalar sunmaktadırlar. (Akdemir ve Odman, 2008)

Çalışmanın ikinci bölümünde, 1970’lerle birlikte yaşanan üretim tarzı değişikliğinin kimi etkilerine odaklanılmıştır. Yeni kapitalizmin, ayırt edici özelliği olarak bilginin metalaşması ve esnekleşme kavramları ve bunların “çalışmanın dönüşümüne” etkileri konu edinilmiştir. Bu yapısal dönüşümü tartışan literatürün yeni kapitalizmde çalışmanın dönüşümüne dair öne çıkardığı başlıklar olan; emeğin yapısındaki değişimler, yabancılaşma, bireyselleşme ve özne gibi ana konulara dair bir çerçeve çizilmiştir.

Üçüncü bölümde, derinlemesine mülakatlarda ortaklaşılan noktalar ile iş hayatındaki değişim kimi başlıklarla incelenmiştir. Hız, başarısızlık, etik, gibi değişimin temel kavramları aktörlerin gündelik iş hayatı içerisinde nasıl algıladığı savunduğu ya da reddettiği yorumlanırken, yöntemsel olarak çalışma deneyimleri üzerinden aktörlerin yaşadığı birbirine karşıt eğilimler saptanmaya çalışılmıştır.

Son bölümde ise, yapılan görüşmeler ışığında elde edilen önemli bulgular özetlenmiştir.

ÜRETİM TARZI DÖNÜŞÜMÜNÜN KİMİ ETKİLERİNE BAKIŞ

Marksist teorinin ana kavramlarından biri “üretim tarzı”dır (mode of production). Almanca “üretmenin yolu” anlamına gelen (Almanca: *Produktionsweise*) üretim tarzı; üretim ilişkileri ve üretici güçlerin belirli bir tarih formundaki özgül bir bileşimi olarak tanımlanır. 1970’lerden bugüne üretim tarzında yaşanan dönüşümü anlayabilmek için öncelikli olarak üretici güçlerin değişimini değerlendirmemiz gerekmektedir. Üretici güçler; emek (human labor) ve üretim sürecine dahil olan tüm emek dışı inputlar olarak özetlenebilir. Bunlar kullanılan teknoloji, hammadde vb üretim sürecine dahil olan tüm girdilerdir.

Endüstriyel dönemin zemini üretici güçlerin yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişim ile çarpıcı bir biçimde gelişmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Buhar motorunun icadı ile üretim seri ve kütleli halde yapılabilir hale gelmiştir. Üretim mekanları, fabrikalardır. Emek, erkek işçilerin kol gücüne dayalıdır. Bu üretimi mekansal bir alana hapseden katı bir üretim tarzı, ve hiyerarşik bir yönetim modeli demektir. Tıpkı buhar motorunun icadı ile üretim tarzının değişmesi gibi 1950’lerden başlayarak bilgisayar teknolojilerinde başlayan değişim ile üretmenin yolu bir kere daha değişmiştir. Üretici güçler içerisinde; sadece üretim sürecine dahil olan “teknoloji” değişmemiş, bu durum tıpkı 1700’lerin başında olduğu gibi “emeğin” yapısındaki değişimlerin önemli etmenlerinden biri olmuştur.

Bu bölümde bahsedilen üretim tarzı dönüşümünün çalışmaya etkisi Z.Bauman, A.Gorz, M.Castells, R.Sennett gibi düşünürlerce öne çıkartılan çeşitli kavramlarla tartışılması amaçlanmaktadır.

2.1 Yeni Kapitalizmin İki Göstergesi: Bilginin Metalaşması ve Esnekleşme

1970’lerden itibaren kapitalizmin bir bütün olarak önemli bir yapısal dönüşüm geçirdiği bugün genel kabul gören bir yaklaşım halindedir. Bu dönüşümü anlamlandırmaya çalışan ciddi bir entellüktüel hareketlilik sözkonusudur. Bu dönüşümün bir kopuş mu yoksa kapitalizmin niteliğinde bir değişime mi işaret ettiği uluslararası literatürün ana tartışma başlıklarından biridir. Bu tartışma içerisinde çeşitli noktalara vurgular yapmakla birlikte, içinde bulunduğumuz toplum için bir çok isimlendirme yapılmaktadır. İlker Belek, bu isimleri

ve düşünürleri şöyle sıralar: Bilgi Ekonomisi (Machlup), Teknokratik Çağ (Brzezinski), Hizmet Sınıfı Toplumu (Dahrendorf), Post-endüstriyel Donem (Bell), Bilgi Toplumu (Masuda, Giddens), Ucuncu Dalga Toplumu (Toffler), Post-modern Donem (Lyotard, Habermas) Disorganize Kapitalizm (Lash, Urry), İkinci Endüstriyel Donem (Piorre, Sabel). (1997, sf.172)

Bu tanımlardan örgütsüz kapitalizm terimi, John Urry, Scott Lash ve Clause Offe tarafından ileri kapitalizmin ekonomisi, devleti ve sivil toplumunda ve sosyo ekonomik gruplarda gözlenen parçalanmayı ifade etmek üzere kullanılır. (Marshall, 1999, s.564) Lash ve Urry'e göre örgütlü kapitalizm; ekonomik girişimlerin ulus devlet çerçevesinde yoğunlaşması, merkezileşmesi ve düzenlenmesi; Fordist ve Taylorist çizgilerde kitlesel üretim, korporatist bir sanayi ilişkileri örüntüsü, insanların ve üretimin sanayi kentlerinde coğrafi ve mekânsal yoğunlaşması ve kültürel modernizm ile ifade edilir. (Kumar,1999, s.65) Oysa örgütsüz kapitalizm; emeğin uluslararası bölümlenmesindeki artış, kapitalizmin dünya ölçeğinde girilmedik yer bırakmaması, küçük kentlerde ve kırdaki endüstrinin ve hizmet sektörünün gerilemesi, finans sektörünün hizmetten ayrı bir yapı olarak ortaya çıkması, iletişim kanalı olarak komputereleşmesine işaret eder. (Belek, 1997, s.172) Ben, tez içerisinde yeni kapitalizm kavramsallaştırmasını kullanıyor olacağım.

Yaşanan dönüşümü anlamlandırmak üzere bir çok düşünür "bilgi" ve "bilgi"nin yapısındaki değişime dikkat çekmiştir. Örneğin en ünlü isimleri Daniel Bell ve Alvin Toffler olan birkaç sosyolog 1960'lı yıllarda ve 1970'li yılların başında günümüz toplumu için sanayi sonrası toplum kuramını öne sürmüşlerdir. Bu kurama göre gelecekteki toplumun en önemli görünümü-değerin kaynağı-büyüme kaynağı olarak "kurumsal bilgi" öne çıkmaktadır. (Belek, 1997, s.174) Bell, bu durumu "nasıl sanayi toplumu mal üretimine dayanan bir toplum idiyse, sanayi sonrası toplum da enformasyon toplumdur" diye açıklarken, 3 sanayi devrimine; bilginin mikro-elektronik ve bilgisayarların dünyasına 1970 sonrasında ama asıl formunu 1980 sonrası bulmuş, altın çağını 1990'larda yaşamış bir döneme işaret eder. (akt. Şimşek, 2005, s.22)

1950'lerden itibaren bilgisayar teknolojilerinin gelişimi ile "bilgi"nin üretim ve dağıtım hızındaki değişim muazzamdır. 1954 yılında 5 MB veriyi taşımak için buzdolobu boyutunda bir sürücü gerekiyordu, bugün 16 GB veriyi her birimiz USB'lerimizde taşıyabiliyoruz. Tezin yazıldığı dönemde internete saniyede yüklenen veri ise ortalama 339 Gigabit (Gbps)'idi.

Bilginin değişimdeki rolünde Castells, (2005, s.63) Fordist modelin Taylorist modele dönüşümüne bakıldığında “başta gelen yapısal değişim metaların üretimi ve tüketimi arasındaki iletişim sistemiyle, yani fabrika ve piyasa arasındaki enformasyon akışı ile ilgilidir” diye açıklar. Dolayısıyla bilginin kullanımının tek yönlüden çift yönlüye geçmesi de bu üretim tarzı değişiminde etkili olmuştur. Bilginin sadece yayılma hızı ve biçimleri değişmemiş, aynı zamanda bilgi üretilebilir değiştirilebilir ve “satılabilir” bir ürün olarak ortaya çıkmış ve yaşanan değişimde merkezi bir rol üstlenmiştir. Öyle ki, bilgi üretimi ve dağıtımını kendi başına ekonomide önemli bir yer işgal eder. Günümüzde “bilgi’ye yönelik hizmetlerin” ekonomilerin başat sektörlerden biri olduğu genel kabul gören bir yaklaşımdır.

Bauman (2011, s.30) endüstriyel dönemin ortaya çıkışına dair (ağır modernite olarak adlandırır) Karl Polanyi den aktararak şöyle açıklar: “Karl Polanyi’nin içgörüsünü güncelleyerek öne sürdüğü gibi, yeni sanayi düzeninin ortaya çıkmasını sağlayan “büyük dönüşüm”ün başlangıç noktası, emekçilerin kendi geçim tarzından koparılmalardı. Bu çok önemli olay daha kapsamlı bir kopuşun parçasıydı: Üretim ve mübadele daha genel aslında her şeyi kuşatan bir hayat tarzı olarak görölmekten çıktı ve böylece toprak ve paranın yanı sıra emeğin sadece bir meta olduğu düşünölebildi ve ona bu şekilde davranıldı”. (Bauman, 2011, s.30) Bauman’a göre bu emeğin aklın hizmetine verilmesi sürecidir. Ona göre, “Emeğin servetin kaynağı olduğu bir kez keşfedildiğinde, bu kaynağı daha önce asla görölmemiş derecede verimli biçimde elde etmek, süzmek ve sömürmek artık aklın görevidi” (Bauman, 2011, s.30) Bugün içinde bulunduğumuz “bilgi” toplumunu belirleyen bu temel özellik ise “bilginin metalaşma süreci”dir. Bugün bilgi, toprak, para ve emeğin yanında “zenginliğin” kaynağı halindedir.

Bilginin metalaşması, bilginin sadece bir ekonomik unsur haline gelmesi değildir. Tartışılması gereken toplumsal etkiler, bu tezin kapsamında ise “çalışmaya” etkileridir. Bu süreci “Ne ders olsa veririz” kitabında Vatansever – Yalçın Polanyi’nin “hayali meta” kavramı üzerinden aktarmıştır. “Polanyi’nin “hayali meta” kavramı, bir piyasa değeri olmaksızın ya da kâr amacıyla ve rekabet baskısı altında üretilmemiş olan, yani kapitalist ekonomi içerisinde ister istemez bir fiyatı olan, ama onun dışında kapitalist meta tanımına uymayan üretim faktörlerini ifade eder. Polanyi’ye göre, insan (emek), toprak (doğa) ve para, hayali metaldır. Bu hayali metaların bir yanılla kâr prensibinin dışında kalmaları ve yalnızca piyasa değeri olan “kapitalist metalar” gibi muamele görmemeleri, sermaye birikiminin sağlanması ve tabii en başta hayatın kendisinin yeniden üretilebilmesi için gereklidir.” (2015, s.40) Bilginin metalaşması, onun artık piyasa koşullarına tabi olması ve yeniden üretiminin

piyasa koşullarına bağlanması anlamına gelmektedir. “Kapitalist rasyonalitenin çerçevesinden de çıkmak gerekirse (ki gerekir), bilgi yalnızca sermaye/üretim aracı olma işlevinin de ötesinde, insanın evrenle ilişkisinin bir türevi olarak, yaşanan dünyanın da kendini yeniden üretme mekanizmasının temelindedir. Dolayısıyla bugün bilginin metalaşması, onun kolektif olarak üretilen ve “amacı kendinde” bir içkin değer olarak görülmekten çıkıp, rekabet ve kâr mekanizmaları içerisinde üretilen, piyasaya sunulan ve tüketilen, araçsal değere sahip bir “şey” hâline gelmesi anlamını taşır.” (Gezici – Vatansever, 2015, s.42)

2.2 Esnekleşme Uygulamalarının Etkileri

İçinde yaşadığımız dönemin ayırt edici yönlerinden bir tanesi bilginin metalaşması ise bir diğeri de esnekleşmedir. Esnekleşmenin, sadece esnek çalışma ile tarif edilmesi kısıtlı bir adlandırma olacaktır. Bu anlamda çalışmanın mekandan ve zamandan bağımsızlaşması ile ilgili tüm etkinlikler esnekleşmenin içinde sayılmalı, ancak üretici güçler ve üretim ilişkilerine etkileri derinleştirilmelidir.

Esnek çalışma uygulamaları, esnekliğin bir bütün yeni ekonomik sistemin yapısal bir özelliği haline gelmesinin bir sonucu. Esnekleşmenin tanımını Aytaç ve İlhan (2008, s.108) adaptasyon yeteneği olarak belirtir. Esneklik yeni ekonominin yapısal özelliğidir ve hem çalışanlar hem de şirketler esnek olmalıdır. “Yeni kapitalizmin tanımlayıcı özelliği olan esneklik iş ve çalışma yaşamının üretimin sürekli değişen koşulları ve gereksinimleri doğrultusunda örgütlenmişliğini imler. Bu örgütlenme biçimi; firmaların/bireylerin varlığını koruyup sürdürebilmelerini “değişken piyasa koşullarına” adaptasyon yeteneklerine bağlar. Ek olarak İlker Belek, (1999, s.25) çalışma konusunda esnekliğin temel olarak iç (internal) ve dış (external) esneklik olmak üzere ikiye ayrıldığını belirtmektedir. . Bunlardan ilki işletme içinde emek gücünün ve teknolojinin esnek hale getirilmesi, diğeri de işletmelerin diğer işletmelerle kurduğu ilişkilidir. Birinci tip ilişkilere çalışma zamanlarının -esnek çalışma saatleri ve üretim araçlarının esnekleşmesi (-örneğin blackberylerin varlığı); ikinci tür ilişkilere ise taşeron ilişkileri örnek gösterilebilir. Bu anlamda yalnızca tele-çalışma, evden çalışma ya

da kısa dönemli çalışmalar esnek çalışma değildir.² Esneklik genel olarak tüm piyasa aktörlerinde (emek unsuru olarak insandan da beklenen) bir “yetenek” haline gelmiştir.

R. Sennett'e (2001, s.34) göre “Esnekleşme günün mottosu”dur. Esnekleşme ekonominin yapısal bir özelliği olarak sadece şirketlerin ve insanların çalışma biçimlerini fiziksel olarak değiştirmemektedir. Aynı zamanda “söylem” düzeyinde vardır. Örneğin iş yaşamında (ve detaylı inceleme ile birlikte genel olarak “hayatta”) başarılı olmak için “kişisel ve şirketlerin organizasyon yapısında esnekleşmenin önemli olduğu” günümüzde bir çok insan kaynakları uzmanı tarafından ifade edilmektedir. ³Öyle ki Google'a “esnek olmak önemlidir” kelimesi yazdığınızda Sayfa 2 / 1.480.000 sonucunu almaktadır. İlk sayfada yer alan 9 haberden 3 si iş hayatında esnekliğin öneminden, 4ü zihinsel olarak esnek olabilmenin öneminden bahsetmektedir. Yine Google aramasına “iş hayatında esnek olmak önemlidir” yazdığınızda Yaklaşık 338.000 sonuç alınmaktadır.

Esnekleşme ile ilgili çok önemli eleştiriler vardır. Örneğin A. Gorz, D.Meda ve R. Sennett gibi esnekleşmenin çalışmanın toplumsal etkisi konusunda benzer fikirlere sahiptirler. Esneklik ile birlikte çalışmanın anlamı ve işlevleri bütünüyle değişmektedir. Gorz bu durumu şöyle özetler: (2001, s.83) “esnek emek dünyasında çalışmanın “toplumsal bağ”; “toplumsal uzlaşma”, “bütünleşme”, “toplumsallaşma”, “bireysel kimlik” ve “anlam” kaynağı olarak yeri doldurulamaz, vazgeçilemez işlevlerinden hiçbirini yerine getirememektedir. Dönem, saat ve ücretleri değişken, geçici, esnek, kesintili hale gelen çalışma artık bir kolektifle bütünleşemiyor, günlük, haftalık, yıllık zamanı ve yaşamın dönemini yapılaştırmayı sürdürüyor, herkesin yaşam projesini üzerine inşaa ettiği kaide olmaktan çıkıyor.

Burada çalışma hayatımızı üzerine inşaa ettiğimiz bir kaide olmalı mıdır sorusu akla gelirken, Domineque Meda'nın (2004) çalışma fikrine tutunmayı eleştirdiğini ve “çalışma kavramına” objektif ve derin bir tartışma açılmasını önerdiğini hatırlatabiliriz.

² Burada çalışmanın “zamanının ve mekanının” sabitten esneğe geçişinin ilk örneğinin sadece 43 yıl gibi çok kısa süre önce 1969 yılında Almanya uygulandığını ve bugün “esnek çalışma” Avrupa ekonomisinin %25'ini oluşturduğunu hatırlatabiliriz. Avrupa Yaşama ve Çalışma Koşullarını İyileştirme Vakfı'na göre “esneklik” ekonominin “yapısal” bir özelliği haline gelmiş durumda.

Öte yandan Harvey'de (1993, ss. 83, 84) esnekliğin, sınıf ilişkileri, sömürü, kriz oluşumu, ve var olmanın toplumsal koşulları üzerinde değişimci bir etkiye sahip olduğunu belirtiyor. Harvey'e göre otomasyon, bilgisayarlaşma ve üretim sistemleri ve işgücü piyasalarına daha fazla esneklik getiren yenilikler, işçinin daha fazla beceriksizleştirilmesi ve disipline edilmesi için sermayenin elinde işlevsel bir kozdur. Öte yandan hem Sennett hem Gorz işçinin beceriksizleştirilmesine başka bir yorum getirir ve multitasking özelliklere sahip, daha hızlı öğrenen yeni beceriler kazanma konusunda yetenekli işçilere ihtiyaç olduğunu belirtir. Ancak bu yeni beceriler sermayenin büyümesi için gerekli beceriler olmalıdır. Gorz, bu durumu "cyborg"a dönüşüm olarak adlandırır. (2007, s.36)

"İnsanın insana özgü kapasiteleri, makinenin cansız zihniyle birlikte aynı sisteme dahil edilmektedir. İnsan cyborga dönüşüyor, varlık olarak öznelliğine kadar tüm bütünlüğüyle üretim aracı haline geliyor, yani aynı anda hem sermaye, hem mal, hem emek halini alıyor. Üstelik para sermayenin değer kazanmasına dayanan sistemde, insanın kapasiteleri kullanılmadığı ölçüde reddediliyor, dışlanıyor ve var olmayan bir şey muamelesi görüyor. En değerli sermaye insan yalnızca sermaye gibi kullanılabilirse değerli addediliyor."

Esneklik uygulamaları ile ilgili en önemli eleştirilerden bir tanesi de Sennett'in Karakter Aşınması (2001) olarak formüle ettiği durumdur. Sennett, bunu; uzun vadeli bir işte çalışan Enrico ile esnek ve daha geliri (ama riskli bir ortamda) çalışan oğlu Rico'nun hikâyesinde anlatır. Sennett'e göre, "yeni kapitalizmin zaman boyutu, insanın karakteri ile bu karakterin süregiden bir anlatıya dönüşmesini engelleyen çılgın zaman deneyimi arasında bir çatışma yarattı". (2001, s.32) Bu anlamda "belirsizlik güçlü kapitalizmin işleyişine sinmiştir. İstikrarsızlık normal bir durumdur" ve "Rico hem başarılı hem de kafası karışık bir adamdır, çünkü ona başarıyı getiren esnek davranışlar, kendi karakterini kolayca onarılamaz bir biçimde zayıflatmaktadır" (Sennett, 2001, 30)

Yeni kapitalizmin esneklik üzerinden ürettiği istihdam ilişkilerinde özellikle belirli bir işverenin olmaması, ya da gözükmemesi, işin yaşam boyu algılanmaması, belirsizlik ve istikrarsızlığı daha doğrusu "risk" algısını yükseltmektedir. İstikrarsızlık, çalışanlar için hissedilen yüksek güvencesizliğin yanı sıra endişenin de kaynağıdır. Geleceğe dönük bir kaygı olan endişe, genellikle sürekli risk ortamında hissedilir. Yine geçmiş deneyimlerin bugüne kılavuzluk edemediği durumlara yoğunlaşır. İş endişesi (apprehension) kişinin

özsaygısını azaltmakta, aileler bölünmekte, cemaat yapıları parçalanmakta, işyerlerinin kimyası değişmektedir. (Sennett, 2001, ss.101,102)

Bu anlamda yeni kapitalizmde çalışmanın dönüşümünü anlamak üzere iki kilit kavram bilginin metalaşması ve esnekleşmedir. Bu iki kilit kavramın emeğin niteliği ve yapısı üzerinden önemli değişiklikler yarattığı görünmektedir.

2.3 Emeğin Niteliğindeki Değişimler: Proletarya ve Prekarya

Günümüzde sadece çalışmanın biçimi değişmemiştir. Emeğin niteliği de değişmiştir. Sanayi toplumundaki emeğin niteliği erkek ve tarım/fabrika işçiliği ile anlatırken bugün emek heterojenleşmiş, kadınlara ve etnik gruplara açılmış, fabrika işçiliğinden hizmet sektörünün çeşitli mekanlarına dağılmıştır. Robin Murray “sanayi devriminin ilk iki yüzyılı boyunca istihdamın odağı çiftliklerden fabrikalara kaymıştır. Şimdi bir kere daha kayıyor, büro ve atölyelere” diyerek bu değişimi çarpıcı bir biçimde ifade etmektedir. (aktaran; Şimşek, 2005, s.23)

Günümüz ekonomisinde esnek teknoloji esnek uzmanlaşmayı doğurur. Üretim müşteriler hesaba katılarak yapılır, özgül isteklere ve sürekli akış halindeki ihtiyaçlara uyumlandırılır. Bu anlamda post fordist dönemde esnek uzmanlaşma, hem makinelerin hem de işçilerin vasıflı ve esnek olmasını gerektirir. (Şimşek, 2005, s.23) Bu durumun sonucu olarak; “vasıflı, erkek, kol emeğine dayalı işçi sınıfının oranında düşüş: emek piyasasına kadınların katılımında artış (feminisation), kol emeği ile birlikte/yerine zihin emeğinin kullanımı, hizmet sektörü çalışanları ve beyaz yakalılar sınıfında ters orantılı bir yükseliş olmaktadır.

Bahsedilen endüstri toplumun fabrika ile temsil edilen çalışma alanının; artık hizmet sektörünün çalışma alanlarına; bürolara, AVM'lere, evlere dönüşmesidir. Bilgi toplumunun ana sektörü hizmet sektörüdür. MÜSİAD Hizmet Sektörü Raporu'na göre (2009) Türkiye'nin her 100 birimlik gelirin 70 birimi hizmet sektöründen oluşmaktadır. Hizmet sektörünün

önemli bir katma değeri de istihdam alanındadır. 2009 yılında istihdam edilen 19-21 milyon insanın 10-11,5 milyonu hizmet sektöründe çalıştırılmaktadır.

Bu anlamda işçi sınıfı ile aynı üretim rolüne sahip olan beyaz yakalıların sayısında son 40 yılda geçmiş ile karşılaştırılmayacak kadar niceliksel bir artış yaşanmıştır. Beyaz yakalıların sayısındaki artış yeni kapitalizmin göstergelerinden biridir. Dünya Bankası Baş Ekonomisti J. Stiglitz “Doksanların Yükselişi adlı kitabında” 90’lı yıllarda yaşanan dönüşümü şöyle tanımlıyor. “Dünya iki yüzyıl önce yaşadığı Endüstri Devrimi’yle ekonominin temellerini tarımdan sanayiye kaydırmişti. Yeni Ekonomi de aynı derecede önemli bir değişim ortaya koymaktaydı; mal üretiminden bilgi üretimine geçiş... 90’ların ortalarına doğru, imalatın toplam üretim içerisindeki payı %14’e gerilemişti; toplam işgücündeki payı ise daha düşüktü” (2004, s.3)

Tanıl Bora “Boşuna mı okuduk” derleme kitabında (2011) günümüz beyaz yakalıların durumunun bir resmini çeker. Bora’ya göre esnek istihdam, kalıcı işçileri neredeyse istisnaileştirmektedir. Stoksuz (anında, just-in-time) üretim yapısına tekabül eden bir just-in-time istihdam stratejisi hegamonikleşme eğilimindedir. Bu kısa süreli ve geçici istihdamın giderek yaygınlaşması, işyeri ile bağlantılı olmama, (örneğin işyerine resim asamama), geçicilik ve kendini özdeşleştirmekten kaçınmanın bir yaşam duygusu haline gelmesidir. (Bora, 2011, s.24) Beyaz yakalılar açısından, yükselen yeni işgücü profili: “Her yerinden bükülebilecek kadar esnek, kendi kendini sömürecek kadar performans delisi... Her an işe koşulabilir, her an erişilebilir” birisidir. (Bora, 2011, s.21) Burada Gramsci’nin, (1971) Americanism ve Fordism adlı eserinde “üretimin yeni mantığının yalnızca üretimi değil aynı zamanda “birey”i de planladığını” öne sürdüğünü hatırlatarak yeni kapitalizmin ihtiyaç duyduğu yeni tip “çalışan” ile yeni tip “birey” arasında ilişkinin akılda tutulması gerektiği belirtilebilir.

Beyaz yakalıların bahsini derinleştirmek üzere, 90’lı yıllarda beyaz yakalıların yükselişini resmeden Rıfat Bali’ye bakabiliriz: Caddelerde şık poşetlerle dolaşan modern ve zengin yeni beyaz yakalılar. Rıfat Bali, bunu bir balon olarak nitelendirir, bu balon hem Türkiye hem dünya için çabuk sönmüştür ancak Tanıl Bora’nın da belirttiği gibi zenginliğe ulaşan beyaz yakalı bir imge olarak hala beyaz yakalıları etkilemektedir. (2002, s.35)

Tanıl Bora (2011, s.45) bu beyaz yakalılar üzerindeki demoklesin kılıcı gibi dolaşan işsizliği işaret eder. “İçinde bulunduğumuz dönemi ayırt eden dramatik bir fark, kapitalizmin giderek kitlesel işsizliği yapısallaştıran bir rotada ilerlemesidir. Tekrarlarsak: otomasyonunun ve bilgisayarlaşmanın olağanüstü hızlı gelişmesi ve karlılığı belirleyen temel etken olması, üretimdeki emek gücü payının istikrarlı bir biçimde düşmesini beraberinde getiriyor. Bu seyrin kapitalizmi kendi içinde rahatsız edebilecek sonucu, ucuzlayan ve bollaşan üretimi satın alacak gelire sahip nüfusun da daralması olabilir. Ne var ki hali hazırda global kapitalizm, dar bir tüketici nüfusuyla kendini döndürmeye ayarlı. Yedek emek gücü ordusunu hep yedekte bekletebilecek bir yapı bu.” Bora, zamanımızın proletaryasının, prekarya olduğunu belirtir. “Güvencesiz, keyfi şartlarda çalıştırılan, kronik geçici işlere mahkum, bir işe sahip olmakla işsizlik (veya işsizlik tehdidi) arasındaki müphem alanda bulunanlar.” Bu kitle artık balon şeklinde biçimlenen eski kapitalizmin tersine kum saati şeklinde örgütlenen toplumun sadece aşağı kısmında bulunanlar da değildir, elinde büyük markaların poşetleriyle dolaşan kimi zaman “altın yakalılılar” olarak da adlandırılan grup da dahildir.

Son olarak, esnekleşmenin yeni kapitalizmin yapısal bir özelliği olduğunu ve sadece emeğin yapısını değil, sermayenin de biçimini değiştirdiğini hatırlatmak gerekmektedir. Bauman, (2011, s. 38) “ağır modernite” dönemini emek ve sermaye arasındaki bağımlılıkların karşılıklı oluşuyla güçlendirilen bir nişanlılık dönemi olarak adlandırmaktadır. “İşçiler kendi geçimlerini sağlamak için işe alınmaya bağımlıydılar; sermaye de kendini yeniden üretmek ve büyümek için onları işe almaya bağımlıydı. Buluşmalarının sabit bir adresi vardı: ikisinden biri bir başka yere kolayca taşınmazdı. Muazzam fabrika duvarları iki tarafı da ortak bir hapisaneye kapattı. Sermaye ve emek, denilebilir ki, zenginlikte ve yoksullukta, sağlıkta ve hastalıkta ölüm onları ayırana dek birleştirildiler”. Ayrılmaları için ise ölüme değil, teknolojinin gelişimi ile çalışmanın mekan ve zamandan bağımsızlaşması gerekmiş gibi görünmektedir. Bauman’a göre bu sürecin sonunda “ağır makineler ve fabrika personelinin oluşturduğu safrayı atan sermaye, yanına bir evrak dosyası, dizüstü bilgisayar ve cep telefonundan ibaret bir el çantasından daha fazlası olmadan hafif biçimde seyahat etmektedir. Bu yeni havai nitelik, angaje olmayı hem gereksiz hem de aptalca bir durum haline getirir; bağlanma başlarsa, hareketi duraksatacak ve böylece rekabet üzerinde bir kısıtlama haline gelecek ve üretkenliği artırma şanslarını sınırlayacaktır” Sennett’de bu durumu Bennet Harrison dan aktararak “sermayenin sabırsızlığı” olarak adlandırmaktadır. (2010, s.43)

Bu anlamda yeni kapitalizmde üretici güçler; teknoloji ve hammadde boyutu ile değişmemiş, emeğin yapısı da değişmiştir. Endüstriyel kapitalizmin proletaryası, “prekarya”⁴ haline gelmiş, ağırlıklı erkek kol gücü ile çalışan fabrikalar yerini, kadın ve erkeklerin birlikte çalıştığı, “kafa gücüne” ihtiyaç duyan bürolara bırakmıştır.

2.4 Emeğin Değişimi: Gayri maddi emek, duygulanımsal emek

Yeni kapitalizmde emeğin aldığı yeni biçimler ile ilgili bir tartışma da , “gayri maddi emek⁵- duygulanımsal emek” kavramı ve ona bağlı olarak “ölçümlenebilirlik” sorundur.

Aras Özgün Birikim Dergisi'nin 120. sayısında yer alan “Kılıksız Emek, Yağsız Sermaye” başlıklı yazısında Marksist ekonomi-politiğin belkemiğini “emek kuramı”nın oluşturduğunu belirterek bu kuramın, Marks'ın üretken ve üretken olmayan emek arasında yaptığı ayrımıyla şekillene geldiğini ve üretken olmayan emeğin ayrımının sermayeye eklenişinde olduğunu belirtir. Bu anlamda Özgün'ün belirttiği gibi Marks açısından siyasi mücadelenin eksenini “üretken emek” süreçlerinin için de kurulduğu üretim ilişkilerini dönüştürmek formüle edilmekte, “politik mücadelenin yolu fabrikadan geçmekte”, toplumsal dönüşümün adresi fabrika olmaktadır.” Ancak günümüz kapitalizmi “üretken olmayan” olarak tanımlanan emek süreçlerini doğrudan ve gayet etkin bir şekilde bu yeni üretim biçimlerine eklemiyor ve Marks'ın söz konusu ayrımını anlamsız kılıyor. Bu anlamda yeni kapitalizmde emek süreçleri hem kafa ve kol ayrımını hem de üretken emek, üretken olmayan emek ayrımının silikleşmeye başladığı söylenilebilir.

Yeni emek biçimlerinde en dikkat çekici iki unsur, maddi olmayan emek (immaterial) ve bazı düşünürlerce onun bir alt kategorisi olarak görülen duygulanımsal (affectual labour) emektir. Maddi olmayan emek ile ilgili olarak Hardt and Negri İmporatorluk adlı kitaplarında (2008, sf.44) hizmet sektörünü temel alarak şöyle yazar: “Enformasyon ekonomisinin zirvesindeki hizmet sektörünün itici gücü olan maddi-olmayan emeği üçe ayırabiliriz. Birincisi, enformatikleşmiş ve bizatihi üretim sürecini dönüştürecek bir şekilde iletişim teknolojilerini bünyesine katmış bir endüstriyel üretimle ilgilidir. İmalat bir hizmet sayılır; dayanıklı malların üretimindeki maddi emek, maddi olmayan emekle karışır ve maddi-olmayan emek halini almaya başlar. İkincisi, bir yanda yaratıcı ve zeka ürünü manipülasyon

⁴ Prekarya ve bilgi işçisi kavramlarına, emek kuramından bir eleştiri için bkz G. Yücesan-Özdemir, 2014 s.52-60)

⁵ Maddi olmayan emek kavramı, Birikim yayınlarında gayri maddi emek olarak kullanılmıştır.

ve öte yanda rutin simge manipülasyona ayrılmış analitik ve simgesel işlerdeki maddi - olmayan emektir. Son olarak, maddi- olmayan emeğin üçüncü türü duygulanımın üretimi ve manipülasyonu ile ilgilidir; (aktüel ya da virtüel) insani ilişki gerektirir, yani bedensel emek tarzıdır. Küresel ekonominin postmodernleşmesinde başı çeken bu üç tür emektir” Hizmet sektörünün önemli bir bileşeni olan halkla ilişkiler uzmanlarını üçüncü tür emek üreticileri olarak görebiliriz.

Özgün, “gayri-maddi üretim sürecinde söz konusu olan “ortaya çıkan, elle tutulur” bir üründen ziyade aslen günlük hayattaki ilişkilerin bir parçası gibi düşünülen fikir, imge, bilgi, iletişim ve işbirlikleri olduğunu belirtir. Gayri-maddi emek, işte bu yeni tip ürünlerin üretilmesi sürecinde rol alan emeğin kavramsallaştırılmasıdır.” (Özgün, 1999) Ayşe Akalın da Lazzarato'nun maddi olmayan emek ile ilgili yorumlarını aktarır. “Bu kavram ile Lazzarato'nun dikkat çektiği nokta, her türlü toplumsal ilişkinin ve iletişimin (ki bunlar da elle tutulamayan, tam olarak asla yakalanamayan durumlardır) artık kapitalist üretim sürecinin bir parçası haline gelmiş olması. Bugüne kadar anladığımız anlamda maddi üretim, hayatın idame ettirilebilmesi için gerekli araçların (araba, televizyon, giyecek, yiyecek vs.) üretildiği bir süreçtir. Ancak özellikle 1970'lerden itibaren bilgi ve bilişim sektörlerinin yükselişi, üretimi fabrikaların dışına taşır. Bunun yanı sıra hizmet sektörü de gene aynı dönemde kapitalist üretimin önemli bir ayağı olarak belirir. Bu iki ana gelişmenin sonucu olarak, daha önce “iş” olarak adlandırmadığımız pek çok durum, kapitalist mübadelenin bir parçası haline gelir. Üretim, geleneksel manadaki somut, sayılabilir, ölçülebilir ürünler yerine hizmet, bilgi ve iletişim gibi ölçülemez şeylerin ortaya çıkarılması sürecine dönüşür. Fabrikalar ortadan kalkmasa da üretimin salt fabrikaların içinde yapılma zorunluluğu ortadan kalkar. “Eski” fabrikada teknoloji, insan ve sosyal ilişkileri içiçe geçmiş mekanik bir bütün olarak işler. Yeni fabrikanın ise dışarıdaki toplum ile olan ilişkileri daha organikleşmiştir.” (Akalın, 2007)

Maddi olmayan emek ile ilgili olarak belirli sektörlerin koşullarının gerektirdiği özel bir emek cinsi olmadığını, tersine günümüz toplumlarında her tür üretim biçimine sirayet ettiğini belirten Özgün, (1999) gayri-maddi emeğin kapitalizmin dönüşümünde aldığı merkezi rolü ise şöyle aktarır. “Deleuze kapitalizmin (“Denetim Toplumlara” ismini koyduğu) bu yeni biçiminde artık basitçe kullanıma hazır, bitmiş ürünler değil, bileşik hizmetler, yaşam biçimleri, markalar, imajlar, “olay”lar ve “deneyim”ler satmaya yöneldiğini anlatıyor bize. Öte yandan üretime koştuğu şey ise basitçe “işgücü” değil artık, “toplumsal faaliyetler”. Deleuze (aktaran, Özgün, 1999) günümüz kapitalizminin hegemonik şeklinde üretimin artık fabrikaların içinde olup bitmediğini, fakat gündelik hayatın geneline yayılıp onu kuşatarak,

toplumsal ilişkilerin içine sızıp bu ilişkileri örgütleyerek yürütüldüğüne işaret ediyor ve kapitalizmin toplumsal ilişkileri bu şekilde örgütleyerek ve düzenleyerek, maddi üretimden ziyade yeni emek ve değer biçimleri üretmeye yöneldiğini söylüyor. (Özgün, 1999) “Böylece bir yandan şimdiye değin "yeniden üretim"in alanında değerlendirilen faaliyetler ve toplumsal ilişkiler en temel "üretici güç"ler olarak (üretken/üretken olmayan ayrımını anlamsız kılacak şekilde) yeniden kurgulanırken, diğer yandan da şimdiye değin "ekonomik değer" atfedilmeyen, olsa olsa kültürel üretim alanının marjinal nosyonları olarak kabul edilen "sinerji", "gösterge değeri", "marka değeri" gibi kavramlar post-Fordist kapitalizmin egemen ekonomik değer biçimleri haline geliyor.” (Özgün, 1999)

Gayri maddi emek ile ilgili düşünürlerin belirttiği iki noktanın altını çizmek gerekmektedir. Birincisi “gayri-maddi” emekten kasıt emeğin ele avuca sığmayan, ölçümlenemeyen yapısının olması –Marks’ın üretken olmayan emek kavramına ithafen-değildir. Öncelikle emek hala bedenseldir, yani beden işlevleri kullanılarak yapılır. Farklı olan bedenin kullanılması ile ortaya çıkan ürünlerin ilişkisel olmasıdır. Bu anlamda halkla ilişkiler bunun en somut örneklerinden biridir. Öte yandan bu tarz emeğin aynı zamanda hem özel hayat – iş hayatı ayrımını silikleştirdiği ve topyekün bir biçimde bireyin Gorz’un deyişi ile “hem sermaye, hem emek” haline gelişinde belirleyici rol oynadığını söyleyebiliriz.

Ayşe Akalın (2007) Birikim Dergisi’nin 217. sayısında duygu ve duygulanım arasındaki farkın duygulanımın beden ile ilişkilendirilmesinde olduğunu belirtir. Duygulanım durumları ile bedenler arasındaki ilişkiselliği kuran yoğunluklardır. Duygu ise, ilişkisel bir yoğunluğun bir kısmının yakalanıp, bir biçime ve anlama sokulup, böylece şekillendirilmesi olarak da tanımlanabilir. Hardt ve Negri, Deleuze’den ödünç aldıkları duygulanımı, emeğin bu yeni kavramsallaştırmasının içine yerleştirerek, maddi olmayan emeğin eksenini daha da genişletirler. Akalın’a göre artık duygusal emek kavramsallaştırmasında olduğu gibi emekçinin bir maske olarak duygularını işlerinde takması sonra da dönebileceği bir özbenliğinin olması mümkün değildir. Akalın’ın Marks’ın “gerçek içerilme” kavramına atıfta bulunarak emeğin kolonileştirilmesinin beden üzerinden daha karmaşık ve okunaksız bir biçimde gerçekleştirildiğini belirtir. Akalın’a (2007) göre “*duygulanımsal* emekten bahsettiğimizde, duygusal emekte olandan çok daha karmaşık bir kolonileştirmeye atıf yapıyoruz. Sermayenin yalnız varolan bedenlerin bir kısmını belirli dönemler boyunca ödünç almasından çok daha öte, sermayenin yeni bedensel maddeleştirme biçimlerine girişmesidir burada sözkonusu olan.”

Halkla ilişkiler sektöründe kullanılan emek biçimleri, hem gayri maddi emek hem de duygulanımsal emek bağlamında tez içerisinde sorgulanan başlıklardan biridir.

Ölçümlenebilirlik konusuna geçmeden önce Hardt and Negri'nin (2008, s.104) maddi olmayan emeğin dolaysız bir biçimde toplumsal etkileşim ve ortak faaliyet gerektirdiğini, başka bir deyişle maddi-olmayan emeğin ortak oluşu daha önceki emek biçimlerinde olduğu gibi dışarıdan dayatılmış ve örgütlenmiş bir şey değildir, ortaklık bizatihi emek faaliyetine tam anlamıyla içkindir” dediklerini hatırlatmak gerekmektedir. Hatta Negri ve Hardt, bir adım daha ileri giderek “maddi olmayan emek, kendi yaratıcı enerjilerini dışa vurarak görünün o ki bir tür kendiliğinden ve çekirdek komünizm imkanı sağlıyor” demektedir.

Maddi olmayan emek – duygulanımsal emeğin varlığı emeğin ölçümlenebilirliği sorunu”nu gündeme getirmektedir. Emek miktarlarını ölçme ve karşılaştırma aracı üzerine Smith kendini sorguladığında (her şey için evrensel ölçü olarak hizmet eden şeyi nasıl ölçmeli?) iki ölçüt bulur: Bir yanda çalışma zamanı; diğer yanda, yetenek ya da ustalık. Olgular içerisinde ki yetenek ve ustalığı değerlendirmek çoğu zaman güç olduğundan, zaman kullanılacaktır. Farklı emek miktarlarının eşitlenmesi ve karşılaştırılması zaman aracılığıyla , yani en soyut ve en homojen şeyle yapılır. Demek ki çalışma/emek yalnızca zaman *gibi* değildir, zamanın kendisidir; zaman onun ham maddesi, nihai oluşturanıdır. (aktaran Meda, 2004, s. 18) Bugün emeğin ölçümü konusunda hala zaman (esnek çalışma ile saat bazlı çalışma da gündemimize girmiştir) ana kriter gibi görünmektedir ama emeğin yukarıda anlattığımız biçimi değişmiş, maddi olmayan/duygusal emek toplam emek içerisinde varlığını artırmış, bu da zaman ile ölçü konusunda ciddi tartışmalar getirmiştir. Artık sadece zaman tek başına emeğin belirleyicisi değildir, çok daha geniş bir alanın yetersiz ölçüsü olarak kalmıştır.

Öte yandan Hardt ve Negri'ye (2001) göre de, emekte son dönemde gerçekleşen önemli değişim, artık “emek değerinin ölçülemez hale gelmesidir. Emek, artık sermaye dışında durmadığı ve onun içinde aldığı mübadele değerinden (exchange value) bağımsız bir kullanım değerine (use value) sahip olmadığından, hem değer-dışı, hem de değer-ötesi hale gelir. (2001, s.239) Virtanen'e (aktaran Akalın, 2007) göre de, “çalışma zamanı ile boş zamanın arasındaki ayrımın muğlaklaşması, emeğin değerini üretenin ne olup ne olmadığını belirleyebilmeyi imkansız kılar.”

Bugün emeğin bir belirleyicisi artık “sonuçtur” yani başarı sağlanıp sağlanmadığıdır diyebilir miyiz? Bu durumu gündelik iş akışı sırasında incelediğimizde, örneğin; günümüzde bir konuda gerçekleştirilecek ulusal bir hakla ilişkiler kampanyası sırasında, halkla ilişkiler çalışanının başarısı kamuoyunun bu konuyu tartışmasına yani “sonuca” /kaç haber çıktığına, bu haberlerin kaçının pozitif ya da negatif olduğuna bağlıdır. Bu durumda halkla ilişkiler çalışanının görünmeyen emeği, (saatler süren görüşmeler, bilgi notları, basın bültenlerinin hazırlanması, servisi) sonuçları yoksa, varolmayan olarak kabul edilmektedir. Durumun daha da karmaşık yapısını ise halkla ilişkiler sektöründe kullanılan emek türünün duygulanımsal emek olması sağlamaktadır. Bu Gorz'un (2007, s.36) belirttiği yeni kapitalizmde “*En değerli sermaye insan yalnızca sermaye gibi kullanılabiliriyorsa değerli addediliyor*” değerlendirmesini hatırlatmaktadır.

2.5 Yeni Kapitalizmde Yabancılaşma

Duygulanımsal emek kavramsallaştırması, “yabancılaşma” kavramı ile yakından ilgilidir. Duygulanımsal emek yeni kapitalizme özgü bir emek türüdür ve sistemin dönüşümünün sonuçlarından biridir. Duygulanımsal beden ve duygu arasındaki işbirliğini temsil eder ve fordist sistemin üzerine kurulduğu işin parçalanması, küçük birimlere bölünmesi halinin tam tersini gerektirir, duygulanımsal emeğin ortaya çıkması için, sahiplenmek, bilgi sahibi olmak ve bütünü görebilmek, “ürünün sonucunu önceden” görebilmek gereklidir.

Karl Marx'ın tüm eserlerine “geliştirici emek” kavramı damgasını vurmuştur. (akt. Meda, 2004, s.115) “Marks esas olarak, gördüğü toplumdaki ve ekonomi politikteki hedefin, - özü gereği aracı olan- çalışma sayesinde insanı geliştirmek değil tersine, “zenginleşme” olmasını eleştirdiğini” ve “Marks'a göre kapitalist endüstriyel toplumda çalışma her zaman yabancılaşmış” olduğunu hatırlayarak onun 1844 Elyazmalarında yabancılaşmanın iki biçimini belirttiği söylenebilir. Birincisi, işçinin kendi ürünüyle ilişkisidir: İşçi, kendi emeğinin ürünü karşısında, yabancı bir nesneyle aynı ilişki içinde bulunur. Bir ücret almak için çalışır – dahası çoğu zaman yaşamasını sağlamayan bir ücret almak için çalışır-; bu ücreti ona ödeyecek biri için çalışır. İkincisi, işçinin üretimle olan ilişkisidir: İşçi çalışmasında, kendini olumlamaz, kendini inkar eder, çalışması gönüllü değil, zorunludur” (akt. Meda, 2004, s.108) Marks'ın belirttiği iki tür yabancılaşma da bu araştırmanın sorunsalı içinde bulunmaktadır.

Birinci tip yabancılaşma (üretilen ürüne yabancılaşma) bugün özellikle üretim sürecindeki duygusal emek ve duygulanımsal emek söz konusu olduğunda nasıl bir biçim almaktadır? Duygusal emek ile duygulanımsal emek arasındaki farkın, duygusal emekte emekçinin “rolü”nü yaparak kendisine dönebildiği bir öz benliği olduğu varsayımını göz önüne almak gereklidir. ⁶.

Yabancılaşma ve duygulanımsal emek ile ilgili iki önemli nokta daha vardır. Bunlardan ilki fordist üretim sisteminde düşünme ve eyleme süreçlerinin birbirinden ayrılmasıdır. Bugün için artık düşünme ve eylem çalışmaya içkindir. Hatta günümüz kapitalizminde çalışmanın kendisi bütünsel bakışı ve aynı anda işin bir çok boyutunu gerçekleştirmeyi gerektirmesi beklenmektedir. Burada belirtilen sadece aynı anda çok yönlü çalışma “multitasking” özelliği değildir. İşin neredeyse bütün boyutlarını bir kişinin yapabilir olmasının gerekmesidir. Örneğin halkla ilişkiler ajanslarında metin yazarlığı, ve strateji departmanlarının sayısı azdır ve ajansın büyüklüğü ile ilgilidir, bu departmanlar hızla kapatılmakta, bunun yerine uygulama ve planlama marka ekiplerine, ve hatta aynı kişilere (o markadan sorumlu insanlara) verilmektedir. Daha önce belirttiğimiz gibi Gorz, (2007, s.36) yabancılaşmaya başka bir noktadan bakar, ve bizi yeni tür bir “yabancılaşma” mı yaşıyor sorusuna götürür. “İnsanın insana özgü kapasiteleri, makinelerin cansız zihniyle birlikte aynı sisteme dahil edilmektedir. İnsan “cyborga” dönüşüyor, varlık olarak özneliğine kadar tüm bütünlüğüyle üretim aracı haline geliyor, yani aynı anda hem sermaye, hem mal, hem emek halini alıyor. Üstelik para sermayenin değer kazanmasına dayanan sistemde, insanın kapasiteleri kullanılmadığı ölçülerde insan reddediliyor, dışlanıyor ve varolmayan bir şey muamelesi görüyor.” Bu anlamda Marks’ın “gerçek içerilme” (real subsumption) kavramına atfen tanımlayabileceğimiz yeni kapitalizmin yabancılaşması Gorz’un aktardığı yabancılaşma türü müdür?

Gorz’un iddiasının bir başka boyutunu Sennet’in anlattığı (2010, s.44) Boston’daki fırının 20 yıllık değişim sürecinde bulabilir miyiz? Sennet, Karakter Aşınması kitabında 20 yıl önce ziyaret ettiği fırını tekrar gördüğünde değişiklikten duyduğu şaşkınlığı belirtir. “Fırının yeni sahibi dev bir gıda şirketi; ancak seri üretim söz konusu değil. Fırın, Piore ve Sobel’in bahsettiği esnek uzmanlaşma prensiplerine uygun bir biçimde, farklı ürünlere göre ayarlanabilen gelişmiş makinelerle işliyor. Fırıncılar, Boston piyasasındaki günlük talebe bağlı olarak, bir gün bin adet Fransız ekmeği, ertesi gün in adet bagel ekmeği üretebiliyor.

⁶ Bu durum araştırma sırasında sık sık karşımıza çıkan “inanmadan satamazsın” sözü çerçevesinde tartışılabilir

Fırın eskisi gibi ter kokmuyor. Ayrıca geçmişte işçilerin sıcak yüzünden sık sık kustuğu bu mekana, artık şaşırtıcı bir serinlik hakim. Floresan lambaların yumuşak ışığı altında, her şey garip bir sessizliğe bürünmüş” Sennet, çalışanların profilindeki değişim ile devam eder. “sosyal açıdan, burası bir Yunan dükkanı sayılmaz artık. Tanıdığım bütün adamlar emekli olmuş; fırında birkaç İtalyan genç, iki Vietnamlı, orta yaşlı ve beceriksiz bir beyaz, Anglosakson, Protestan hippie ve belirgin bir etnik kimliği olmayan birkaç kişi çalışıyor. Ayrıca fırında sadece erkekler çalışmıyor artık; İtalyanlardan biri yirmilerinin başında bir genç kız, bir diğer kadın işçide iki yetişkin oğlu olan bir anne.” Bu durum tez içerisinde anlattığımız dönüşümü özetler nitelikte. İşin yabancılaşma ile ilgili tartışması da bu değişimin ardından başlamaktadır.

“Fırınlara bilgisayarların girmesi, işletmedeki balevari çalışma tarzını tamamen değiştirdi. Artık fırın işçileri malzemeye ya da ekme somunlarıyla hiçbir teması girmeden, bütün üretim sürecini, ekrandaki ikonlar aracılığıyla –örneğin, fırının ısısına ve pişirme süresine göre renkleri değişen ekme imgelerine bakarak- takip ediyor ve işçilerin pek azı ürettikleri somunları görebiliyor. İşçilerin çalışma ekranları hepimizin bildiği Windows tarzında; geçmişte hazırlanandan çok daha fazla ekme ekranda yer alıyor –sadece ekrana dokunarak Rus, İtalyan veya Fransız ekmeği üretmek mümkün. Ekme artık ekrandaki temsilinden ibaret. (Sennet, 2010, s.45)

Bu anlamda üretiminin sonucunu bilmeyen, sadece gelip düğmelere basan, esnek zaman ile sendikasız ve geçici çalışan işçilerin durumunun “yabancılaşmadan” daha çok kayıtsızlık olarak belirten Sennet haklı olabilir mi? Bugün yabancılaşmanın yerini “kayıtsızlık” mı almıştır? Yoksa emek türünün duygu ve bedenin beraber işlenmesini gerektiren “duygulanımsal” emek türü gibi yeni kapitalizme özgür emek türlerinde “kayıtsızlığın” zemini yok mudur? Yukarıda çizilmeye çalışılan çerçeve araştırmanın yabancılaşma ile ilgili kısmını oluşturmaktadır, ve gündelik pratiklerde ve uygulayıcılar tarafından nasıl yaşandığını sorgulamaktadır.

2.6 Yeni Kapitalizmde Bireyselleşme

Hardt ve Negri “İmparatorluk” adlı eserlerinde yeni kapitalizmde bireyselleşmenin aldığı yeni çehreye işaret ederler. (2001, s. 154) Onlar, üretim sürecinde süregelen yeni örgütlenmede, şirket içinde olduğu kadar dışında da bireysel özerkliğin öne çıktığını, dahası

“içerisi” ve “dışarı” sınırının giderek belirsizleşmeye başladığını belirtirler. Benzer şekilde “kişisel katılım”, herkesin “kişilik” ve “yetkileri”nin projeler etrafında değer kazanması, hiyerarşik yapıdaki eski “idarecilerin” yerini “manager”ların alması ve bunların bir tür “animatör” olarak yeni roller yani “hareketlilik” ve “göçebelik” etrafında büyülenmiş pozisyonlar almaları söz konusu bireyselleşmenin tezahürleri olarak görülür.

Öte yandan, yeni kapitalizmin doğasına sinmiş olarak görülen belirsizlik ile bireyselleşme arasında da bağlantı var görünmektedir. Bauman, Bireyselleşmiş Toplum (2011) isimli kitabında geçmişte de iş yaşamında belirsizliklerin olduğunu ancak yeni kapitalizme özgü belirsizliğin “çarpıcı bir biçimde yeni türde” olduğunu belirtir. “Kişinin geçim tarzını ve umutlarını ağır biçimde tahrip edebileceğinden korkulan felaketler, savuşturulabilecek ya da en azından güçleri birleştirilerek, ortak bir tutum takınarak, önlemleri birlikte tartışarak, onaylayarak ya da uygulayarak direnilebilecek türden değildir. En korkunç felaketler kurbanlarını artık tuhaf bir mantıkla yada hiçbir mantık olmadan seçerek, darbelerini keyfi biçimde rastgele vurmaktadır; öyle ki, kimin korkunç bir sona uğrayacağını, kimin kurtulacağını kestirmenin hiçbir yolu yoktur. Bugün belirsizlik etkili bir bireyselleştirici güçtür. (2011, s.36)

Bireyselleşmenin artışına vurgu yapan düşünürlerden biri de U. Beck’tir. Beck’e göre (1999, s.123) 2. Dünya Savaşı sonrası Refah Devleti döneminde modernleşme süreci boyunca görülmemiş çapta bir bireyselleşme hamlesi gerçekleşmiştir. U. Beck, geleneğin zincirlerine kıyasla özgürleştirici etkileri olan bireyselleşmenin diğer yüzünün ise tam tersi bir görünümde olduğunu belirtir. Ona göre bireyselleşme ile birlikte, yavaş yavaş emek piyasasında, dostluk ya da aşk ilişkilerinde vs zorluklar ve başarısızlıklar baş gösterir kişi adeta “özsaygının çileli yoluna” sürüklenir. Bu tanım Sennett’in (2010) Karakter Aşınması kitabında tanımladığı bireyselliğin artışı ve bireylerin bunu yaşayışına dair yorumları ile benzerdir.

Beck’in bahsettiği bireyselleşmenin diğer yüzünün bir göstergesi de denetimin artmasıdır. Amerikan Yönetim Birliği tarafından yapılan bir araştırma, Amerika’da bir yıl içerisinde çalışanlarının telefonlarını, e-postalarını, sesli postalarını ve bilgisayar kullanımlarını izleyen şirketlerin sayısının %37’den %43’e çıktığını tespit etmiş. (akt. Sennet, 2010, s.84) Sennett’e göre bireysel özgürlük vurgusunu öne çıkaran günümüz esnek emek piyasasında değişime açık olmak ve koşullara ayak uydurabilmek aslında birey üzerindeki

denetimi kuvvetlendirme etkisine sahiptir. (Sennett, 2010 s.24) Andre Gorz'da (2007, s.76) denetimin ve baskıların karşı konulmazlığına vurgu yapar. Gorz'a göre iktidarın insanlar üzerinde kullanacağı makineler tarafından uygulanan baskıların yerine, birbirleriyle rekabet ederek parçalanmış bireylerin üzerinde, piyasanın nesnel yasalarının anonim oldukları için "karşı konulmaz" bir şekilde uygulandığı baskılar idame edilmektedir.

Bireyselliğin yükselişi ile denetim arasındaki ilişki oldukça karmaşık görünmektedir. Sennett'e (2010, s.52) göre bu genel olarak esnek kapitalizmin bir özelliğine "okunaksız iktidar ilişkilerine" denk düşmektedir. Bu iktidar ilişkileri daha anlaşılır kılmak için Sennett, üç öğeye ayırır: Kurumların kökten dönüşümü, üretimde esnek uzmanlaşma ve iktidarın merkezileşme olmadan yoğunlaşması. Sennett, iktidarın merkezi olmadan yoğunlaşmasını şöyle açıklar.

"Yeni iş organizasyonu konusundaki iddialardan biri, bunu merkezsizleşme (decentralization) yarattığı, yani organizasyonların alt kademedeki insanları daha özgür kıldığı iddiasıdır. Ancak eski bürokratik canavarları parçalamada kullanılan teknikler düşünülürse bu iddianın yanlışlığı anlaşılır. Yeni enformasyon sistemleri üst düzey yöneticilere, organizasyonunun kimsenin kendini gizlemeyeceği kadar kapsayıcı bir resmini sunar; bir çalışanın sadece bir üst amiriyle karşı karşıya geldiği sözlü görüşmelerin yerine SIMS geçer. Aynı şekilde ne dikey ayrışma ne de katmansızlaşma, merkezsizleşme anlamına gelir. " (Sennett 2010, s.57) Sennett, esnek çalışmanın yeni bir iktidar biçimi oluşturduğuna dikkat çeker. "Bireysel özgürlük vurgusunu öne çıkaran günümüz esnek emek piyasasında değişime açık olmak ve koşullara ayak uydurabilmek aslında birey üzerindeki denetimi kuvvetlendirme etkisine sahiptir." (Sennett 2010, s.57) Yeni iktidar biçimleri yaratır.

Bu anlamda yeni çalışma yaşamında "iktidar"ın kaynağı neresidir? Sennett'in iddia ettiği gibi iktidar duygusu, bir panoptikon gibi her yerde midir? Denetimin kaynağına bakmak iktidarı aramak için bir yöntem olabilir. Gorz da (2007, s.76) Sennett ile aynı fikirde görünmektedir ve tartışmayı bir adım ileriye götürür. "Sermaye.. yönetim iktidarının ve insanlar üzerinde kullanacağı makineler tarafından uygulanan baskıların yerine, birbiriyle rekabet ederek parçalanmış bireylerin üzerinde piyasanın "nesnel" yasalarının anonim oldukları için "karşı konulmaz" bir şekilde uyguladığı baskıları ikame ediyor" diyor. Gorz'un belirttikleri içerisinde iki önemli nokta vardır, birincisi denetimin artık kişilerin üstünde değil;

“parçalanmış bireylerin” birbiriyle rekabetini de içeren bir biçimde sadece yukarıda değil (Sennett teknolojik araçların yönetime makro bir bakış açısı sağladığını ve insani ilişkiyi azalttığını belirtmişti); aynı zamanda “ekip içi, bireysel hale getirilmesine” ikincisinin ise “piyasa yasaları böyle” noktasında çaresiz ve öznesiz bir kabülleş olarak söylem düzeyindeki varlığına. Hem Gorz hem Sennett’e göre çalışma yaşamında denetim ve iktidar kol kola girmiş iki kardeştir ve kaynağı genellikle belirsizdir. Yapılan görüşmelerde sık sık “piyasa böyle” sözünü duyulması bununla ilgili olarak görülebilir.

İçinde yaşadığımız toplumu “sanayi toplumunun şimdiye dek izlediği yolda yaratılan tehditlerin ağır bastığı bir modernlik evresi” olarak tanımlayan U. Beck, (2011 s.16) denetim iddiasının öngörülemez yan etkileri nedeniyle risk toplumunda olduğumuzu” hatırlatmaktadır. “Sanayi toplumu, burjuva toplum düzeni, özellikle de muavenet devleti ve sosyal devlet, insani yaşam bağlarını amaçsal-rasyonel olarak denetlenebilir, üretilebilir, üzerinde tasarrufta bulunulabilir, (bireysel ve hukuki anlamda) sorumlu tutulabilir kılmakla yükümlüdür. Buna karşıt olarak risk toplumunda, tam da bu denetim iddiasının, öngörülemez yan etkileri ya da çok sonra ortaya çıkan sonuçları, toplumu aşıldığı sanılan belirsizlik çağına, çok-anlamlılık çağına, kısacası, kendi kendine yabancı olma haline geri götürür.” (U. Beck, (2011 s.22)

Günümüz kapitalizminin bir paradoksunun da burada yattığını söyleyebilir miyiz? Çünkü denetim günümüzün hız ve esneklik zamanlarında işi yavaşlatır ki bu istenmeyen sonuçtur. Öte yandan denetimsiz bir dünya “risklerle” dolu dünyadır. Araştırma sırasında bu paradoksun günlük iş hayatında yansımaları olup olmadığı araştırılan alanlardan biri oldu.

2.6.1 Birey ve Özne

Touraine, “artık aidiyet gruplarıyla tanımlanmayan, giderek daha zayıflayan ve birlik ilkesi olmadığından, ayrıca oradan oraya kendi bilinci dışında körü körüne yöneldiğinden kendi içinde kimliğine ilişkin hiçbir güvence bulunmayan bir birey imgesinin modernliği tanımlamakta kullanıldığını” belirtir. (2007, s.146) Bu birey imgesi U. Beck’in belirttiği bireyselleşmenin diğer yüzünü yaşamaktadır. Günümüz bireyi Sennett’in söylediği gibi iyi ama kafası karışıktır. Touraine’e de bu imgeyi görürüz, ona göre, “bir durumdan diğerine bir uyarandan diğerine geçip duruyoruz, sürekli biçimde bütünden kopuyoruz, bölünüyoruz ve

baştan çıkarılıyor. Kendi durumlarımızın, tepkilerimizin, duygularımızın ve düşüncelerimizin oluşturduğu hengame içinde kayboluyoruz.” (2007,s.29)

Bireyselleşmenin aldığı bu yeni çehreyi; bu karmaşa, baştan çıkarma ve kopukluk halini aşmak mümkün müdür? Touraine özne kavramını aktarır. (2007, s.145) Touraine’e göre özne, bizi biz olmaktan alıkoyan, genel etkinlik üzerindeki etkilerinin, herkesin yönelimleri ve birbirleriyle etkileşimleri üzerindeki kontrollerinin, kısacası sistemlerinin birer bileşeni durumuna indirmeye çalışan güçlerden, kurallardan ve erklerden kaçma istencinde oluşur. Bu anlamda Touraine’e göre özne kendine dönüş istencinde oluşur ve kendine bir geri başvurudur. Touraine özneyi kimliğin tersi olarak tanımlar, kimliğin sınırlılığına karşı beraber hareket edebilme gücünü yarattığına inandığı haklar ve özgürlükler alanında tanımlar. Touraine (2007, s.150) göre özne bir davranışlar bütünüdür. “Ancak kendimizi tanımayı, bireyselleşmiş varlıklar olarak tanımayı –ve tanıtmayı- ülkümüz olarak kabul ettiğinizde ve içimizdeki bu bireyselleşmiş varlıkların özgünlüğünü koruyup kurarak, direnme edimlerimizle varoluşumuza bir anlam verdiğimizde tam anlamıyla özne oluruz”

Bu anlamda özne olmak “kendi olmakta direnmek” ile ilgilidir ve tamamen hayata içkindir. Touraine’in özne tanımı hemen akla günlük hayatta nasıl bir örneklenebileceği sorusunu getirmektedir. Touraine cinsel ilişkinin üstüne çıkan aşk ilişkisini, zenginleştirdiğinden çok yoksullaştıran bir birleştirici içsellik arayışı değil de, iki özne taşıyıcısının karşılaşması ve karşılıklı birbirinin çekimi olarak yorumlar. (2007, sf.145) Özne bu durumlarda ortaya çıkar.

Bu durumun gündelik örneklerinden birini sosyal medyada yer alan bir haberde görülebiliriz Fransız fotoğrafçı Antoine Bruy 2010-2013 yılları arasında otostopla yola çıkıp Avrupa’nın dağlık bölgelerinde dolanmış. Yola çıkarken hiçbir rota belirlememiş ve karşısına bu direnişi şehirden uzaklaşarak bulanları fotoğraflamış. İlgili yazının editör tarafından yazılan giriş kısmı günümüz bireyin “arada kalmışlık” halini özetlemektedir:

“Yıllar yılı sevmediğimiz bir işe gidip gelirken; istemediğimiz okullarda okuyup, “evlen”, “askere git”, “çocuk doğur”, “kenara para at”, “büyüklerini ara” gibi her türlü toplumsal zorunluluğa boyun eğerken bazılarımız bir kaçış hayalini kuramayacak kadar şanssız. Belki de yorgun. Bu hayali kurabilenler, kaçmak isteyenler için ise hayat daha zor.

Bitmeyen bir arada kalmışlık hali. Halbuki insan olmanın en saf haline dönmeyi istemek kadar doğal var mı?"

Bu yazının belirttiklerinin yanı sıra (hayal kurabilenlerin ve uygulayabilenlerin özne olduğunu kabul etmesi üzerinden) Türkiye'nin popüler internet sitelerinden birinde⁷ bu yazının ortak kabul gören bir ifade olarak bulunması özneleşme ihtiyacının örneklerinden biri olarak görülebilir.

⁷ Dünyada bulunan internet sitelerini popülerlik oranını belirten alexa.com sitesine göre haberin yayınlandığı nolm.us.com sitesinin Türkiye rank'i 4414'dür.

HALKLA İLİŞKİLER SEKTÖRÜ

Beck, Risk Toplumu adlı kitabında yaşadığımız toplumda riskin asla bilinemeyeceğini bu nedenle uzmanlaşmanın ortaya çıktığını belirtir. (2011) Halkla ilişkiler sektörü de yeni kapitalizmin ihtiyaçlarına uygun olarak ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaç temelde “bilginin yönetimi” ya da “manipulasyonu” olarak adlandırılabilir. Çünkü halkla ilişkilerin temel görevi kurum ile kamuoyu (ya da hedef kitle) arasındaki ilişkiyi kurmak, ve “kurum” ile ilgili algının istenilen yönde olması için planlı bir faaliyet yürütmektir.

Bu bölümde halkla ilişkilerin tanımına, Dünyada ve Türkiye’de sektör ve meslek haline gelişine, Türkiye’deki sektörel durumuna ardından ise kullanılan emeğin türü, çalışma koşulları vb özelliklerle halkla ilişkiler uzmanlarının emek sürecini ana hatlarıyla değerlendirecektir.

3.1 Halkla İlişkiler Üzerine

Halkla ilişkilerin doğuşu 1900’lü yıllar Amerika’sına dayanmakta olan bir yönetim fonksiyonudur ve hizmet endüstrisinin bir bileşenidir. Halkla ilişkiler nedir sorusunun cevabı konusunda net bir tanım yoktur. Bu anlamda halkla ilişkiler hem günümüz kapitalizminin doğuşu ile ortaya çıkan mesleklerden biridir ve bir yönetim fonksiyonu olarak tek bir tanımının olmaması da bu çağa özgü müphemliğin bir parçası olarak görülebilir. Elbette ki halkla ilişkiler ile ilgili olarak kimi ortak noktalardan bahsedebiliriz. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TUHİD) tüzüğünde halkla ilişkiler mesleğini şöyle anlatmaktadır. “Halkla ilişkiler mesleği; bu hizmeti veren uzmanlar tarafından hizmetten faydalananlar adına; özel ve kamu kuruluşlarında, çevrelerinde kabul görmeleri, kendilerini topluma tanıtmaları, çalışmalarını ve tutumlarını kamuoyu beklentileriyle uyumlu hale getirmeleri amacıyla yapılan ; müşteri,

alışan, ortak, kamu gibi hedef gruplar ve paydaşlar veya geniş anlamında kamuoyu ile kurdukları sürekli, düzenli ve planlı iletişim çabalarıdır.” 8

International Public Relations Association -IPRA (Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği) halkla ilişkileri, “zel ya da kamu kurum ve kuruluşlarının, ilişkide bulunduğu kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek için sürekli olarak yaptığı faaliyetler” olarak tanımlar.” 9

Her iki tanım da “hedef kitle” nezdinde halkla ilişkiler faaliyeti yürütülen kurum, kuruluş ya da marka için yapılan sürekli ve planlı bir faaliyet olduğuna vurgu vardır. Bu açıdan bakıldığında halkla ilişkiler uzmanlarının ana metaryali bilgidir ve planlı bir faaliyettir; Halkla ilişkiler uzmanları “kurum” ve “hedef kitle” arasındaki bilgi akışından sorumludurlar ve hizmet sektörü içerisinde hızla yükselmekte olan bilgi çalışanlarının bir parçasını oluşturmaktadır.

Bu odak noktası doğrultusunda halkla ilişkilerin bir çok uygulama alanı bulunmaktadır. Kamu kuruluşları, özel şirketler, sivil toplum kuruluşları pazarlama, itibar yönetimi, kriz yönetimi gibi konularda medya odaklı, tüketicici odaklı ya da kurumiçi odaklı olarak halkla ilişkiler faaliyetlerinden faydalanabilirler. Ancak belirttiğimiz gibi bir yönetim fonksiyonu olması sebebiyle halkla ilişkilerin bir çok alanda bir çok farklı kullanımı bulunmaktadır.

Halkla ilişkilerin Türkiye’deki tarihi 1970lerle birlikte anılmaya başlasa da sektörel olarak varolması ve güçlenmesi 90’lı yıllarla ilgilidir. İletişim Danışmanları Derneği (İDA) eski başkanı Figen İşbir de “bu dönem mesleğin eğitiminin üniversitelerde yaygınlaştığını” yaptığı bir röportajında aktarır. “90’lara kadar PR alanında tam anlamıyla ve yaygın bir fakülte eğitiminden bile söz edemiyorduk. 90’lı yıllarla birlikte iletişim fakültelerinin sayıları arttı. Halkla ilişkilerle ilgili farkındalık yükseldi.” (Kariyer.net, 2015) 90’ların yeni kapitalizmi belirleyen üretin tarzı değişiklinin ana formunu bulduğu bir yıl olması da ilgi çekici bir durumdur.

8 <http://www.tuhid.org/tuzuk.html>

9 www.ipra.org

Türkiye’de halkla ilişkiler sektörü ajansların sayısı ve halkla ilişkiler “hizmeti alan” marka/kurumların oluşturduğu bir ekonomik büyüklük olarak tarif edilebilir. Bu tezin saha araştırması bu sektörün “hizmet veren” kısmında yer alan halkla ilişkiler ajanslarında çalışanlar ile gerçekleştirilmiştir. İDA’dan alınan verilerine göre Türkiye’de ortalama 200 adet ajans bulunduğu tahmin edilmektedir.¹⁰ Yine kesin bilgi olmamakla birlikte, etkinlik yönetimi bütçeleri de dahil olmak üzere sektör büyüklüğünün 130 milyon USD olduğu tahmin edilmektedir.

Bu ajansların büyüklüğü 3 kişiden 150 kişiye kadar çıkmaktadır ve verdikleri hizmetler ise çeşitlidir. Lobcilik ya da kriz yönetimi hizmetine odaklanmış çok az sayıda ajansın varlığından söz edilse de halkla ilişkiler deneyimimde edindiğim kişisel deneyim ve gözlemlerime göre sektörde verilen ajans hizmetleri şöyle sıralanabilir. Ancak öncelikle söylenmesi gereken sektörün dağınık bir görüntüsünün olduğu ve aşağıda sayılacak olan tüm bu hizmetlerin tümünü verip vermedikleri, ya da bu hizmetleri ajans içinden ekiple (in-house) veya 3. Parti aracılığıyla gerçekleştirdiği değişebilmektedir. Kurumsal iletişim ya da marka iletişimi olarak iki ana başlıkta toplayacağımız hizmetlerin Türkiye’deki temel yönünün medya odaklı olduğu da belirtilmelidir. Bu anlamda hizmet alınan kurumun temel talebi genellikle “kaç haberin basında yer alacağıdır;” hizmetin ölçümlenmesi de çıkan olumlu haberlerin sütun santim hesabının reklam hesabına dönüştürülmesi olarak yapılır. Ancak katıldığım bir biçimde bu tüm sektör dernekleri tarafından yetersiz bir ölçü olarak belirtilmektedir. Bu anlamda “Bir algı operasyonu nasıl ölçümlenebilir” halkla ilişkiler sektörünün temel sorunudur.

Verilen hizmetlerin amaçlarına ve içeriğine bakıldığında ise, kurumsal iletişim hizmetinin amacı kamuoyunda olumlu algının varolması ve varolan algının yönetimidir. Markalar için yapılan hizmetin amacı ise daha pazarlamaya yönelik bölümdür ve yine markanın algısının istenen doğrultuda değişmesini sağlama amacını gütmekle birlikte ve genellikle satış aktivitesini desteklemek üzere konumlandırılır. Her iki hizmet çeşidinin de farklı hedefleri olmak ile birlikte genellikle aşağıdaki ana hizmet başlıklarını içerirler. Ünlüler, çalışanlar, ya da firmanın 3. Partileri gibi paydaşlarla ilişkiler, basın ile ilişkiler, sosyal sorumluluk projelerinin ya da markaya uygun halkla ilişkiler projelerinin yürütülmesi, kurum adına çeşitli etkinliklerin organizasyonu, (basın toplantısı ya da kimi ajanslarda lansman ya da pr projesinin içeriğine göre organizasyon vb), konuşma metinlerinin yazılması gibi

¹⁰ İDA’dan mail yoluyla alınan bilgi. Ancak Türkiye’de sektör ile ilgili detaylı bilgiler sektörün dağınık ve kayıtdışı çalışması nedeniyle hiçbir kurum tarafından net olarak verilememektedir.

metinsel çalışmalar ya da çizgi altı tasarımların yapılması gibi başlıklar da bu hizmet skalasının içine eklenebilir.

3.1 Halkla İlişkilerde Üretim Süreci Üzerine

Gerek mesleğin tam tanımının olmaması ve çok fazla alanda kullanımı gerek ise hizmet sektörünün bir parçası olarak ekonomi, haber gündemi gibi genel parametrelere göbekten bağlı oluşu (örneğin; ekonomik dalgalanmalardan hem ilk etkilenenlerin ajanslar olması; hem müşteri kaybetme, hem de ani gelişmelerde haber akışının değişmesi gibi anlamlarda) nedeniyle sektör çalışanlar açısından bakıldığında belirsizlikler içindedir. Halkla ilişkiler uzmanları ajanslarda metin, müşteri ilişkileri, etkinlik, medya ilişkileri gibi departmanlarda çalışabilir. Bu departmanına özgü niteliklerden bazıları bir ajansda aynı anda bir kişiden istenebilir, (örneğin, bir ajansta konuşma metni gibi kurum adına gereken metinlerin hazırlanmasını müşteri ilişkileri yapmaktayken, başka bir ajansta metin departmanı hazırlamaktadır) Türkiye’de sektörde, tüm bu organizasyonları bir tek müşteri ilişkileri departmanının yürüttüğü ajanslar olduğu gibi yukarıdaki tüm departmanlara sahip büyük ajanslar da bulunmaktadır.

Türkiye’de halkla ilişkiler uzmanlarının durumu ile ilgili bir soruyu sektörün önemli ajanslarından Excel’in başındaki ve röportaj yapıldığı sırada İletişim Danışmanları Derneği’nin (İDA) başkanı olan Figen İşbir şöyle açıklamaktadır. İşbir ölçülebilirliğin olmamasını kurumsal bir yapının oluşturulmamasının temel nedeni olarak görmektedir. Bu durumda en büyük etkiyi ajans çalışanları yaşamaktadır. “Bu sektörde sağlıklı bir ölçümleme yapılabilmesi için, gelişmiş ülkelerde uygulanan maliyet analizi yöntemlerinin uygulanması, çalışanların hizmet için ayırdıkları vaktin doğru tanımlanması, ölçülmesi ve hizmet verilen kuruluştan bu çerçevede danışmanlık ücreti talep edilmesi bu sorunların üstesinden gelinmesi için esas. Ancak bunun Türkiye’de yapılamadığını rahatlıkla söyleyebiliriz. Bu nedenle de çoğu PR firması tesadüfi kazançlarla ve sürdürülebilir bir kurumsallığın önündeki engellerle savaşıyor, yıllık öngörülerini ihtimal hesaplarına dayandırarak yapmak zorunda kalıyor. Bunun bedelini de çalışanlarına ödetmek zorunda kalıyorlar. Tutarsız ya da öngörüsüz ücret politikaları, yoğun ve uzun mesailer, pek çok uzmanlığın aynı anda bir çalışandan beklenmesi gibi sorunlar, bu temel meseleden kaynaklanıyor.”

Bu anlamda İşbir'in yorumu ile çalışanlardan "tutarsız ya da öngörüsüz ücret politikaları, yoğun ve uzun mesailer ve pek çok uzmanlığın çalışanlardan beklendiği" halkla ilişkiler sektörü ajanslarında çalışan giriş çıkışı (turn-over) yüksektir. Genel olarak ajanslar yeni mezunların iş deneyimi kazandığı mesai yoğun, çalışma saatlerinin çok belli olmadığı, iş yükünün ağır olduğu bir mutfak görevini görmektedir. Ajans çalışanlarının genellikle kariyer rotası kurumsal şirketlerin halkla ilişkiler departmanında çalışılmaya başlanmasıdır.

Yukarıda halkla ilişkiler sektörünün hizmet sektörü içerisinde yer aldığı belirtilmişti. Bir çok departmana sahip halkla ilişkiler ajanslarında genel işleyiş, 3-8 kişilik marka temsilcilerinin oluşturdukları marka ekiplerinin direktöre bağlı olması, yanı sıra çeşitli sayıda çalışandan oluşan metin, kreatif, tasarım, medya gibi destek departmanların bulunmasıdır. Direktörlerde genel müdür ya da doğrudan patronlara "rapor" vermektedir. Bu büyüklükte bir halkla ilişkiler ajansında çalışmaya başladığımda benim ilk ilgimi çeken, neredeyse bir bant sisteminde olduğu gibi bilginin "parça parça" bir işbirliği içerisinde üretilmekte olduğuydu. Örneğin bir konuşma istenecekse, stratejist ya da marka temsilcisi (ya da birlikte ya da markadan aldıkları brief ile) neler söyleneceğini metin departmanına "brief"liyor. Metin bölümü bu bilgileri (o konuşma hangi konuda olacaksa o konuda şirket ile ilgili bilgileri) biçimlendirerek ajans içinde marka temsilcisinin kontrolüne gönderiyor. Bazen kontrol sürecine direktör de dahil oluyordu. Buradaki fordist sistem olduğunun söylenmesi için eski İDA Başkanı Figen İşbir'in söylediği "ölçümlenebilirlik" sorunun çözülmüş olması gerekmektedir.

Halkla İlişkilerin tanım kısmında görüldüğü gibi halkla ilişkiler çalışanlarının ana malzemesi bilgidir ve halkla ilişkiler çalışanları da bilgi çalışanlarıdır. Halkla ilişkiler uzmanının görevi şirket ile ilgili bilgileri genellikle medya aracılığıyla kamuoyu ile paylaşmak, var olan algının istenilen biçimde olmasını sağlamak üzere içerik oluşturmak, şirketin kamuoyundaki algısını izlemek ve gelişimini takip etmeye dayanmaktadır. Özetle bütün pazarlama iletişimi disiplinleri gibi halkla ilişkilerde de aslında üretilen ürün kurumsal ya da markaya ait bir algıdır (bu algı satış ya da itibar için olabilir) ve bu algının kalıcılığının sağlanmasıdır.

Ajanslarda çalışan halkla ilişkiler uzmanlarının sınıfsal konumlandırılması tartışılması gereken önemli başlıklardan biridir. Halkla ilişkiler uzmanları eğitim ve maaş standartları göz

önüne alındığında orta sınıf üyeleri kabul edilebilirler. ¹¹ Yeni mezunlar için düşük ücretler olmakla birlikte yöneticilik ve deneyim ile ücretler yükselebilmektedir. Halkla ilişkiler uzmanlarının bir bölümü (ajans çalışanları değil, kurumsal firma yöneticileri) “altın yakalı” tarif edilen kesim içerisinde yer alabilir. Burada iş ile ilgili değerlendirilmesi gereken iş koşullarının etkisine, halkla ilişkiler uzmanlarının gerek basın toplantıları, gerek marka lansmanları gerek ise şirket networkleri nedeniyle katılması gereken “event”ler nedeniyle sosyal bir hayat sürmek durumundadırlar.

¹¹ Görüşmecilerimizde kendini Cartı - B SES skalasında tanımaktaydılar.

YENİ KAPİTALİZMDE HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARININ GÜNDELİK İŞ DENEYİMLERİNİN TARTIŞILMASI

Çalışmanın yeni kapitalizmde aldığı biçimleri tartışmak çok önemlidir. Çünkü ancak böylece, bu temel toplumsal ilişkideki dönüşümün genel toplumsal dönüşüm ile diyalektik ilişkisi kurulabilir ve “çalışmanın” kendisi iktisadi değil bir toplumsal eylem olarak görülmeye başlanabilir. Çalışmanın dönüşümünü anlamlandırmak üzere “yeni çalışma” biçimlerinin, “yeni mesleklerin” bu anlamda “yeni” kapitalizmin izlerini taşıyan ve endüstriyel döneme ait olmayan model ve deneyimlerin tartışılması bu araştırmanın yöntemlerinden biridir.

Bu nedenle saha görüşmelerinde halkla ilişkiler sektörü seçilmiştir. Halkla ilişkiler, yeni kapitalizmin doğumu ile birlikte “ihtiyaç duyulan” yönetim fonksiyonlarından biridir ve hizmet endüstrisinin bir parçasıdır. Bu yönetim fonksiyonunun temel işlevi ise, kurum/marka yararına bilginin üretilmesi, dağıtılması ve toplanmasıdır. Türkiye’de henüz olgunlaşmakta olan sektörün genel olarak hizmet tanımı tartışmalıdır. Bu hizmet bağımsız ajanslar tarafından marka ya da kurumlara belli bir ücret karşılığında ya da kurumların içerisinde bir departmanın görevi olarak verilmektedir.

Bu “yeni” mesleğin emekçileri, halkla ilişkiler uzmanları; bilgi üretimi gerçekleştirirler, (bu anlamda maddi olmayan üretim gerçekleştirirler) ve üretimleri sırasında duygusal ve duygulanımsal emek kullanırlar. Bu tezin saha görüşmeleri ajans çalışanı ve freelance çalışan halkla ilişkiler uzmanları ile gerçekleştirilmiş ve onların gündelik iş ilişkilerine yoğunlaşmıştır.

Buradaki amaç, değişimin her adımı ile yeni öngörülme riskler ortaya çıkarttığı, ve birbirine karşıt eğilimler barındırdığından yola çıkmak ve halkla ilişkiler uzmanlarının deneyimledikleri birbirine karşıt eğilimler ve bunlara dair, seçim, karşıtlık ve yeniden üretim ilişkilerini ortaya çıkarmaya çalışmaktır.

4.1 Hızlı bir çağda yaşamak: “Supermen olmak lazım”

Görüşmeler sırasında “çalışırken nasıl hissedildiği” önemli başlıklarımızdan biri oldu. ‘Bu anlamda yukarıda Sennet, Gorz, Bauman gibi düşünürlerin çizdiği çağa dair çerçevenin izlerini yakalayabileceğimiz kimi başlıklarda hız, değişim vb gibi kelimelerin kullanımına özellikle dikkat ettik. Çalışanların gündelik iş akışlarını değerlendirirken ve o işleri yaparken kendilerini nasıl konumlandıkları; -hissettikleri, üzerlerinde hissettikleri görünen ya da görünmeyen etkileri, işi hayatlarında nasıl konumlandıkları üzerine çok çeşitli sorular geliştirdik.

Bu bölümde “hızın” çalışma yaşamına etkisi hem mesleki hem de kişisel deneyimler ışığında ortaya çıkartılmaya çalışılmış. Hız karşısında aktörlerin pozisyonları, toplumsal destekleri, ürettikleri çözüm önerileri tartışılmıştır.

Benim profesyonel geçmişimin olmasının da etkisi ile, çalışma hızının yüksekliği bir çok defa ve görüşmecilerin tamamı tarafından bir ön kabul olarak belirtildi.¹² Hız konusu, hem hızlı çalışmak, hem de iş gündeminin hızlı akması anlamında da kullanıldı ve kimi zaman zaten öyle kabul edilerek belirtildi. Görüşmemiz sırasında işlerinin olduğunu hatırlattığımızda, kurumsal bir ajansta 2 yıldır çalışmakta olan Yelda aşağıdaki gibi cevaplamaktadır.

Yelda: Bilgisayarda aşağıda bir sürü oluşturulmuş mail oluşabiliyor, kutu kutu kutu. Neden o maili yaparken başka bir tane daha gelmiş onu yanıtlaman lazım. Onu yapıyorum diye o maili yanıtızsız bırakmam her zaman geri dönüş yapmalıyım: müşteri her zaman bekliyor bunu zaten. Atıyorum benden bir görsel istiyor hemen istiyor ama benim binlerce görselim var temin etmem, onun istediği boyuta getirmem. Benim bir önceki işimi yarıda bırakıp onu yapmama neden oluyor. Dolayısıyla bir tempo.

Ayşe de yeterince takdir edilip edilmediğini hissedip hissetmediğini sorduğumuzda “zaten öyle kabul ederek” zamanın akışının hızlı olduğunu belirtiyor. Zaten zaman hızlı akmakta ve bu hız tek bir hedefinin olmaması ile daha da artmaktadır.

¹² Hemen hemen bütün görüşmelerde hız ile ilgili yorumlar bulunuyor.

Ayşe: Açıkcası bizim meslekte şeyler çok hızlı zaman çok hızlı aktığı için mesela takdir süresi de tamam takdir edilirsin teşekkür ederler sana ama bundan sonraki iş bundan daha büyüktür ya da nasıl söyleyeyim senin hedefin bir tane olmuyor çok fazla hedefin de oluyor, o yüzden 1 tanesini basarmış olmak seni rehavete sokmaması gerekiyor.

Yukarıdaki örneklerde görüldüğü gibi iletişimin hızlanması ve neticesinde bilginin yayılma hızı ve yollarının artışı bir çok sektörü etkilediğini ama en çok etkilediği sektörlerin başında hali hazırda işi bilgi ile olan halkla ilişkilerin geldiği söylenilebilir. Halkla ilişkiler sektörünün yapısı da bu eğilimi güçlendiriyor gözükmektedir. Örneğin, krizlerde ilk tepki veren departmanlar olmaları da “işin” hızını belirlemektedir. Buna uygun olarak iş hayatında hız ile ilgili konuşulduğunda görüşmecilerimizin birçoğu mesleğin yapısına da işaret etti. Örneğin, Derya gündelik bir iş planında neler olduğu sorulduğunda şöyle cevap vermektedir.

Derya: Bizim hayatımız sürekli krizler şeklinde geçiyordu. Krizlere karşı bir aksiyon planı, yok soru cevap çalışması, reaktif metin çalışması yapmak gibi şeyler yapıyorduk.

Hızı arttıran faktörleri araştırdığımızda Ayşe “hizmet karşılığı belli bir ücret alınması ile sektörün algı yönetimi yapması ve yapılan çalışmaların hemen satışa dönmemesinin müşteri tarafında yarattığı gerginliğin de” eklendiğini belirtmektedir.

Ayşe: Ajanslarda biraz daha dikkatli olmak zorundayız biz. Çünkü sonuçta adam parayı bu nedenle veriyor. Ben senden danışmanlık alıyorum. Hatta reklamdan bence çok daha önemli. Tabi ki reklam da önemli ama siz biraz daha bunu, ne bileyim, reklamda amacın bellidir, sattırmak. Ama halkla ilişkilerde amacın tutundurmak, alıştırmak. Bunlar daha fazla zaman alan şeyler.

Daha sonra detaylı bir biçimde dönmek üzere iş hayatındaki hızı tartışırken hiç kuşkusuz belirtmelidir ki, halkla ilişkiler çalışanlarının üzerindeki zaman ve hız baskısı sadece iş alanında değildir. Dünya genel olarak hızlanmıştır. Bu hız sadece iş hayatında değil, “özel” hayata da “zaman hiç yetmemektedir”

Ayşe: Zaman hiçbir zaman hiçbir şeye yetmiyor. Ben onu zaten çok iyi anladım. Ben kendi özel hayatımda da kendimi yetiştiremiyorum kendime.

Yukarıda çerçevesi çizilen hız konusunda çalışanların stratejiler ürettikleri görülmektedir. Bunlardan birinin örneğini Ayşe vermektedir. Örneğin, Ayşe hız konusunu konuşurken yukarıdaki tablo içerisinde “Süpermen” olmak lazım diye özetlemektedir.

Ayşe: Başından beri konuştuk ya çok zor bi iş. Alışkın olman lazım kaldırabiliyor olman lazım duygusal olmaman lazım, bunun bir iş olduğunu iş hayatı olduğunu düşünmek gerekiyor, çok uzatmamak çok büyütmemek gerekiyor, unutmak gerekiyor bazı şeyleri. Bunu yapman için Süpermen olman gerekiyor tabi.

Ayşe'nin ifade ettiği “Süpermen olmak gerekiyor” terimi, yeni kapitalizmde yaşanan bireyselleşmenin bir tezahürü olarak okunabilir. Ulrich Beck, Risk toplumu anlatırken içinde bulunduğumuz toplumu, “içinde kuşkuyu barındıran, kendinden kuşkulanan ve bu şekilde bir değişimin temellerini atan, kuşkular sayesinde özgürleşebilecek olan bir toplumdur” (1999, s.224) şeklinde tanımlamaktadır. Ayşe'nin önerisi ise farklıdır. Ayşe “çok uzatmamayı”, “büyütmemeyi”, “unutmayı” önermektedir. “Yapabilir olmanın, başarılı olmanın” yolu olarak bunu görmektedir. Ayşe'nin önerdiği kendinden kuşkulanan bir bireyselleşme değildir, savunmada bir bireydir. Söylediklerinin hepsini yapamayacağını farkındadır, o yüzden “Süpermen” olmak gerektiğini söylemektedir. Beck'in yorumunun mikro değerlendirmesini Ayşe'nin söyledikleri üzerinden yapılırsa, her şeyin çok hızlı aktığı zamanda, derinleşmek için yeterli zaman yoktur, oysa kuşku duymak için derinleşmek, soru sormak gerekir, en önemlisi “zaman” gerekir. Daha önce belirttiğimiz gibi yeni kapitalizmde yoğun bir “bireyselleştirici etki” vardır, buna paralel olarak çalışmada da işin “kaynağı” ve “sorumlusu” “bireydir”. Örneğin 8 yıl gibi uzun sayılabilecek bir ajans deneyimine sahip olan Alime, ekip arkadaşlarından destek alamasa da “becerememin” kötü olduğunu belirtmektedir.

Bir çok görüşmecimiz –sistem de öyle kurulduğu için direk müşteri ile muhatap olmakta, bu anlamda iş ve sonuç kişiselleşmektedir. Başka bir açıdan Beck'in söylemini değerlendirdiğimizde akışkan olmak zorunda hisseden birey, ile ilgili olarak bireyselleşme ve denetim konusuna bakılabilir. Bireyselleşme bölümünde “bireyselleşme ve denetim” arasında paradoksal bir ilişkinin varlığından söz edilmişti. Beck, (1999, s. 123) “bilinçsizce kararlar almanın ya da riskleri inkâr etmenin de daha ürkütücü ve riskli sonuçlara yol açacağı”

görüşünde olduğunu söylemekte, içinde bulunan toplumu da “felaket toplumu” olarak adlandırmaktadır. Çünkü şüphe duyması gereken akıl da, sanayi toplumunun sonrasındaki risk toplumunu oluşturan ölçümlenemeyen yan etkilerin sonucudur. Bu nedenle bugünün bireyinin durumu Touraine’in (2007, s.146) tanımına daha çok uymaktadır: “bir durumdan diğerine, bir uyarandan diğerine geçip duruyoruz, sürekli biçimde bütünden kopuğuz, bölünüyoruz ve baştan çıkarılıyoruz. Kendi durumlarımızın, tepkilerimizin, duygularımızın ve düşüncelerimizin oluşturduğu hengame içinde kayboluyoruz.” Örneğin, iş hayatının çok hızlı olmasının canını sıkıp sıkmadığını sorduğumuzda, Yelda, “sıkan, yeter ya dediği durumlar olduğunu” söylemektedir. Yelda öyle olduğunda geçici rahatlama yaşamakta, sonra “arkasını dönüp” devam etmektedir.

Yelda: Küfrediyoruz işte o zaman bilgisayara karşı. (Gülüyoruz) Müşteriye karşı genelde. Sevimli bir şekilde açarsın ama telefonu. Öyle rahatlıyorsun. Arkadaşlarına şikayet ediyorsun. Sonra arkasını dönüp devam ediyorsun.

Günümüz bireyinin “arkasını dönüp devam etmekten” başka çaresi yoktur çünkü değerlendirme yapacak zamanı yoktur. Risklerin oluşturduğu sonuçların yine öngörülemeyen riskler oluşturduğunu belirten Beck’in karamsarlığı ve günümüz toplumunu “felaketler toplumu” olarak adlandırmasının nedeninin bu olduğu düşünülebilir

Yüzeyselleşme eğilimi ve duygulanımsal emek kullanımı arasındaki ilişki, yabancılaşma kapsamında da tartışılabilir. Marks’ın belirttiği birinci tip yabancılaşma (üretilen ürüne yabancılaşma) bugün özellikle üretim sürecindeki gayri maddi emek, duygusal emek ve duygulanımsal emek kullanımı söz konusu olduğunda nasıl bir biçim almaktadır? Bir halkla ilişkiler uzmanının ürettiği ürün “iyi ilişkiler”; “olumlu algı” olarak düşünülebilir, yetersiz olduğu kabul edilmekle birlikte hali hazırda sektörde raporlama sistemlerinde kullanıldığı gibi medya kuruluşlarında çıkan haberlerinin, sosyal medyadaki olumlu / olumsuz haber sayıları; “bir sonuç parametresi” olarak sayılabilir. Halkla ilişkiler uzmanı bu “ürün/leri” ortaya çıkarmak için hem duygusal hem de duygulanımsal emek biçimini kullanmak zorundadır ve etik bölümünde tartışılacağı üzere gerek etik, gerek hukuksal düzlemde bir fabrika işçisiyle karşılaştırıldığında ürettiği “ürüne” daha bağlıdır.

Öte yandan denetimde bu başlıkta tartışılmalıdır. Gamze Yücesan Özdemir, başka bir hizmet endüstrisi üyesi olan çağrı merkezi çalışanları ile yaptığı görüşmelere dayandırdığı

kitabı İnatçı Köstebek'te denetimi 4 bölüme ayırır. (2014, s.133- 158) Bu çalışma alanındaki Basit ve doğrudan, teknolojik, bürokratik, ideolojik. İdeolojik denetimi ise "ideolojik denetim aygıtlarının "rıza"yı üretmeye yönelik olduğunun" söylenebileceğini belirterek, çağrı merkezlerindeki ideolojik denetim aygıtı ile ilgili olarak iki noktayı vurgular. "İlk olarak, üretim noktasında insan-makine ilişkisinin daha baskın olduğu sanayi üretimi ile insan-insan ilişkisinin daha baskın olduğu hizmet sektöründe işçinin zihni üzerine denetim tartışması önemli farklılıklar içermektedir. İkincisi ise, ideolojik denetim aygıtları "rıza"yı dayanışmacı bir dil ve yaklaşım ile de talep edebilir, daha sert bir dille de talep edebilir. (2014, s.156)

Görüşmelerimizde kendi olmak kavramı üzerine sohbet ettiğimizde denetimin yolları ile ilgili de yönlendirmeler de aldık. Genellikle topuklu ayakkabı, ve şık bir görünüm isteyen halkla ilişkiler uzmanlarının giyim kuşamının kendi tarzını yansıtır yansıtmadığını sorduğumuzda Ayşe, "bence şey oluyor, bir müddet sonra onu içselleştiriyorsun" demektedir.

Öyle bir insan mı oluyorsun diye sorduğumuzda ise, baskının nasıl içselleştirildiğini aktarmaktadır. Patronun kendisini yanına çağırıp "gaz verdiğini", "sesini duyurmalı, daha klasik giyinmelisin" dediğini belirttikten sonra baskıyı kişiselleştirdiğinden bahsetmektedir.

Ayşe: Bir noktadan sonra onu sen diğer ajansta ben böyle bir şey duymayayım, yeni işimde falan gibi bakıyorsun. Kimse bir şey demeyecek şekilde, uyarı almayacak şekilde yapmaya başlıyorsun. Dediğim gibi kişiselleştiriyorsun aslında o baskıyı.

Görüşmeciler ile yaşanan hız sürecinin etkilerini tartışmaya devam ettiğimizde, çok sık karşılaşılan kriz durumlarında nasıl tepkiler veriyorlar sorusuna freelance kendi basın danışmanlığını yaptığı sanatçılar da olan, aynı zamanda bir ajansta çalışan Nur "her dakika bir şeyin patlayabileceğini" belirtiyor. Bunun üzerinde bir baskı yaratıp yaratmadığını sorduğumuzda ise, hiçbir şey patlayacak diye beklememeyi öneriyor. Nur iş hayatında elimizde olmayan şeylerin çokluğuna dikkat çekiyor.

Nur: Sürekli bir şey patlayacak diye beklemiyorum. Patlarsa patlıyor, senden bağımsız oluyor onlar. Duruma göre ya sabır deyip uyguluyorsun.

Sennett'e göre (2010) içinde yaşadığımız esnek kapitalizm çağında tüm kurum ve "bireyler" esnekliğin akışkan dünyasına uyum sağlamak zorunda bırakılmaktadır. Buna bağlı olarak hız yükselmiş, risk ve başarısızlık korkusu, -geçmiş kapitalizme göre orta sınıfları da kapsayacak bir biçimde genişlemiştir. Bu dünya (2010, s.25) "her an parçalanan ve yeniden şekillenen" bir dünyadır. Görüşmeler içerisinde gerek hız, gerek krizler, gerek değişim ile ilgili konuşulduğunda görüşmecilerin unutmak ve hatırlamak ikilemi ile karşı karşıya olduklarını bir çok defa gözlemledim. Örneğin kendilerine ait çok sevdikleri projeler, ya da profesyonel olarak destek vermek istemedikleri markalarına karşı yapılan grevler gibi geçmişe yönelik iz bırakması beklenen olaylara karşı hatırlamakta zorluk çektiklerini bir çok defa çeşitli biçimlerde ifade edildi. Bu durum "her an parçalanan ve şekillenen dünyada" bireyin aldığı pozisyonu aktarmak açısından değerlendirilebilir. Bu durumu Derya yaşanan hız ile açıklamaktadır.

Derya: Her şey çok hızlı gidiyor çünkü, gündem sürekli değişiyor. Geçen hafta başka bir etkinlik için söylenirken modun başka bir şekildeyken, o bitti gitti. Yeni başlıyor falan. Zaten hepsini hatırlamak da çok yorucu olurdu.

Yine aynı görüşmeci, danışman olarak önermediği ancak yapmak durumunda kaldığı çalışmalar olup olmadığı konusunda da "Hatırlamak çok zor, muhakkak vardır öyle şeyler ama hatırlamak çok zor" diye yanıt vermektedir. Nur ise, geçmişte çalıştığı ekip arkadaşlarının neredeyse hiçbirinin isimlerini hatırlamamaktadır. Ancak aklında karşısında oturan iş arkadaşının ismi kalmıştır.

Z. Bauman, (2011,s.125) Bireyselleşmiş Toplum kitabında Cornelius Castoriadis'in deyişiyle, içinde yaşadığımız toplumunda yanlış olanın, toplumun kendini sorgulamayı bırakmış olması olduğunu yazar. Bauman'a göre "toplum aslında ne eleştirel düşünceyi baskı altına aldı, ne de üyelerinin eleştirel düşünceyi dile getirmekten korkmalarını sağladı. Tam tersi oldu: O, gerçekliğin eleştirisini, "olan"dan memnuniyetsizliği, toplumun her üyesinin hayat çabasının kaçınılmaz ve zorlayıcı bir parçası haline getirdi." Unutmak ve hatırlamak ikilemine bu açıdan bakılabilir. U.Beck'de bireylerin hayatının problemin bir parçası haline gelmesinden bahseder. Gündelik hayatı bu kadar dolan bireyin hatırlayacağı ve unutacağı şeylere dair (bilinçli ya da bilinçdışı) bir seçim ile yüzyüze kalması da beklenen bir sonuçtur.

Peki bu seçimleri “farklı” yapmak mümkün müdür? Hız konusunu incelerken görüşmecilerimiz içerisinde kendi işini “freelance” olarak yürüten isimler ile ajanslarda çalışanlarının yaşanan değişimin temel kavramlarına karşı “daha sahiplenici” oldukları görünen temel farklılaşmalardan biri oldu. . Görüşmeler sırasında çalışma hızı ile ilgili konu başlığı açıldığı zaman genellikle ajans çalışanlarının işleri ile bağlantı kurdukları görülürken dünyanın hızlı akan bir dünya olduğuna ve buna uygun davranıldığı kabulünün freelance çalışanların tümünde olduğu görüldü. Örneğin, 5 yıllık basın danışmanlığı tecrübesinin ardından freelance çalışmaya başlayan Dilek iş hayatını sürekli bir öğrenme alanı olarak tanımlayarak dünyanın değişiminin ve hızın kaçınılmaz olduğunu belirtmekteydi. Örneğin, Dilek, sürekli iş değiştirmeyi “gerekli” kabul etmektedir.

Dilek: Ben galiba rutinden sıkıldıkça iş değiştiriyorum bir de söylerler ya 1- 1,5 sene sen şirkete verirsin. 1,5 sene sana verir, 3 ten sonra gitmen lazım. Ben de daha kısa oluyor galiba bu süre.

Dilek nedenini sorguladığımızda, etik bölümünde detaylı bir biçimde aktarılmaya çalışıldığı üzere teknolojiden örnek vermektedir.

Dilek: Ya değişen dünya da öyle bir şey var artık. Telefonunda değişiyor alıyorsun 6 ay sonra değişiyor ve onu istiyorsun. Hep bir değişim hayatta hızlı olmaya şey yapıyor.

R. Sennett, (2010, s.21) Schumpeter’in girişimcilere attığı “yaratıcı yıkım”dan bahseder. Yaratıcı yıkım, değişimin sonuçlarını hesap etmediği veya ne getireceğini bilmediği halde rahat olan insanları gerektirdiğini, oysa çoğu insan bu umarsız, kaygısız ruh halini benimseyemediğini söyler. Ajans çalışanlarına göre en azından ekonomik anlamda daha değişken bir gelire sahip olan Dilek, bu anlamda “yaratıcı yıkıma” çok yakın duruyor. Dilek’e B, C Planları olup olmadığını sordüğümüzde olmadığını söylüyor. Bunun onu korkutup korkutmadığı konusunda “korkunun” günlük hayatın bir parçası olduğunu belirtiyor.

Dilek: Hala korkuyorum, fark etmiyor ki, hala korkuyorum, hala elimde 5 müşteri var ama hala her gün onlardan biri giderse ne yaparım diye düşünüyorsun çünkü

freelance'in öyle bir şeyi var bir güvencesi yok. Kendi işini yapmak iste. Sen çalıştığın sürece varsın. Yaptığımız iş o kadar göreceli bir iş ki, ay sonunda 50 elma sattım diyemem. İmkanı yok. Dolayısıyla afaki bir şeyi herkes herkesi tercih edebilir isterse ayrılabilir. Her gün yaşıyorum ben.

Sennet'in (2010) Davos zirvesinde Gates üzerinden aktardığı "muzaffer kapitalistler" gibi değil Dilek, ama görüşmelerde tıpkı Rico'da olduğu gibi hayatını yönetme konusunda gösterdiği belirgin irade ile diğer görüşmecilerden ayrışıyor.

4.2 Rutinin Koruyuculuğu: Peki Şimdi Patron Kim?

Yeni kapitalizmde çalışmanın dönüşümüne dair yapılan en önemli eleştirilerden bir tanesi de "güvencesizlik"dir. (Sennet, 2010, s.33; Bora vd, 2011, s.34, Yücesan, 2014, s.21) Güvencesizlik; sadece işin bulunması ve sürdürülebilirliğine dair sosyal güvenceler değildir. Güvencesizlik, işin niteliğinin giderek belirsizleşmesi, aynı anda bir çok yeteneği gerektiren ve bir çok işi içeren hale gelmesi (multitasking), aynı zamanda piyasanın etkilerine açılması karşısında emekçinin yaşadığı durum olarak özetlenebilir. Bu bölümde gündelik iş yaşamı içerisinde belirsizlikler ile başetme konusunda halkla ilişkiler çalışanlarının tutum ve davranışları, özellikle endüstriyel kapitalizm döneminde bir "koruyuculuk" atfedilen "patron" kimliğinin erozyonu üzerinden tartışılmıştır.

Sennett (2010, s. 33) günümüzde rutin konusunda "tarihsel bir dönüm noktasında olduğumuzu" belirtir ve sorunun bir tarafına Diderot, -bazen de Giddens'ı; bir tarafına ise Adam Smith'i alarak rutinin insana etkisi hakkında tartışma açar. Smith'e göre iş bölümünün etkisi ile "aptal ve cahil" bir yaratığa dönüştürülen insan için, "endüstriyel rutin, insan karakterinin bütün derinliğini yok etme tehlikesi barındırır". Diderot ise, "insanın rutini ve onun ritimlerini öğrenerek, kontrolü ele alıp dinginleşeceğine" inanmaktadır.

Enrico'nun kuşağının yaşadığı zaman; modern kapitalizm; Diderot'un rutine olan inancını Henry Ford'un açtığı teknolojik yol ile birleştirmiş görünmektedir. Ford fabrikalarında metrik zaman ölçümleri yapılır ve iş süreci küçük parçaların bilgisine sahip uzmanlaşmış işçilerin büyük resme hiç hakim olmadığı bir işleyiş hüküm sürer. Ancak Smith'in öngörmediği bir şey gerçekleşir. Sennett'in de belirttiği şey, rutinleşmiş zamanın "işçilerin kendi taleplerini

dayatıp söz sahibi olabildiği bir arena haline” gelmesidir. Bu durum Sennett’e göre Enrico’nun hayatında “doğrusal bir anlatı” oluşturmasına yardımcı olur. Sennett’e göre “rutin, insana zarar verdiği kadar onu koruyabilir de: Emeği parçalara ayıran rutin, aynı zamanda bir yaşamı bir araya getirebilir” (2010, s.54)

Sennett (2010) günümüzde yeni çıkan esneklik söyleminin ekonominin en dinamik sektörlerinde rutinin yok olmakta olduğunu ima ettiğini belirtiyor. Böylece Sennett’in tarif ettiği rutinin koruyuculuğunu kaybediyoruz: bu sadece sendikaların ve özlük haklarının gücünün azalması değil, aynı zamanda aktörlerin belirsizliğin verdiği bilinmezlik içerisinde hareketsiz ve güçsüz kalması mı demek? Görüşmecilerimizin gündelik deneyimleri üzerinden rutinin koruyuculuğunu tartışmaya başlamadan önce Sennett’in esneklik ile ilgili sorusunu tekrar sormamız gerekiyor:

Esneklik, birlikte getirdiği bütün risk ve belirsizliklerle birlikte düşünülürse, yok etmeye çalıştığı kötülüğü gerçekte daha da pekiştiriyor olabilir mi? Rutinin karakterimizi pasifleştirdiğini kabul etsek bile, esnekliğin bizi yaşama daha müdahil kılması nasıl mümkün olacaktır. (2010, s.46)

Halkla ilişkiler sektörü rutinin en az olduğu sektörlerin başında gelir. Sektörün belirsizlikleri sayısızdır ve sadece ajansın çalışma biçimi ile ilgili değildir, mesleğin yapısı ve sektör ile ilgilidir, aynı zamanda ekonomik göstergeler ve piyasaya göbekten bağlıdır. Öncelikli olarak çalışanın bir sonraki zaman diliminde ve hatta kimi zaman gün içerisinde ne kadar iş yükü olacağını tahmin etmesi zordur, (böyle değişikliklerin olabileceği mesleğe içkin kabul edilir) çünkü sektörde hem firmaların ajans değişimi hem de ajanslardaki çalışan giriş çıkışı çok yüksektir. Örneğin Mine mesai saatleri sorulduğu zaman şöyle demektedir.

Mine: Şu an o kadar müşterim olmadığı için şu dönem biraz daha rahat. Bi tanesi inaktif. Hali hazırda 3 tane müşterim var, o nedenle bu dönem daha rahat. Ama sadece o bu dönem. Ama her an her şey olabilir, yeni müşteri gelebilir vb. Bu haliyle bile tüm gün gelip de arkama bakıp, bi laf etmeye vaktin olmuyor.

Mine için ‘her an her şey olabilir’dir. Gündem ile çok yakından ilişkili olan halkla ilişkiler sektöründe günlük iş akışında ani değişiklikler de olabilmektedir. Buna gündelik iş

akışında “müşterinin” çalışma saatlerine saygı duymaması da eklenmektedir. Derya sektör sorunu olarak her işin acil olmasını vermektedir.

Derya: Hani şöyle bir sorun var, xxxx (bir önceki çalıştığı ajans) de yaşadım, xxxx'de de yaşadım burada da yaşıyorum, demek ki ortak bir sorun. Her iş acil ama her iş son dakikada haber veriliyor ve o işi yap deniliyor. Saat 5 olmuş metin geliyor. Ve bu iş acil 3 saat içinde almam lazım. Biraz ajansta çalışanların da insan onlarında bir karakteri olduğu unutuluyor. Bazen bu benim şeyime yapılmış bana yapılmış hakaret dediğim şeyler oluyor.

Üstelik mesleğin getirdiği belirsizlerden bir tanesi çalışma süren boyunca kaç tane müşterinin olacağı da değildir, kaç kişilik ekiplerle çalışacağın ya da ekibinin olup olmayacağı da belli değildir daha doğrusu sektör içerisinde ajanstan ajansa değişmektedir. Kiminde medya departmanı vardır, kiminde etkinlik departmanı, kiminde kalabalık ekiplerle çalışılır, kiminde iki kişilik ekipler vardır; kiminde çizgi altı tasarımlarda ajansta yapılır, kimilerinde pr projeleri gerçekleştirmek bazlıdır. Örneğin bu tez dolayısıyla görüşme yaptığım 10 kişiden biri 4-5 kişinin bir direktöre bağlı olduğu ve ayrı bir etkinlik, medya ve çizgi altı reklamcılık departmanlarının olduğu bir ajansta çalışırken, bir diğeri medya departmanından bir kişi ile her markada ayrı ayrı ekip olduğu bir ajansta çalışmakta, bir diğeri medya görevi iki kişilik ekip tarafından yapılmakta aynı zamanda müşteri ilişkileri de bu iki kişi tarafından yönetilmektedir. Röportaj yaptığımız hiçbir görüşmecimizin (freelance olanları bir tarafa bırakarak) elbette ki mesleğin temel özellikleri aynı kalarak birebir aynı çalışma sistemi içerisinde olduğunu söyleyemeyiz. Halkla ilişkiler ajans çalışanları rutin bir ortamdan daha ziyade belirsizliklerin ağır bastığı bir ortamda çalışmaktadır. Bu belirsizlik ile işin bireyselleşmesi arasındaki ilişkiyi daha önce aktarmıştık.

Bu belirsizliğin kaynaklarından bir diğeri de mesleğin yapısına içkindir. Örneğin halkla ilişkiler çalışanı tarafından organize edilen ve gerçekleştirilen bir röportaj bekleyen çok röportaj olması, o alana reklam gelmesi, gündemin değişmesi vb gibi sayısız nedenden dolayı yayınlanmayabilir ya da organize edilen bir basın toplantısına gündemin değişmesi nedeniyle az sayıda gazeteci katılabilir. Bu durum hem işin stresini artırmakta, hem de çalışan mücadele edilmesi gereken belirsizlikler içerisinde olmaktadır. Örneğin Derya ile röportaj yayınlanması ile ilgili konuşurken röportajların yayınlanması beklentisinden bahsetmektedir.

Derya: Tabii öyle. Basınla ilgili yaşanacak en kötü şey, röportaj yaptırırsın, büyük beklentiler olur. Sana müşteri sürekli sorar ne zaman yayınlanacak ne zaman yayınlanacak. Gazeteciye sormuyorsun ne zaman yayınlanacak, elinde bir çok röportaj var. Ne zaman olursa diye. Birkaç ay bekleyip hatta hiç yayınlanmayan röportajlar da oldu. Bu çok zor durum.

Öte yandan halkla ilişkiler ajansları görev tanımlarının net olmaması da belirsizliği artıran faktörlerden birini oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler ajansı çalışanlarının mesleklerinin özelliklerinin toplumun genelince bilinmemesi halkla ilişkiler çalışanlarının muhatap olduğu pazarlama iletişimi ve marka yöneticilerine de birebir yansımış görünmektedir. Halkla ilişkiler ajansı çalışanlarından bazen bir hediye alması bazen de “yayınlanmadan önce röportajın görülmesi” istenmektedir. Görüşmelerde sık sık tekrar edildiği gibi “her zaman daha iyisi vardır” ve “beklentinin sınırı yoktur”

Dilek: Sen broker gibi arada duransın. Gazetenin de müşterinin de işte kimi pazarlıyorsan, onu pazarlamaktan mükellefsin. Dolayısıyla iki suratın var. İki tarafın arasını buluyorsun. Gazete daha sansasyonel kendine özel isteyecek. Kişi yada şirket kendini korumayı çalışacak. Ve orta noktada hiçbir zaman buluşamayacaklar. Ve sen o aradaki buluşmalarını sağlayansın. O yüzden çok önemlisin. Ama sana gelip aferin haber çıkarmışsın demeyecekler. Her zaman daha iyisi vardır çünkü hiçbir zaman yetmez.

“Beklentinin sınırının olmaması” yaşadığımız çağa atfedilen müphemlik ile bağlantılandırılabilir ve birey için belirsizlik içinde yaşamının gündelik bir bir göstergesi olarak okunabilir. Burada sektörel olarak yukarıda anlattığımız “hizmet” satıyor olmaya, (Dilek’in değişiyle 50 tane elma değil) ölçülenme sorunu ile ilgisi olmakla birlikte, burada dikkat edilmesi gereken bireyin aldığı pozisyonudur. Öncelikle varolan müphemlik sınır duygusuna zarar vermektedir, “elindeki herşeyi versen de” istenmeye devam edecektir.

Mine’de marka tarafında çalışan meslektaşlarının da işinin zor olabileceğini ancak, “elinden gelini versen de” müşterinin beklentisinin yüksekliğinden bahsetmektedir.

Mine: Eminim kurumla da zordur, ama çok rahat kurumlarda biliyorum. Müşteriye hizmet veriyorsan çok zor. Çok zor. Verebileceğinden daha fazlasını istiyor çünkü sen elindekini her şeyini versen de daha fazlasını istiyor.

Sennett'in (2010) aktardığı "rutinin koruyuculuğu" döneminde bu belirsizlikleri bulamayız. Modern çağın düşük gelirli çalışanı Enrico, günde kaç saat çalışacağını, ne iş yapacağını, hangi işi ne zaman yapacağını, bunun karşısında şu anda ve gelecek zamanda ne kazanacağını bilmektedir. Enrico'nun patron imgesi onun belli zeminleri olan bir tartışma alanında görüşebileceği "nişanlısıdır" ve" ilişkileri zorunlu bir karşılıklılık ilkesine dayanmaktadır" (Bauman, 2011, s.33) Enrico'nun dünyasında çalışma koşulları patron tarafından belirlenir ve rutinin zemin oluşturduğu "demir kafes" içinde yaşanır. Ve bu dünyada "patron" kazanılan karı arttırmak için gerekirse işçi çıkartacak da olsa, bireyi gündelik iş yapışını etkileyecek olası piyasa dalgalanmalarından "koruyucu" bir nitelik sahibidir.

Görüşmeler sırasında yukarıda ana hatları aktarılmaya çalışılan "belirsizlik" durumu içerisinde beni en çok şaşırtan konulardan biri de patronun konumuydu. Ağ toplumu sözüne uygun bir biçimde patron çoğunlukla "yukarıda" bir yönetici değil, yönlendirme yapan kişi olarak görülüyordu. Görüşmecilerimizin bir çoğu kendisini sayıları en az 3 ve daha üstü olan "müşterilerine" karşı birinci olarak sorumlu hissetmekte, bu müşterilerin istek ve talepleri iş akışını belirlemektedir. Örneğin, halkla ilişkiler ajansında "daha fazla çalışma" zorunluluğunun belirgin kaynağı piyasadır. Bunun nedeni ajans çalışanlarının müşteri ile birebir muhatap olması olarak görünmektedir. Derya "arkalarında kırbaç" olmadığından bahseder.

Derya: Sonuçta evet, Çalış köle arkamda kırbaç falan değil, müşteri soru soruyorsa, müşteriye cevap veriyorsan, ertesi gün etkinlik varsa falan yapmak zorundasın, bizimkisi bir ekstra bir durum ben genelinden bahsediyorum. Şu aralar bu yeni müşteriyle mesela zorunlu olarak kalma durumu daha da sıklaştı. Kimse tabi ki kal demiyor, o iş tamamlanmadan işte sen çıktığında müşteri seni cebinden arayıp bana bunu acil göndermen lazım diyebiliyor. O zaman olmuyor.

Derya böyle durumlarda dönmek durumunda kalabildiklerini, bunu söyleyenin patron değil müşteri olduğunu belirtiyor. Ayşe de ne kadar çalışacağını müşteriye bağlı olduğunu belirtmektedir. Bu anlamda halkla ilişkiler, bir çok sektörde olduğu gibi "çalışma hızının

piyasanın koşullarına, akışkanlığı ölçüsünde anlık dalgalanmalarına bağlı olan” sektörlerden biri olarak değerlendirilebilir. Bu modern çağ ile postmodern çağ ile özdeşleştirilen, fabrika ve büro arasındaki temel değişikliklerden biridir.

Ayşe: Müşterilerle alakalı, bir müşterin vardır çok krize açıktır. Özellikle gıda sektöründe daha yedi 24 çalışmak gerekiyor, hızlı tüketim ürünlerinde (FMCG)de daha tetikte olmalısın, ilaç firması da krize açıktır, ama seni 24 saat çalıştırmazlar, zaten müşterilerine bağlı.

Yelda haberlerin çıkmaması durumunda ilk baskının müşteriden geldiğini müşteriden geldiği için patrandan geldiğini söylemektedir.

Yelda: Müşteriden. Müşteriden gelince patrandan da geliyor. Niye böyle başarısız demiş. Onu biliyoruz biz de dedirtmemek için elimizden geleni yapıyoruz.

Metin departmanında çalışan ve 8 yıllık iş deneyimine sahip olan Özlem de benzer görüşmelerdedir, günümüzün patronu bir tür “yönlendirici”dir. Özlem mesai saatlerinin uzamasında patronun kal demediğini belirtmektedir.

Özlem: Hayır, zaten şöyle bir şey var, o iş senin sorumluluğunda bir iş. Aslında bizim işte, patron bir koordinatör gibi. İşlerin yürümesini para ve işe alım kısmı , aslında müşteriye sorumlusun sen patrona değil. Patronun değil müşterinin dedikleri önemli. Asıl karar veren o çünkü.

Halkla ilişkiler uzmanlarının içinde buldukları tabloyu netleştirmek adına işin yetişmesinin ne anlama geldiğini tekrar sorgulayalım. Ayşe, aynı zamanda müşterinin yanı sıra ajans içinde iş bölümünün de yapılmadığını söylemekte ve “iş yetiştirmeyi” bireysel güven oluşturmakla ilişkilendirmektedir. Bu hem Sennett’in Rico’da gözlemlediği “olayların tüm sorumluluğunu alma” eğilimine benzetilebilir hem de Ayşe’nin işi, kurum adına değil, kişisel olarak algılıyor olması patronun kim olduğu sorusunu tekrar gündeme getirmektedir. Ayşe çalışırken yalnız hissedip hissetmediği sorulduğunda, işi yetiştirmesinin kendisinden

beklendiğini belirtiyor. Ayşe tamamen bireysel bir biçimde iş ile ilişkisini kuruyor, öyle ki işi yetiştirmenin karşındaki insanın güvenini oluşturmak ilgili olduğunu belirtiyor.

Ayşe: Doğru doğru, genellikle tek başına kalıyorsun, şöyle toplantılara sen gidiyorsun, briefini veriyorsun, ama çok fazla yani zaman planı senin planına uymuyor sen onları itelemekle ne olur canım cicim demekle bazen yalakalık vardır markada olabilen aman aram bozulmasın işimi yapmaz dediğin, bu da içerideki baskının ne kadar büyük olduğunu gösteren bir şey. Sen işi yetiştirmek zorundasın. Yine başındaki olaya geliyoruz. İş yetiştirmek çok önemi, karşındaki insanın güvenini oluşturmakla ilgili.

Marka yönetimi tarafında çalışan halkla ilişkiler uzmanı, müşterilerine karşı sorumludur aynı zamanda ajans yöneticilerine, patronuna, ve ekip arkadaşlarını işin yapılması için motive etmek zorunda hissetmektedir. Üstelik buna bir de profesyonel ilişki geliştirmesi gereken basın mensupları eklenmektedir. Bu durum bir süre sonra işte kendini geliştirememeye ve depresyona neden olabilmektedir.

Ayşe: Müşteri tabii ki senden çok şey bekliyor, bir şeyi bir yerden alıp bir yere götürmeni bekliyor, artık taşıyamayacağın bir yükün altında kaldıysan itelemiyorsun sürüklüyorsun, sürüklüyorsun. Bunu görmekte insan kendini de eleştirmeye başlıyor, bazen dört beş müşterin oluyor. Ve hepsinin farklı bir işi oluyor. Biriyle ilgileniyorken diğeriyle ilgilenemiyorsun. Ne oluyor, bu sefer bahsettiğimiz esnek çalışma dediğin esnek çalışma saatlerinin şeyin oluyoruz. Ve bu esneme bazen çok genişleyebiliyor ve hayatında iş haricinde görebileceğin bir şeyin kalmıyor. Sen kitap okumaya sinemaya vakit ayırmak isteyen bir insansan. Ben öyleyim, bir iletişimciysen hayatın içinde olman gerekiyor. Kendini kültürel olarak besleyemediğinde için boşalmaya başlıyor. Mutsuzluk içine girdiğinde ve kendini öyle gördüğünde de ben ne yapıyorum ya diyorsun, kendinle baktığında kendini zavallı görüyorsun. Ve kendini acıyorsun.

Ayşe iş hayatının tüm hayatı ele geçirmesini tarif etmektedir ve çok doğru bir biçimde esnek çalışmanın “çok genişleyebileceğine” dikkat çekmektedir. Ayşe'nin aktardığı risk, U. Beck'in tarif ettiği tahmin edilemeyen yan etkilerden biri olarak görülebilir. Görüşmelerimizin tümünde “kendine zaman ayırmanın önemli olduğuna” dair ima ve görüşler

almamıza karşın sadece bir görüşmecimizin özel hayatı ayırma konusunda bilinçli bir çaba sarfettiğini belirtmesi de bu anlamda okunabilir.

Öte yandan yukarıda tarif edilen “herşeyin sorumluluğunu üstüne alma eğilimi”ni açmak adına fazla çalışmanın doğal kabul edilmesi değerlendirilebilir. Örneğin Derya daha fazla çalışmanın kaynağını biraz da kendi psikopatlığı olarak yorumlamaktadır.

Derya: Xxxx (geçmiş ajansı) de gerçekten çok çok yoğundu. Burada böyle bir yoğunluk olmadığı için orada yaptığın ekstra iş çok ağırlına gitmiyor. Ben halledeyim, içim rahatlasın, ya da otururken bir yandan da bi sıkıntı da geliyor, ha şuna da bakayım diyebiliyorsun. Ya da müşteri mail attı, gece ertesi gün etkinlik var diye bir mail gelmiş, kalktım 4de gördüm, cevap yazdım falan böyle. Yapıyorum biraz benim psikopatlığım.

Yukarıda Ayşe'nin anlattığı “esnek çalışma'nın çok esnemesi riskini” ele aldığımızda Derya'nın kendi psikopatlığı olarak adlandırdığı süreç esnek çalışmanın biraz daha esnekleşmesine hizmet etmektedir. Ayşe'nin kaçındığı olaya Derya daha rahat etmek için onay vermektedir. Öte yandan esnekleşme ile ilgili bir direniş olduğu da gözlenmektedir. Örneğin Alime, şirkette blackberryler dağıtıldıktan sonra hemen cevap vermeye müşterilerini alıştırdıklarını ama artık yapmadığını belirtmektedir.

Alime: Hayır o kadar da değil. onu biraz alıştırdık aslında yani eskiden xxxx (o dönem ki müşterisi; marka adıyla tanımlıyor) bir şey yazdığı zaman anında cevap verirdim ben ama şimdi öyle bir şey yapmıyorum. Biliyorum ki daha fazlasını isteyecekler. Ben zaten şu an çok yoğunum daha fazlasını üstüme alamıyorum. Haftasonu çok telefon çalıyor. Sonra mesaj atıyorum. Duymamışım diye en fazla. O kadar değil. özel bir hayat var yani.

Çalışanların rutin işler ve bürokrasiye dair görüşlerini de toplamaya çalışırken “rutin” algısının Sennett'in de belirttiği üzere çağın genel akışkanlığının karşısında negatif bir okuma (devlet dairesine dönmemesi) olduğunu gördük. Ajans çalışanları “iş yetiştirmekle ilgili sorumluluk kendilerinde olduğu için” hızlı çalışılması gerektiğine inanmaktadırlar. Örneğin

Ayşe yaptığı işlerin kontrol edilmesini istemekte, ama bunun iş yükünü artırmaması gerektiğini düşünmektedir.

Ayşe: Kesinlikle işlerimi yavaşlattığımı düşünüyorum. Devlet dairesi olayına dönmemesi gerekiyor bazı şeylerin o kağıt çıktısı alıp o çıktının, eskiden çok çıktı alınırdı, sanal ortamda ilerlediği için daha da hızlandı aslında. Onu imzalasın diye bekliyorsun, o sırada müşteri bekliyor. Sen bunu sabah yapmışsın, sonuçta müşteriye karşı sorumlu olan sensin. Yoran bir şey aynı zamanda. Gereksiz iş yükü olan bir şey.

Ayşe, kontrole karşı değil, ama işinin hızını kesmemek gerektiğini düşünüyor. Mine'de rutin işlerden kendini geliştiremediği için istememektedir. Bu görüşmeci de rutin işler ile "öğretmen kafasında" olmayı "memur zihniyeti" ile birlikte görmekte bu anlamda kendini geliştiremeyeceği için "durağan" işi istememektedir.

Mine: (Orada, eski işyerini kastederek) Herkes öğretmen kafasında. Ben burada 2 yıl daha çalışsam burdan sonra çıksam bir yere sap olamam. Ne biliyor musun, PR bitti, medya listem bitti. Her şeyim bitti. Sadece istihbarat var ne ekonomi kaldı ne başka mecra. Ajanstaki gibi değil ki her müşterinin farklı talepleri var alışıyorsun. Orada öyle değildi. Bütün gün film izle adamlar ne yapıyorsun demez. Yeter ki iş çıkarma başına. Memur zihniyeti salla başını al maaşını.

R. Sennet başarısızlığın "en büyük modern tabusu" olduğunu söylüyor aynı zamanda "artık sadece en yoksul ve çaresiz kesimleri bekleyen bir kader olmaktan çıkarak, orta sınıfların yaşamında da daha sık karşılaşılan, sıradan bir olay haline geldi"ğini belirtiyor. (2010, s.113) Günümüz bireyi başarısızlık tabusunu iş hayatında da yoğun olarak yaşamaktadır. "Günün motto"su esneklik, başarı için de bir yol olarak uzun zamandır tarif ediliyor. Bu anlamda kendini geliştirmek için "sabit olmamak"; "hareketlilik" gerektirdiği çalışanlarca da kabul gördüğünü gözlemleniyor.

4.3 Sürüklenme ve Özel Hayat Dengesi

Sennett'in (2010) sürüklenme tespiti "hayatını yöneten olmak ve güç ilişkileri içerisinde doğru olduğuna inandıklarını yapacak güce sahip" olmak olarak okunabilir.

Sennett sürüklenmeyi anlatırken Rico'nun yaşamından kesitler verir. Rico'nun babası Enrico, "Büyük bunalım'ın ve İkinci Dünya Savaşı döneminin karmaşasının dindiği" (2010, s. 18) dönemde hangi yılda emekli olacağını bilecek, sürprizlere yer olmayan bir hayatı yaşamıştır. Sennett bu hayatın Enrico için "doğrusal anlatı" olarak anlam taşıdığını belirtir.

Enrico, deneyimlerinin maddi ve manevi birikime dönüştüğü açık bir yaşam öyküsü oluşturdu kendisine; bu yüzden hayatı kendisi için doğrusal bir anlatı olarak anlam taşıyordu. Bir snobun belki sıkıcı bulacağı Enrico, bu yılları, evinde tamirat yapı yapı, taksit ödeye ödeye ilerleyen dramatik bir öykü olarak yaşantıladı. Hademe, kendi hayatını kendisinin yazdığını hissediyor ve toplumsal hiyerarşinin alt basamaklarında olduğu halde, bu anlatı ona özgüven sağlıyordu. (2010, s.15)

Bu anlatı "kendi hayatını kendi yazdığını hissettirmekte ve ona özgüven vermek"tedir. (2010, s.16) Bu nedenle ajanslarda çalışan halkla ilişkiler uzmanlarının iki başlıkta sahip oldukları gücü sorgulamaya çalıştık. Birincisi geçmiş ve hali hazırdaki günlük iş akışı içerisinde kendilerini ne kadar "güçlü" hissettikleri genellikle onaylamadıkları projeler karşısında ne yaptığını sorduğumuzda ortaya çıkarken, ikinci olarak da gelecekte planladıkları kariyerlerini aktarırken, "kariyerini/hayatını yönetmekte olduğu hissi"ni yakalamaya çalıştık.

Öncelikle günlük iş akışında – özellikle müşteri ile yüzyüze geldiğinde- yüzde kaç söz hakkı olduğunu sordüğümüz Ayşe şöyle cevaplamaktaydı.

Ayşe: Onların (müşterilerin) %60 bizde %40 bizim diye düşünüyorum. Senin muhatap olduğun kişi anlıyor ama onun üzerindeki insanın aklında başka bir şey olduysa inanmadığın işi yapmak zorundasın.

Onaylamadığı projeler olup olmadığını sorduğumuzda da Derya, etikdışı bir şey olmadığını ama başarısız olur dediği şeyler olduğunu ve yapmak zorunda kaldığını belirtiyor. Derya bir grev anısını anlatıyor ve müşterisinin grevinde yazılması gereken bir metni ondan istediklerini ama "tam olarak yazdıramadıklarını" söylüyor. R. Sennett Rico'nun (2010, s.12) "iradesinin statik hale geldiğini, sadece belirli değerlerin yüceltilmesine saplanıp kaldığını" belirtir. Ayşe'nin anlatısındaki statik değer grev sürecinde belirginleşiyor.

Diğer taraftan hayatlarının tümüne bakmaları istenildiğinde; kendilerini ne kadar güçlü hissettiklerini sorguladığımızda “genel bir rota takibi” hissiyatı olduğunu gördük. Halkla İlişkiler sektöründe ajans çalışanlarının kariyerlerini genel olarak kurumsal şirkete geçerek sürdürmek eğilimi vardır. Ajanslar, edinilecek tecrübe nedeniyle bir mutfak olarak görülüp kurumsal şirkette daha iyi şartlarda çalışma imkanı olacağı düşünülür. Bu eğilimin görüşmelere de aynı şekilde yansıdığını gördük. Örneğin, hayat planlarını sorduğumuz Derya, “kısa dönem” daha çok maddi gelir elde etmek amacıyla kurumsal tarafa geçmek, ardından “daha sakin” bir yerde restoran açmayı planladığını aktarmaktadır. Derya, şakayla karışık kurumsala geçip o eziyetleri başkasına yapmak istediğini söylemektedir.

Derya: Ya 5 yıl sonra gibi kısa bir dönem benim için şu anda. eee yani kurumsala geçmek istiyorum. Ben de başkasına o eziyetleri yapacağım (Gülüyoruz) Mail yollayacağım falan. Kurumsala geçmek istiyorum.

Sürüklenme bölümünde Sennett’in, Rico ile ilgili dikkat çektiği noktalardan bir tanesi de arkadaş çevresi ve ailesi ile ilgili bölümdür. Sennett, Rico’yu iş hayatında başarıya ulaştıran özelliklerin, söz konusu aile olduğunda işe yaramaz hale geldiğinden bahseder. Rico da babası gibi çalışmayı ailesine hizmet etmek olarak görmekte, ancak Enrico’nun aksine Rico’nun işinin doğası onun bu hedefine ulaşmasını engellemektedir. Sennett’in bahsettiği bir özel zaman – iş zamanı ayrımı değildir. “Rico, danışmanlık firmasında işlerin yoğunlaştığı aylarda, “kendi çocuklarına yabancı hale geliyorum” demektedir. (Sennett, s.20)

Öte yandan, Sennett’in arkadaşlıklar ve dostluklar ile ilgili tespitleri de görüşmelerle örtüşmektedir.

“Rico bana, kendisinin ve Jeannette’in ancak işyerlerindeki insanlarla arkadaş olabildiklerini ve son on iki yıldır sık sık taşındıkları için bu arkadaşların çoğundan uzaklaşıp, onlarla ancak internet üzerinden görüşebildiklerini söyledi. Enrico’nun hademeler sendikasının toplantısında hissettiği cemaat duygusunu Rico elektronik iletişimde arıyor, fakat on-line iletişimin hep kısa sürdüğünü ve aceleye geldiğini söylüyor. Aynen çocuklar konusunda olduğu gibi; bir olay esnasında orada değilsen her şeyi ancak iş işten geçtiğinde öğrenirsin” (Sennet, 2010, s. 22)

Görüşmecimizin sadece 2si evli idi ve henüz çocuk sahibi olmayan genç çalışanlardı. Bu durum aile ile ilgili olarak sorgulamalarımızda daha çok ebeveynleri ile ilişkilerine odaklanmamıza neden oldu. Özellikle söz konusu olan genç çalışan kadınlar olduğunda ailenin çalışmadan daha çok evinde olmayı desteklemesi Türkiye toplumunun ataerkil yapısına uygun görünmektedir. Örneğin Yelda'nın ailesi üniversite okumasını istemiş ama çalışmasının ise pek destekçisi olmamıştır.

Yelda: Ben tek çocuğum. Annem daha doğrusu ailem benim üniversite bitirmemi çok istemişlerdir. İyi bir eğitime sahip olmam için. Çalışmamı istememişlerdi. Allaha bin şükür maddi bir zorluk yaşamadık. Annem işte yorulmanı istemiyorum. Tek çocuğun saçmalığı. Kendi emeklerimle iş buldum. Kendimi tatmin ettiğim şeylerde bunlar. Sonuçta sabahları mesela annem hiçbir zaman beni uyandırmaz. Ben kendim kalkarım uyusun zaten yeteri ki kadar çalışıyor yoruluyor. İşte 31 yaşındayım hala bunlar (gülüyor)

Ailesiyle birlikte yaşayan Derya da çocukluğunda babasının her zaman çok çalışmasına rağmen kendisi eski ajansında çok çalıştığında ailesinden "değer mi bu kadar çalıştığına" dendiğini, istifa etmeye karar verdiğinde çok desteklendiğini anlatmaktadır.

Derya: İşten ayrılma kararımı çok yoğun şekilde desteklemişlerdi. Hatta ben bir sürüncemeye bıraktığımda bayağı gün içinde telefon açıp ee verdin mi istifanı filan diyorlardı. Burada da mesela geç geldiğim zaman şey diyorlar yani böyle napiyosun sen mi kurtarıcan orayı gibi bir bakış açıları var.

Görüşmecilerden kendi aileleri ile şimdiki yaşamları arasında farklılıkları sorduğumuzda görüşmeler gerçekleştirildiği sırada 1,5 yıllık evli olan Ayşe'de çalışma şartlarından dolayı ajansda değil kurumsalda çalışmaya başladıktan sonra çocuk sahibi olmak istediğini belirtip, şu anda eve geliş saatinin belli olmamasına üzüldüğünü belirtmektedir.

Ayşe: Onun (annesi) çok fazla esnek çalışma saati de yoktu. Annem çalışıyordu ama geleceği saati biliyordum. Annesi çalışan bir çocuk için zor. Annesi çalışmayan çocuklara özenmişimdir. En azından geleceği saati bilmek. Büyük bir lüks. Şimdi

bakıyorum anne olan kişilere üzüyorum ya. Çocukları bekliyor beraber yemek yiyemiyorlar vb.

Türkiye’de esnek çalışma uygulamalarının (bir görüşmecimizin belirttiği gibi) işe başlama saatinin belli olduğu, iş bitişin sonuna doğru esnediği şeklinde söylenebilir.¹³ Bu anlamda ödenmeyen mesai saati anlamına da gelmektedir. Bu durum Ayşe’nin yaşamında gözlemlendiği ve aile kurumunun erozyonuna dair görüşündeki nedenlerden biri olarak görülebilir. Aynı zamanda Ayşe’de benzer yaş aralıklarındaki görüşmecilerimiz de ailelerinin yaşamları ile karşılaştırdığında çalışmanın özel yaşama doğru genişlemesini, yine aynı görüşmecimizin deyimi ile “esnek çalışmanın daha da esnemesi” durumunu gözlemlemektedirler.

Öte yandan Yelda de şu anda evli olmamasından dolayı esnek çalışma saatlerine uyum sağlayabildiğini, ailesinin destek olduğunu söylemektedir. Yelda maillerinin telefonuna düşmesi sayesinde 24 saat iş ile ilgilenebildiğini söyleyip, bu durumun ailesinin desteği ile kendisini yormadığını belirtmektedir.

Yelda: Beni yormuyor en azından çünkü bekarım. Kendime mesuliyetim var. Aileme var peki. Çocuğum eşim olduğu zaman hayatımı kısıtlayabilirim belki.

Görüşmelerde özellikle evli olmayan genç kadınlarla yapılması neticesinde ailenin kendileri için destek olarak görüldüğünü gözlemledik. Bu durum Tanıl Bora’nın da içinde yer aldığı ve beyaz yakalı işsizlik ile ilgili görüşmelere dayanan derleme kitap Boşuna’mı Okuduk’ta yer alan ailenin dayanışması ile benzerlik göstermektedir. Kitapta “aile, en güçlü işsizlik sigortası” isimli bölümde Aksu Bora, (2011, s.185) görüştükleri işsizlerden önemli bir bölümünün özellikle mezuniyet sonrası düzenli bir işte çalışma deneyimi olmayanların, “aile yanında yaşama, bir anlamda çocukluğun uzatılması olarak deneyimlendiğinde, işsizlik durumunda yapılan yardımlarda çocukluk döneminin harçlığı ve aile bakımı çerçevesinde daha rahat düşünülebilir olduğunu” belirtiyor. Aksu Bora’nın belirttiği çocukluk döneminin

¹³ Esnek çalışma ile ilgili ne düşündüğü sorulduğunda Derya şöyle demektedir: “Aslında başlangıç sabit ama bitiş biraz esnedi gibi. ☺ Başlangıç aynı saat ama yeri geliyor 8de bitiriyorsun, yeri geliyor 10da bitiriyorsun. Ama kalmak zorunda olduğun zaman oluyor.”

böyle uzaması, kadınlar için daha kabul edilebilir görünüyor görüşü tüm görüşmecilerin genç kadınlar olduğu bu araştırma için de benzer sonuçları veriyor.

Öte yandan Sennett'in dikkat çektiği arkadaşlar ile ilişkilerde dikkat çekici bir durumdan bahsedilebilir. Halkla ilişkiler ajans çalışanları açısından 24 saat çalışma durumu kimlerle görüşüleceğini de belirlemektedir. Görüşmecilerimizde birçok defa medya mensuplarının bir süre sonra görüştükleri arkadaşları haline geldiklerini belirtirler ki bu işin tüm hayatı içerir bir biçimde genişlemesine örnek verilebilir.

Yelda bu durumu özel hayat iş hayatı ayrımını aktarırken belirtmektedir. Yelda hafta içi plan yapmadığını zaten bir süre sonra basının arkadaşları haline geldiğini belirtmektedir.

Yelda: Şöyle tabi ki bir plan yaptıysam akşam ve işim çıktıysa iptal etme durumum oluyor. Ama sonuçta anlayışlı bir çevreye sahibim. Hafta sonları plan yapmaya çalışıyorum. Mesela eski müşterimde hafta sonları da çalışıyorduk. Otel müşterim vardı. Magazin basınına konsere götürüyordum. Ne oluyor çevren basından da oluyor belli bir zaman sonra arkadaşların oluyor zaten.

Bu durum kişisel bağlantıların öneminin arttığı freelance çalışanlarda daha sık görünmektedir. Ancak işin hayatın bir parçası olması tüm görüşmelerde öne çıkmaktadır. Dilek, burada bireysel bir kararı, yani bu dengede kendi kendine vakit ayırmanın önemine dikkat çekmektedir.

Dilek: Tabi canım, 9-6 diye bir şey yok hayatımda. 7 gün 24 saat görünmem gereken, gitmem gereken, belki iş ile çok alakasız ama arada kahve içip gönüllerini hoş tutmam gereken insanlar var. Bir şekilde hayatının bir parçası oluyor. Orada işte en büyük denge kendine vakit ayırman gerekiyor. Onu ayırmıyorsan orada çok problemin var. Ben mesela pilatese gidiyorum haftada 3 saat. 2,30 bir toplantı, pilates 16:00 yine toplantıya girerim. Çünkü kendim için yaptığım çok az şey var.

Sürüklenme tartışmasını hayatını yöneten olma duygusu ile ilişkilendirmiştik, görüşmelerimizde dikkatimizi çeken başka bir durum bu anlamda sürüklenme tartışması ile ilişkilendirilebilir. Görüşmecilerimizin bir çoğu, insanlarla yoğun bir iletişim içerisinde

olduklarından ve her şey çok hızlı aktığından “özel hayatlarına/ dostlarına” vakit ayırmaya enerjilerinin kalmadığından bahsettiler. Bu durum “insan yorgunluğu” olarak adlandırılabilir. Buradaki durum yabancılaşma ile de ilgilidir. Daha önceden piyasa dışı ilişkilerin bir parçası haline gelen hizmet, bakım, duygulanım, iletişim, gibi temel toplumsal fonksiyonların metalaşmasıyla birlikte, artık bu işlevleri kapitalist üretim koşulları içerisinde yerine getirmek durumunda kalan emek biçimleri, aynı işlevleri, iş yaşamı dışında yerine getiremez hale gelir. (Vatansever ve Gezici Yalçın, 2015, s.38)

Bu durum en çok sakin bir hayatı özlediğini belirten Derya tarafından net bir biçimde aktarıldı. Özel hayatını sorduğumuzda Derya eskiye nazaran daha az tahammüllü bir insan olduğunu belirtti.

Derya: Aslında şöyle bir şey, o kadar insanlarla muhatap oluyorsun ki, o özel hayatında çok fazla artık insanlara kahrını çekemez oluyorsun. Eskiye nazaran daha az tahammüllü bir insanım artık, çok rahat hayatımdan insan çıkarabiliyorum artık. Çekemeyeceğim seni. Yani üniversitedeyken arkadaşlarımdan bir takım isteklerini daha çok tahammül ederdim. Özen gösterirdim mesela. Şu anda böyle bir düşünce yok mesela. Bir sürü şeyle uğraşıyoruz, bununla mı uğraşacağız gibi bir noktaya geldim.

Freelance olarak basın danışmanlığı yapan aynı zamanda bir ajansta da çalışan Nur'da benzer bir biçimde telefon ile gün içerisinde çok konuştuğu için duvara atıp fırlatmak istediğinden bahsetmektedir. Nur insanlarla konuşmaktan imtina etmediğini ama özel hayatında telefon ile görüşmekten sıkıldığını söylemektedir.

Nur: Bütün ömrüm telefonda geçiyor benim. Gerçekten öyle. Bazen telefonla konuşmaktan o gün yapmam gerekenleri yapamadığımı fark ediyorum. Bazen o telefonu şeytan diyor duvara fırlat. Kırılmazsa yine fırlat.

Dilek de bir çok insanla görüşüyor olmanın bireysel hayatında daha yalnız kalma eğilimi doğurduğundan bahsetmektedir. Dilek bu kadar çok insanla konuşmanın kendisini yorup yormadığını sorduğumuzda aşağıdaki gibi cevaplamaktadır.

Dilek: Çoook. Eve girdiğimde kimseye merhaba demek istemem. O yüzden yalnız yaşıyorum. İnternette dizi ya da salak türk dizisi onların vardır. Oyunlarım vardır onları oynamaya bayılırım. Yani hiçbir şey düşünmeden bakmaya bayılıyorum. Kişisel hayatta da daha az konuşurum mesela. İşimle ilgili saatlerce ... ama kendimle ilgili insanlar çok az şey bilir mesela.

Günümüz kapitalizmine yapılan en önemli eleştirilerden biri gelişen teknolojik imkanların da artışı ile, insani kapasiteleri üretim sürecine dahil etmesidir. Özellikle “network”ün önemli hale geldiği freelance çalışmada belirginleşen bu durum, özel hayatında kiminle görüşeceğini de belirlemektedir. Dilek bunu “kahve içmem, günlünü hoş tutmam gereken insanlar var” diye açıklarken burada harcanan enerjinin dostluklar, aşklar gibi kişisel alanlarda bir düşüşe, bir kapanma eğilime yol açtığı söylenilebilir. İlginç bir biçimde, Yelda ortaokuldan beri görüştüğü dostu ile ayda 2 defa bir araya geldiğini, “sosyal hayatının” iş hayatına engel olmadığını söylemektedir. Öyle organize etmiştir. Yelda, iş hayatım sosyal hayatıma engel olmuyor dememektedir, tam tersini, iradi bir biçimde sosyal hayatının iş hayatına engel olmamasını sağlamaktadır.

Yelda: Ayda 2. ama zaten telefonla sürekli konuşuyoruz. Ee hepimiz çalışıyoruz. Çalışmasak bile bebekleri olan arkadaşlarım oluyor. Evine gidiyorum. Eve gittiğim için saat sorunun olmuyor. Şöyle söyleyeyim. Sosyal hayatım engel olmuyor. Böyle organize ettim. Bunun en büyük nedeni işi sevmek. İş sevmeyen zaman bırakamazsın psikolojin bozulur yapamazsın her şey sevmekten kaynaklanıyor.

Hem Bauman, hem de Sennett’in vurgu yaptığı “uzun vade yok” sloganı bu kişisel ilişkilere de sirayet etmiş görünmektedir. (Sennet, 2010 s.24, Bauman, 2011, s.35) Dostluk ilişkileri uzun dönemli sürse de, Rico’nun anlattığı gibi orda değilsen kaçırdığın özünü kaybetmiştir, çünkü o sırada görüşmecilerimiz fiziksel ya da ruhsal olarak “işte”dir.

4.4 Ölçümlenebilirlik, Duygusal Emek; İnanmadan Satamazsın

Halkla ilişkiler deneyimimde beni en fazla etkileyen cümlelerden biri sektörde sık sık duyduğum görüşme sonuçlarına da yansıyan “inanmadan satamazsın” cümlesi idi. Görüşmeler sırasında da bu cümle sık sık karşıma çıktı. “İnanmadan satamazsın” kimi

zaman gazeteciler ile ilişkilerinde gazetecilerin haber değerine ikna edilmesi, haberin satılması¹⁴ için kimi zaman işinde başarılı olmak için verilmesi gereken duygusal emeği anlatmak, kimi zaman ise marka ile kurduğu duygusal ilişkiyi aktarmak (markanın çocuğun gibi olması) için kullanıldı.

Bu bölümde görüşmecilerin kullandığı “inanmadan satamazsın” cümlesinin analizini yaparak, bu cümlenin duygusal ve duygulanımsal emek ile ilişkisi ortaya çıkarılmış ve bu emek türü ile “yabancılaşma” arasındaki ilişki sorgulanmıştır.

Örneğin gazetecilerle ilişkide Derya işini sahiplenmek ile “haberi satmak” arasında bir bağlantı kurarak, mevzusundan inanmadığın şeyi satamayacağından bahsetmektedir. Öte yandan işini inanmadan yapamayacağın iki görüşmecimiz tarafından markaların “çocuğun gibi” olması durumu ile ilişkilendirildi. Örneğin Ayşe markaların sorumluluğunu aldığını bunun işinin bir parçası olduğunu belirterek, bir baskı hissedip hissetmediği durumunu “markanın çocuğu” gibi olmasına bağlamaktadır.

Ayşe: Açıkçası o baskı işin kendisinden gelen bir şey. Senin çocuğun varsa her koşulda çocuğuna iyi bakmak zorundasın. Marka da senin çocuğun gibi oluyor bence. Onun gerçekten hasta olduğunda onunla ilgilenmelisin ateşi çıktığında dikkat etmelisin vitamin vermelisin sürekli beslemelisin ne bileyim bir çocuğun sorumlulukları anne olduğunda varsa aynen marka da senin elinde olduğunda ya da sen o markanın iletişimini üstlendiğinde çok daha dikkat etmek zorundasın.

Dilek’de çocuğun gibi görmeyi ve inanmayı markanın yaratıcı sürecinin bir parçası olarak görmektedir.

Dilek: İlk sunumlarda yazdığın şeyleri inanarak yazmazsan olmaz ki, saf akıllı diye yazıyorsan son gördüğünde de öyle oluyorsun. Çocuğun gibi yaa. Müzikte çok iyi, akıllı falan. Anne olarak onu orda görmek istediğin için orada görüyorsun.

¹⁴ “Haberi satmak” sektör jargonu olarak kullanılmıştır. Anlamı halkla ilişkiler uzmanının gazeteciyi konunun haber değeri konusunda ikna etmesi ve haberin yapılması için adımların atılmaya başlanmasıdır. Bilindiği üzere halkla ilişkiler uzmanları gazeteciler ile “editöryal” ilişki geliştirirler. Bu anlamda hiçbir ücret sözkonusu değildir. Bu anlamda “satmak” bir parasal ifade olarak değil, ikna kabiliyeti becerisi gibi somut bir yeteneği, bir durumu tarif etmek üzere kullanılmış görünmektedir

Devamında Dilek inanmadan bu işin yapılamayacağını belirtmektedir.

Dilek: Basın bülteni yapıp göndermek, ya da kimse de yapamaz inanmadığı hiçbir şeyi yapamaz. Kendinden verdiği özveri verdiği bir şeyi inanmadan yapabilir misin?

Tez içerisinde halkla ilişkiler sektöründe gayri maddi bir üretim olduğundan bahsedilmiş, kullanılan emek türü ise duygusal (emotional labour) ve duygulanımsal emek (affective labour) yoğunluklu olarak değerlendirilmişti. Duygulanım durumlar ile bedenler arasındaki ilişkiselliği kuran yoğunluklardır. Duygu ise, ilişkiyel bir yoğunluğun bir kısmının yakalanıp, bir biçime ve anlama sokulup, böylece şekillendirilmesi olarak da tanımlanabilir.¹⁵ diyen Akalın'ın (2007) ayırımında duygusal emekte, artık emekçi'nin geri dönebileceği bir özbenliği varken, duygulanımsal emekte bu özbenlik yoktur. Emekçi, satmak istediği şeye "inanmak" zorundadır. Peki bu süreçte, söz hakkı ne kadardır? Örneğin, işin kolaylıkla yürütmesi için biraz daha "flörtöz" olabileceği söylenen Alime, bunu sadece sevdiği markalarda çalışan insanlara yaptığını belirtmektedir.

Alime: Yani evet yine xxxx (geçmişte çalıştığı marka) diyeceğim maalesef onlara karlı diyorlar ki biraz daha flörtöz ol. Ama olamam hayır olmamam. Ya da olmaya olurum xxxx çocuğa (diğer bir markasındaki müşteri temsilcisi;)¹⁶ çocuğa onlar çünkü müşteri olarak sevdiğim insanlar ama (xxxx)'e olamam. Kusura bakmasın çünkü o benim kalbimi kırdı. Yapamıyorum. Nemrut olduğum için değil. Zaten normalde nemrut değilim kendimi gülmeye zorlamıyorum.

Burada bir parantez açarak, halkla ilişkilerin sektörel olarak "gülümseyen" "sorun çözen" bir imajı olduğundan bahsettiğimizde işin duygular ile ilişkisi de tartışıldı. Ayşe kendisinin işte en çok zorlandığının "duygusal bir varlık olduğunu unutmalsın, her şeyi dışardı bırakmak zorundasın" diye cevapladıktan sonra, bırakmadığında ne olduğuna dair şöyle cevap vermektedir.

¹⁵ Ayşe Akalın, age.

¹⁶ Görüşmecilerimiz; görüşmeler sırasında hizmet verdikleri markalardaki temsilcileri kastetdikleri zaman genellikle marka ile bağdaştırdılar. Bu bağdaştırma bazen insanlar yerine direk markanın adını söyleyerek, bazen de markanın adına –ikeler (içindekiler manasında, örneğin Apple'dakiler) oldu. Alime, birinci olarak sevmediği markasındaki insanlardan bahsederken marka adını kullanıyor, ikinci olarak söylediği sevdiği markasından bahsederken biraz daha kişiselleştirerek xxx'deki çocuk diyor.

Ayşe: İşte seni yaydığın enerji herkesde bir mutsuzluk olumsuzluk oluyor e müşteri kim ister ki donuk bir sesle konuşmayı, ben karşı tarafı da anlıyorum. Ama en önemli şey empati kurabilmek. Bizim psikolog olmamız gerekiyor kendi psikologumuz.

Günümüz çalışanından temel beklenti sadece fiziksel değil, duygusal “enerji”sini yönetmesidir. Bu beklenti Ayşe tarafından kabul edilmiş görünmektedir. Ancak “empati kurulamadığı” zamanlarda bireysel bir çözüm önerisi vardır.

Dilek’in de belirttiği gibi ajans çalışanları genellikle “kendilerinden özveri” de bulanarak işlerini yürütmektedirler. Mine çok önemli bir noktayı belirtmektedir işe verilen “maneviyat” alınan “maddiyat” arasındaki ilişki çok dengesizdir.

Mine: Yani (işin) sana verdiği maddiyattan istediği maneviyat daha fazla. Kat kat kat. Çok daha fazla. onun parasını veremez. Çünkü seni öyle bir konuma sokuyor ki, sana bir rahatlık vermiyor. Biz işte oturduk artık hayatımız öyle bir hale gelmiş ki , kuaför konuşur 4 kız arkadaş değil mi? İş iş iş. Bir ara birazcık siyaset konuştuk. Sonra kalktık, biz manyak mıyız dedik. İş konuştuk. Senin müşterim böyle, senin ki öyle. Aman o öyleydi. Şunu şöyle yapsan daha iyi olur falan. Modern köleyiz işte.

Bu “inanma gerekliliği halinin” genişleme eğiliminde olduğu gözlenmektedir. . Mine bir adım ileriye giderek, modern köleyiz derken, bir köle gibi, tüm hayatının “iş” tarafından ele geçirilmesi sürecinden bahsetmektedir. Burada Akalın’ın (2007) Lazzarato’dan aktardığı organikleşme sürecinden bahsedilebilir. “Özellikle 1970’lerden itibaren bilgi ve bilişim sektörlerinin yükselişi, üretimi fabrikaların dışına taşır. Bunun yanı sıra hizmet sektörü de gene aynı dönemde kapitalist üretimin önemli bir ayağı olarak belirir. Bu iki ana gelişmenin sonucu olarak, daha önce “iş” olarak adlandırmadığımız pek çok durum, kapitalist mübadelenin bir parçası haline gelir. Üretim, geleneksel manadaki somut, sayılabilir, ölçülebilir ürünler yerine hizmet, bilgi ve iletişim gibi ölçülemez şeylerin ortaya çıkarılması sürecine dönüşür. Fabrikalar ortadan kalkmasa da üretimin salt fabrikaların içinde yapılma zorunluluğu ortadan kalkar. “Eski” fabrikada teknoloji, insan ve sosyal ilişkileri iç içe geçmiş mekanik bir bütün olarak işler. Yeni fabrikanın ise dışarıdaki toplum ile olan ilişkileri daha organikleşmiştir.” Bu organikleşme hali, yeni kapitalizmin hegemonik bir biçimde sadece bedeni değil, gündelik hayatı kuşatma ve onu da ekonomik mübadelenin bir parçası haline getirme eğilimi olarak okunabilir.

Deleuze günümüz kapitalizminin hegemonik şeklinde üretimin artık fabrikaların içinde olup bitmediğini, fakat gündelik hayatın geneline yayılıp onu kuşatarak, toplumsal

Tablo.3 - İstihdamın sektörel dağılımı

	2002	2003	2004	2005	2006	Fark*
	Bin Kişi					
Tarım	7,458	7,165	7,400	6,493	6,088	-1,370
Sanayi	3,954	3,847	3,988	4,281	4,407	453
İnşaat	958	965	1,029	1,171	1,267	309
Hizmetler	8,984	9,170	9,374	10,101	10,569	1,585
Toptan ve perakende ticaret, otel-lokanta	3,980	4,052	4,179	4,547	4,730	750
Ulaştırma, haberleşme ve depolama	1,004	1,022	1,100	1,131	1,163	159
Mali kurumlar	697	738	786	872	1,011	314
Diğer hizmetler	3,303	3,359	3,309	3,552	3,665	362
Toplam	21,354	21,147	21,791	22,046	22,330	976

Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi ve kendi hesaplamalarımız.

* 2002-2006 dönemindeki değişimi ifade etmektedir.

ilişkilerin içine sızıp bu ilişkileri örgütleyerek yürütüldüğüne işaret ediyor ve kapitalizmin toplumsal ilişkileri bu şekilde örgütleyerek ve düzenleyerek, maddi üretimden ziyade yeni emek ve değer biçimleri üretmeye yöneldiğini söylüyor. (Özgün, 1999)

Meslek, sektör ve yeni kapitalizme özgü yukarıdaki tüm belirsizliklerin içerisinde Sennett'in Karakter Aşınması kitabında bahsettiği kağıt fabrikasının "rutin içerisinde huzur ve mutlulukla çalışan işçilerinin" izlerini bulmamız zor olabilir ancak Sennett'in rutin çalışma ile ilişkilendirdiği fordist yönetim biçiminin izlerini arayabiliriz. Burada öncelikle tartışmanın biraz dışına çıkma riskini alarak genel olarak Türkiye'de iş yapış biçimleri ve Sennett'in iş hayatına rutinin hakimiyeti ile ilgili görüşleri ile ilgili bir parantez açmak durumundayız. Sennett Karakter Aşınması'nda verdiği 1 numaralı istatistikte sektörlere göre istihdamı aktarır ve Amerikada bulunan 4 iş kolu sayıp "net bir istatistik vermek zor olsa da" "çalışanların büyük bir bölümünün hala fordizm çemberinde hapis" olduğunu söyler. Türkiye için benzer bir istatistik Türkiye Ekonomi Kurumu'nun makalesinden alınabilir.

Elbette ki Amerika ve Türkiye'nin yönetim bilgisi süreci çok farklıdır. Türkiye'nin "iş sisteminin temel niteliklerinin girişimcileri örgütsel başarılar için içsel verimliliği artırmaya dönük yönetim bilgisinden yararlanmaya ek yöneltmediğini" bu bağlamda sermaye

gelişiminin Amerika'ya nazaran “devlet odaklı ve kişisel ilişkilerin gelişimi” üzerinden yürüdüğünü belirtebiliriz. (Özen, 2002) Bu anlamda Sennett'in Amerikada verdiği istatistiklerde fordizm uygulamalarının daha yoğun olacağını söyleyerek, Türkiye'de bu sürecin daha çok 80 sonrası Toplam Kalite Yönetim sistemi gibi yönetsel sistemlerin tartışılmaya başladığını belirtmemiz gerekmektedir.

Daha önce iç işleyişini ölçümsüz bir fordist sisteme benzettiğimiz halkla ilişkiler ajanslarında çalışan görüşmecilerimiz içerisinde sadece birinde işin aldığı sürenin hesaplandığı bir bilgisayar programının kullanılmaya başlandığını gördük. PR şirketlerine özgü olarak hazırlanan VakitNakittir programı yapılan işi müşteri bazlı ölçümlemeyi hedefleyen bir internet bazlı program. Ancak görüldüğü üzere uygulama zaman bazlıdır. Ve gayri maddi (immaterial) üretimlerde duygulanımsal emek ve duygusal emeğin ölçümlenebilmesi mümkün olmadığı gibi, daha çok sektör içerisinde yeni tür bir fordist sistemin uygulanması için bir adım olarak değerlendirilebilir.

3. 4 Başarı – Başarısızlık Sarmalında İş Etiği

Halkla ilişkiler ve etik çok önemli ve geniş bir tartışma başlığıdır. Bilginin üreticileri olarak halkla ilişkiler uzmanlarının “etik kodlar” ile hareket edip etmediği, bu etik kodların neler olduğu hali hazırda sektör¹⁷ tarafından değerlendirilen geniş bir başlıktır. Bu çalışma içerisinde sektörel bir halkla ilişkiler ve etik tartışması yapılmamış ancak bu bölümde görüşmecilerin belirttiği iş etiği kaygıları ile başarı- başarısızlık arasındaki ilişkiye dikkat çekilmiştir.

Daha önce belirtildiği gibi R. Sennett Karakter Aşınması kitabında, başarısızlığın en büyük modern tabusu olduğunu yazar. Sennett'e göre, “başarıya ulaşma reçeteleriyle dolu olan popüler kitaplar, başarısızlıkla baş etme konusunda büyük ölçüde sessiz” Başarı konusundaki yol göstericilik, başarısızlığın üstünü kapatmayı sağlıyor. (2010, s.124) Böylece başarısızlıklardan alınacak etik ders gözden kaybediliyor ve hızlanan iş hayatının getirdiği yüzeyselleşme, derinleşmeme hali iş yapışın temel aksını belirliyor. Emekçi içine

¹⁷ Sektörün önemli derneklerinden İletişim Danışmanları Derneği, etik kuralları daha önce açıklamak ile birlikte yeni dönem seçimlerinde “etik kurul” oluşturdu. <http://www.haberler.com/ida-yeni-baskani-isil-aridag-unite-iletisim-ykb-6749357-haberi/>

sinen üretimi yapabilmesi için, yüzeysellikten kaçma ihtiyacı duyuyor. Ancak bu kaçış için gereken zaman “iş zamanında” bulunamıyor. Derya gün içindeki yoğunluğu sırasında içine sinerek iş yapıp yapamadığını sorulduğunda şöyle cevap veriyor.

Derya: (Müşteri) Acil bekliyoruz dediği noktada. Ama bunu müşteriye zamanımız olsaydı buradan daha iyi iş çıkardı ama bu kadar kısa zamanda bu kadar iş çıkıyor diyoruz. Ama o sen diyorsun ya o biraz senin seçimin falan diye, ama o daha fazla çalışmayı iyi bir şey üretebilmek için de yapıyoruz, hafta içinde o arada halledemiyorken, ben bunu eve götürüp evde çalışayım, çünkü burada yaptığım yüzeysel bir şey olacak. Yani mesai saatinde telefona da bakmak zorundasın, insanları da cevaplamak durumundasın, orada ne kadar konsantre olabilirsin ki. Yani takıyorum kulaklıklarımı açıyorum müziği tam o zaman yazıcam. Konsantre olabiliyorum, birisi oradan sesleniyor, telefonla müşteri arıyor falan, yine bölünüyorsun.

Aynı durumdan Mine’de bahseder, “çalışma ortamı” kaliteli bir iş için sana olanak sağlamamaktadır, çünkü “zaman” yetmemektedir.

Mine: Yine de yetmiyor, salla pati yapıyoruz, aman gitsin, bitsin. Kaliteli bir iş sana olanak sağlamıyor ki, bir çok müşteri var. Birçok şeyi detayıyla düşünmüyorum.

Yüzeyselleşme olarak adlandırılabilir yukarıdaki yaklaşımın, iletişim gibi detaylara hakim olmayı gerektiren ve iletişim kazalarının yüksek olma riskinin olduğu bir sektörde bile olması sadece zamanın yetmemesi değildir. Burada U.Beck’in asla tahmin edilemeyen risklerin olduğu bir toplumda, öngörülemeyen yan etkilerin değişimi yönettiğini hatırlatılabilir. Bu toplumsal eğilimin çalışmaya başka dinamiklerle birleşerek böyle bir etki yaptığı düşünülebilir.

Etik ile ilgili olarak değerlendirirken halkla ilişkiler uzmanlarının kendi tercihleri – işi daha iyi yapmak – daha sakin zamanda yapmak için, mesailerini uzattıklarını yazmıştık. Mesailerin esnemesinin diğer bir nedeni ise daha basittir, işler yetişmemektedir.

Alime: Evet tabii ki (işimi) her zaman daha iyi yapmalıyım. Ama sonuçta, yani aslında kalıp yaptığım zamanlarda daha iyi yapmalıyım için kalmıyorum. Yetiştiremediğim için kalıyorum. Bir şekilde yani onun yerine başka iş alıyorum gündüz, onu yapıyorum yapıyorum, bitiriyorum, sıra gelirse onu da başlıyorum ama bazen hiç sıra gelmiyor. Bazen bölünmemesi gereken şeyler kalıyor.

Öte yandan iş yaşamında beklenen ve yukarıda “yüzeyselleşme” olarak tarif ettiğimiz durumu yaratamayan çalışanlar kendilerini başarısızlık riski ile karşı karşıya hissetmektedirler. Bu durumu görüşmeler sırasında Ayşe, başarının sonuç ile ölçülmesi ile açıklamaktadır. Eğer öğrenmeyi çok sevmeseydi, mesleğinde daha başarılı olabileceğini söyleyen Ayşe, *“Yeter ya öğrendiğin şey uygula yap yap yap bir şekilde kotar, bu mantıkla bakıldığı zaman çok fazla aslında seni kendine kattığın bir şey olmuyor ama başarılı sayılıyorsun. Bak işte yapıyor bu sorumluluğun bilincinde. Ben kendimi açıkçası öyle hissetmiyordum”* demektedir.

İş hayatında başarı ve etik birbirleriyle yakından ilişkili kavramlardır. Başarı bir şeyi gerçekleştirme hali, etik ise onu kontrol eden toplumsal bilinç olarak düşüncecek olursak, “etik” sınırlama gücünü temsil edecektir. Ancak aşağıda Bauman’ın (2011, s. 218) aktardığı üzere yeni kapitalizmde etik bir çok açıdan zarar görmüştür. Bauman, Hans Jonas’dan alıntı yaparak, etik sorununa önemli bir yaklaşımda bulunur.

“Jonas’a göre, insanlık tarihinin büyük bölümü için, “mikro” ve “makro” etik arasındaki açıklık bir problem oluşturmuyordu; ahlaki dürtünün geride kalması, insan eylemlerinin yarattığı sonuçların (insan eyleminin teknolojik olarak belirlenmiş ölçüğü veri alındığında) eşit derecede sınırlı olması gibi basit bir sebepten ötürü uç tehlikelerle dolu değildi. Ne var ki son zamanlarda, insan eyleminin doğrudan ve dolaylı sonuçlarının büyüklüğü geometrik olarak artmıştır ve bu büyüme insanın ahlaki kapasitesinde benzer bir büyüme ile karşılanmamıştır. Şu anda yapmaya muktedir olduğumuz şeyler, ne keşfedebildiğimiz, ne de hayal edebildiğimiz uzak ülkeler ve uzak kuşaklar üzerinde derin ve radikal sonuçlara sahip olabilir. Gene de insanlık güçlerinin eline bırakılan aynı gelişme, görülmemiş büyüklükteki araçlar ve silahlar, sıkı bir normatif düzenlemeyi gerektirerek, “normların türetilebileceği temelleri aşındırdı; aslında norm fikrinin kendisini tahrip etti”. Her iki sapma da, insanların yapabileceklerine sınırlar koyan ve yapılabilecek olanı yapılması gereken olarak kabul etme olasılığı olmayan bilimin eseridir: Bir şey yapma yeteneği, bilim için teknoloji için, bilimin yürütüme gücü onu yapmak için gereken sebeptir. Dolayısıyla,

Jonas'ın da belirttiğine göre, yeni güçler yeni etik anlayışları gerektirirken ve fena halde gerektirirken, onlar eşzamanlı olarak, etik kaygıların onların sınırsız kendi kendini harekete geçiren büyümesini durdurması şöyle dursun, müdahale etme hakkını bile inkar ederek bu ihtiyacı karşılama imkanını zayıflatır”

Ayşe'nin anlattıklarına baktığımızda onu işin kendisi için sevdiği yanı –yeni şeyler öğrenmek’ den alıkoyan nedenlerin onun daha “başarılı” olmasını sağladığını görüyor. Hem Mine'nin hem Ayşe'nin söylediği gibi işin hızlı akması, yüzeyselleşmeyi, riskleri detay düşünmemeyi gerektiriyor. Ve yüzeyselleşme eğiliminin ta kendisi bir yeni güç olarak Jonas'ın söylediği gibi “etik kaygıların onların sınırsız kendi kendini harekete geçiren büyümesini durdurması şöyle dursun, müdahale etme hakkını bile inkar ederek bu ihtiyacı karşılama imkanını zayıflatıyor”

Sonuç Yerine

Yaşanan üretim tarzı dönüşümünün zeminini tıpkı sanayi devriminde olduğu gibi yaşanan teknolojik ve bilimsel sıçramalar sağlamış görünmektedir. Ancak değişim üretici güçlerin tümündedir. Bauman'ın (2008) aktardığı gibi bugün emekçilerin yaşam biçimlerinin ve de çalışma biçimlerinin değişimi çok daha büyük bir değişimin göstergesidir.

Yeni kapitalizmin sembolü hiç kuşkusuz bilgidir. Bilgi, teknoloji sayesinde zaman ve mekandan bağımsızlaşmış, iletişimin güçlenmesi ile ekonominin yapısal bir parçası haline gelmiştir. Bilginin yayılma hızındaki artışa piyasanın tepkisi esnekleşme ve daha çok esnekleşme olmuştur. Esnekleşme sadece çalışmanın zaman ve mekandan bağımsızlaşması değil, söylem düzeyi de dahil olmak üzere yeni kapitalizmin ayırt edici özelliklerinden biridir. Her iki kavramsallaştırmada çalışmanın son 40 yılki dönüşümünü anlamak üzere anahtar etkilere sahip olduğuna inanılmaktadır. Ancak gündelik iş deneyimleri üzerinden son 40 yılda yaşanan dönüşümün bireysel hayatlara izdüşümleri, aktörler tarafından nasıl deneyimlendiği ve nasıl tekrar üretildiği yeterince tartışılmamaktadır.

Yeni kapitalizmde çalışmanın geçirdiği dönüşümün en iyi tartışılabileceği alanlardan biri de halkla ilişkilerdir. Bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler, yeni kapitalizmin doğumu ile ortaya çıkmasının zemini hazırlanan mesleklerden biridir. Gerek sanayi

kapitalizmine göre emekçilerinin profilinin değişimi (erkek işçiden kadın işçiye geçiş), (feminisation of labour), gerek kullanılan emeğin niteliği, (kol emeği değil zihinsel emek kullanımı) gerek ise maddi olmayan (immaterial) ürün üretimi yönü ile halkla ilişkiler tamamen yeni olana ait bir alan olarak görülebilir. Bu araştırma sektörel bir araştırma niteliğinde olmayıp, (çalışmanın dönüşümü bağlantılı sektörel sorunlara referans vermek ile birlikte) odaklandığı alan, çalışmanın dönüşümü üzerine emekçilerin “gündelik iş deneyimleri” tartışılarak hem bireysel hem de çalışma hayatına dair genel bir fotoğraf çekilebilmesidir.

10 adet derinlemesine mülakata dayanan araştırma sırasında benim geçmiş halkla ilişkiler tecrübemin çok ciddi bir kolaylaştırıcı olduğunu belirtmem gerekir. Bu durumun gerek benim profesyonel tecrübem sırasında edindiğim gözlemlerimin sorgulanmasına gerek ise derinlemesine mülakatların doğal akışı içerisinde birkaç başlığı net bir biçimde açılabilmesine yardımcı olduğuna inanıyorum. Ancak tezin saha değerlendirmeleri bölümünde bulunan başlıkların her birine özel araştırma yapılması gerektiğini, buradaki çalışmanın daha çok geniş bir istikametteki saha bulguları içerisinde birbiriyle çeliştiği gözlenen iş deneyimlerinin teorik arka planlarla birlikte değerlendirilmesi olduğunu söyleyebiliriz.

Değişim, her adımı ile yeni ve tamamı asla öngörülme riskler ortaya çıkartarak, birbirine karşıt eğilimler barındırmaktadır. Bu anlamda değişimi anlamının bir yolu bu karşıt eğilimleri ve tamamen öngörülemezliği kabul edilse de riskleri ortaya çıkarmak olabilir. Bu anlamda saha araştırmasının bölümleri görüşmecilerin belirttikleri gündelik iş öyküleri içerisindeki karşıt eğilimleri tespit etmeye odaklanıldı.

Tez sırasında bu bulgulardan birkaç önemli ve gelecekte daha detaylı tartışılması gereken başlığı açabileceğimizi düşünüyorum.

Birincisi “iletişimin” hızının teknolojik olarak artması ve sermayenin sabırsızlığı iş hayatının hızını artırmakta görünmektedir. Bu durumun çalışmaya bir etkisi “yüzeyselleşme” dir. Yüzeyselleşmenin beden emeğinin kullanıldığı üretim noktaları ile zihinsel daha da açarsak duygusal ve duygulanımsal emeğin kullanıldığı üretim alanlardaki etkisinin birbirinden farklı olacağı kesindir. Yüzeyselleşme emekçinin hız baskısı altında yapılan üretim ile bağlantısızlık, üretimi için gerekli derinleşmeyi sağlamaması gibi bir durum olarak okunabilir. Ancak halkla ilişkiler sektöründe kullanılan duygulanımsal emek, üretimi için

derinleşme ihtiyacı gerektirmemekte midir? Bu durum “yabancılaşma” kavramı çerçevesinde tartışılmalıdır.

İkinci olarak temel toplumsal fonksiyonlar kapitalist üretim koşulları içerisine alındıkça, işin bireyin toplumla ilişkisi üzerine etkisi artmaktadır. Bu durum mesai saatlerinin artması değildir. Duygulanımsal emek türü için kullanılan toplumsal fonksiyonların hayatın diğer alanda kullanılamaması, bu anlamda “yanlızlaşma”dır. Görüşmecilerimizin belirttiği “özel hayata enerjinin kalmaması” durumu böyle görülebilir.

Üçüncü olarak yapılan işin belirsizlikleri yeni kapitalizmin doğasına sinmiş görünen belirsizlik eğilimi ile birleşmiş görünmektedir. Bauman’ın belirttiği gibi belirsizlik en güçlü bireyselleştirici etkilerden biridir. Bu anlamda yeni kapitalizmde çalışma bireysel olarak algılanmakta ve karşı tarafta güven oluşturmak gibi “kişisel” özelliklerle bağdaştırılmaktadır. İşin kişiselleşmesi sorumluluğun birey tarafından alınması, “süpermen” olmayı gerektirmektedir. Ancak sorgulama ve derinleşmeyi öneren düşünürlerin aksine gündelik iş hayatındaki çözüm önerisi, “çok üzerinde durmamak”dır. Bu anlamda beklenen içi boş bir bireyselleşmedir.

Tez içerisindeki ilginç bulgulardan biri de “patron imgesindeki” değişimdir. Günümüz emekçisi, Sennett’in belirttiği “rutinin koruyuculuğu” içerisinde değildir. Esnek ve akışkan bir dünyada, belirsizlikler ile başetmek durumundadır, bu hissiyat içerisinde patronun kimi yönetme rollerini devrettiği görünmektedir. Bugün “patronun” temel misyonu yönlendirmedir ve piyasa koşullarına tabidir. Bu eğilim genel olarak tüm iş hayatının piyasa koşullarına adaptasyonu diye adlandırabileceğimiz bir durumla birlikte görünmektedir. İşin hızı ve yönetimi tamamen bilinmez bir “piyasa” tarafından yönetilmektedir. Aynı zamanda “denetim” misyonunun bir bölümünün müşterilere bırakılmış olması da önemli bir gösterge olarak alınabilir. Patronun buradaki görevinin, şirketin ve çalışanların bu bilinmez piyasa koşullarına uygun olmasını sağlamak gibi görünmektedir. Bu durum yeni kapitalizme özgü esnekleşme uygulamalarının mikro yansıması olarak değerlendirilmiştir.

Beşinci ve son olarak, “işini severek yapmak ve içine sinerek çalışmayı” bir etik kod olarak alacak isek, başarılı olmak için sonuç odaklı yaklaşımın hakim olduğu iş dünyasında etik kaygıların Sennett’in tabiriyle “başarısızlık tabusu” ile yönetildiği söylenilebilir.

KAYNAKÇA

Akalın, A (2007) Duygu ve duygulanımsal emek üzerine notlar, *Birikim Dergisi*. Sayı 217

Akdemir, M ve Odman, A (2008) Tuzla'da örülen ve üstü örtülen sınıfsallıklar, *Toplum ve Bilim Dergisi*, Sayı: 113

Aytaç, Ö. İlhan, S, (2008) Yeni kapitalizmin kaotik evreni: belirsizlik, sömürü ve ahlaki kiriz. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 10, Sayı: 1

Balcı, Y. (1997, Mayıs - Temmuz). Geçmişten geleceğe çalışma ilişkileri. *Çerçeve Dergisi*, Yıl 5. Sayı 17.

Bali, R. (2002) *Tarz-ı hayattan life style'a*, İstanbul: İletişim Yayınları

Bauman, Z. (2011) *Bireyselleşmiş toplum*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Belek, İ. (1997). *Post-kapitalist paradigmlar: postkapitalizm, endüstri ötesi toplum, post fordizm, esnek uzmanlaşma, ikinci endüstriyel bölünme, enformasyon toplumu, disorganize kapitalizm*. İstanbul: Sorun Yayınları

Beck, U. (1999) *Siyasallığın icadı*. (Ünler, N. Çev). İstanbul: İletişim Yayınları

Beck, U. (2011) *Risk toplumu: yeni bir modernliğe doğru* (Doğan, B. Çev). İstanbul: İthaki Yayınları

Bora, T ve Bora, A ve Edoğan, N ve Üstün, İ. (2011) *Boşuna mı okuduk: Türkiye'de beyaz yakalı işsizliği*. İstanbul: İletişim Yayınları

Castells, M, (2005). *Ağ toplumunun yükselişi – enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür* 1.cilt. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları

Drucker, P. (1993) *Kapitalist ötesi toplum*. (çev. Çorakçı, B.) İstanbul: İnkilap Kitapevi

Gerçek gücünüz esneyebilmeniz. Edinme tarihi: 02.04.2013
http://www.kariyerinfo.com/kariyer_yazilari.asp?T=35&S=27&I=0&TID=2887

Gorz, A. (2007) *İktisadi aklın eleştirisi*. (çev. Ergüder, I.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Şimşek, A. (2001) *Yeni orta sınıf*. İstanbul: Ephoke Yayınları

Halkla ilişkilerin önemi artıyor. Edinilme tarihi: Ocak 2015, <http://www.kariyer.net/kariyer-rehberi/halkla-iliskilerin-onemi-artiyor/>

Hardt, M. ve Negri, A. (2001) *İmparatorluk*. (Yılmaz, A. Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Harvey, D. (1993) *Esneklik: tehdit mi yoksa fırsat mı?* (Çev. Ayça Kurtoğlu), *Toplum ve Bilim*, Sayı 56-61, Bahar, 1993

Kumbetoğlu, Belkıs (2000) *Çalışan Kadınlar ve Küreselleşme*, Görüş, Eylül, 2000

Kumar, Krishan, (1999), *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları* (Çev: Mehmet Küçük), Ankara, Dost Yayınları.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (O.Akınhay, D. Kömürcü Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

Meda, D. (2004). *Emek kaybolmakta olan bir değer mi?* (I. Ergüder, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları

Özen, Ş. (2002) Bağlam, aktör, söylem ve kurumsal değişim: Türkiye’de toplam kalite yönetiminin yayılım süreci. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2002, cilt 1, sayı 2

Özgün, A. (1999) Kılıksız Emek, Yağsız Sermaye, *Birikim Dergisi*. Sayı 120

Riso, S, (2010) Esnek çalışma biçimleri: son derece atipik anlaşmalar, Erişim Tarihi:24 Ocak 2015 <http://eurofound.europa.eu/tr/publications/executive-summary/2010/other/flexible-forms-of-work-very-atypical-contractual-arrangements-executive-summary>

Sennett, R. (2010) *Karakter aşınması: yeni kapitalizmde işin kişilik üzerine etkileri*. (çev. Yıldırım, B.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Stiglitz, J. (2004) *Doksanların yükselişi*, (çev. Aytül Özer – Barış Güven) İstanbul: CSA

Taşkesenoğlu, Z. (2009) Hizmet Sektörü Raporu, MÜSİAD. Edinilen tarih: 24.01.2015 http://www.musiad.org.tr/F/Root/burcu2014/Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%20Yay%C4%B1n/Pdf/Sekt%C3%B6r%20Kurullar%C4%B1/Hizmet_Sektor_Raporu_2009.pdf

Touraine, A. (2007) *Bugünün dünyasını anlamak için yeni bir parametre* (Kunal, O. Çev) İstanbul: YKY Yayınları

Tuncer, M. (2012) Figen İşbir Röportajı, edinilme tarihi 15.01.2014 <http://www.kariyer.net/kariyer-rehberi/halkla-iliskilerin-onemi-artiyor/>

Yalçın, Cansu. (2014) Evlen, askere git, çocuk doğur, kenara para at, büyüklerini ara! Ya da gel, kaçalım?, Edinilme tarihi: 24.01.2014 <http://www.nolm.us/evlen-askere-git-cocuk-dogur-kenara-para-at-buyuklerini-ara/>

Yücesan – Özdemir, Gamze (2014) *İnatçı Köstebek, Çağrı merkezlerinde gençlik, sınıf, direniş*. İstanbul: Yordam Kitap

Vatansever ve Yazıcı (2015) *Ne ders olsa veririz*. İstanbul: İletişim Yayınları

<http://www.ipra.org/>

<http://www.tuhid.org/tuzuk.html>

Görüşmeci Tablosu:

İsmi	Yaşı	Eğitimi	Çalışma Deneyimi
Derya	33	İşletme Mezunu	5 yıllık çalışma deneyimine sahip, görüşme gerçekleştiği sırada 15 kişilik butik bir ajansta direktörlüğe yeni geçiş yapmıştı.
Ayşe	31	Halkla İlişkiler Mezunu	4 yıllık iş deneyimine sahip. Senior Müşteri Temsilcisi olarak çalışıyor. Geçmişte medya departmanında da çalışmış.
Nur	29	Halkla İlişkiler Mezunu	Görüşme yapıldığı sırada hem bir ajansta hem de Freelance olarak sanatçı PR'ı yapmaktaydı. 4 yıllık iş deneyimine sahip.
Dilek	30	Ekonomi Mezunu	6 yıllık iş deneyimine sahip. Freelance olarak sanatçı PR'ı yapıyor.

Yelda	31	Sanat Yönetimi Mezunu	4 yıllık iş deneyimine sahip kurumsal bir ajansta Senior MT olarak görev alıyor.
Sevda	28	Halkla İlişkiler Mezunu	4 yıllık iş deneyimine sahip, hem kurumsal hem ajans deneyimi var. Görüşme yapıldığı sırada bir reklam ajansında Müşteri Temsilcisi olarak görev yapıyordu.
Mine	27	Hastane Yönetimi Mezunu	5 yıllık iş deneyimine sahip. Kurumsal bir ajansta Senior MT olarak görev yapıyor.
Özlem	33	Edebiyat Bölümü Mezunu	6 yıllık freelance de olan iş deneyimine sahip. Senior Metin Yazarı olarak çalışıyor.
Alime	31	Halkla İlişkiler Mezunu	8 yıllık iş deneyimine sahip. Kurumsal bir ajansta direktör
Seniha	29	İletişim Bölümü Mezunu	Freelance sanatçı PR'ı yapıyor. Daha önce ajans deneyimine sahip.