

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TV SİNEMA ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

TÜRKİYE’DE DİJİTAL DİZİ VE SERİYAL ÜRETİMİ
ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI: ÜRETİM
EKİPLERİNİN HİYERARŞİSİ VE İŞ AKIŞI
BAĞLAMINDA SEKTÖRÜN SORUNLARI

Görkem KATMER

2502180813

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Ceyhan KANDEMİR

İSTANBUL – 2023

ÖZ

TÜRKİYE’DE DİJİTAL DİZİ VE SERİYAL ÜRETİMİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI: ÜRETİM EKİPLERİNİN HİYERARŞİSİ VE İŞ AKIŞI BAĞLAMINDA SEKTÖRÜN SORUNLARI

GÖRKEM KATMER

Geçmişten günümüze sanat birçok farklı biçimde insanın hikayesinde eşlik etmiştir. Görsel sanatların kitleselleşme süreci önce fotoğraf ve daha sonra hareketli görüntünün icadı ve son kullanıcının erişimine açılmasıyla birlikte ise günümüz formuna yaklaşmıştır. Bu gelişmelerin yanında ayrıca dijitalleşme ve küreselleşme, internet ağlarının yaygınlaşmasıyla birlikte birçok sektörde çeşitli değişimlere yol açmıştır. Yaklaşık yüz yıldır insanların hayatında olan televizyon sektörü de bu gelişimlerden etkilenen sektörlerden biri olmuştur. Medya üretiminin ekiplerle gerçekleştiği ve tüketiminin televizyon üzerinden olduğu yapıya dünyada yaşanan gelişmelerle birlikte internet tabanlı platformlar üzerinden tüketim de eklenmiştir. VOD (Video on Demand) sistemlerinin yayınlaşması ile birlikte Türkiye’de de kullanıma sunulan çeşitli küresel dijital platformlar, dizi ve seriyallerin üretim ve tüketim aşamasında çeşitli değişikliklere neden olmuştur. Bu tez, güncel üretim ve iş akışındaki kaynak eksikliğinden yola çıkarak üretim aşamasında olan değişimlere ve güncel iş akışına, üretim ekiplerinin hiyerarşi ve iş akışı bağlamında yaşadığı sorunlar ve çözüm önerilerine yer vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dizi; Üretim; Televizyon; İsteğe Bağlı Video.

ABSTRACT

A FIELD STUDY ON DIGITAL SERIES AND SERIAL PRODUCTION IN TURKEY: PROBLEMS OF THE SECTOR IN THE CONTEXT OF HIERARCHY OF PRODUCTION TEAMS AND WORKFLOW

GÖRKEM KATMER

From past to present, art has accompanied the human story in many different forms. The process of massification of the visual arts has approached its current form with the invention of photography and then the moving image and its accessibility to the end user. In addition to these developments, digitalization and globalization have led to various changes in many sectors with the spread of internet networks. The television sector, which has been in people's lives for nearly a hundred years, has also been one of the sectors affected by these developments. With the developments in the world, consumption through internet-based platforms has been added to the structure where media production is realized by teams and consumption is through television. With the introduction of VOD (Video on Demand) systems, various global digital platforms, which are also available in Turkey, have led to various changes in the production and consumption stages of series and serials. Based on the lack of resources in the current production and workflow, this thesis includes the changes in the production stage and the current workflow, the problems experienced by the production teams in the context of hierarchy and workflow, and the solution suggestions.

Keywords: Series; Production; Television; Video on Demand.

ÖNSÖZ

Medya sektörünün ve üretim sürecinin sürekli gelişen ve değişen bir yapıya sahip olması, literatürün de sürekli güncellenmesi ihtiyacına neden olmuştur. Sektörün içinde, birçok dalında deneyim yaşamış olmamdan dolayı bu akademik çalışmayı, sektörle iç içe bir yapıda oluşturmayı tercih ettim. Bu süreçte beni destekleyen sevgili danışmanım Prof. Dr. Ceyhan Kandemir'e ve beni yetiştiren diğer tüm hocalarıma çok teşekkür ederim. Ayrıca Prof. Dr. Özlem Oğuzhan ve Seyit Tahir Özüölmez hocalarıma, Meltem İşler Sevindi'ye, Doç Dr. Koray Sevindi'ye, Nazlı Yazıcı'ya, Yeliz Çinelioğlu'na, Nedim Çinelioğlu'na, Elçin Kaya'ya ve aileme teşekkürü borç bilirim.

İstanbul, 2023
Görkem Katmer

İÇİNDEKİLER

ÖZ	ii
ABSTRACT	iii
ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON YAYINCILIĞI, DİJİTALLEŞME, DİZİ VE SERİYAL KAVRAMLARI

1.1. Televizyon Yayıncılığı	7
1.1.1. Televizyon ve Televizyon Yayınlarının Tarihsel ve Teknolojik Gelişimi....	7
1.1.2. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Tarihsel ve Teknolojik Gelişimi ...	13
1.2. Dijitalleşme ve Medya Sektörüne Yansımaları	16
1.2.1. Dijitalleşmeye Kavramsal Bakış	16
1.2.2. Dijital Medyada Kavramlar ve Parametreler	19
1.2.2.1. Sensör	20
1.2.2.2. ISO	21
1.2.2.3. Dinamik Aralık	23
1.2.2.4. Çözünürlük	23
1.2.2.5. Görüntü Oranı	24

1.2.2.6. Renk Derinliği	25
1.2.2.7. Kare Sayısı	27
1.2.2.8. Tarama Sistemi	27
1.2.2.9. Sıkıştırma Formatları	28
1.2.3. Medya Üretiminde Dijitalleşme	32
1.2.3.1. Kameraların ve Oynatma Formatlarının Dijitalleşmesi	32
1.2.3.2. Kurgu Sistemlerinin Dijitalleşmesi	47
1.2.4. Medya Tüketiminde Dijitalleşme ve Küreselleşme	50
1.3. Dizi ve Seriyal	61
1.3.1. Dizi ve Seriyal Kavramları, Özellikleri ve Farklılıkları	61
1.3.2. Türkiye’de Dizi ve Seriyal Tarihi	63

İKİNCİ BÖLÜM

DİZİ VE SERİYAL ÜRETİMİNDE EKİPLERİN DAĞILIMI, HİYERARŞİK YAPI, YAYIN MECRASINA GÖRE OLUŞAN FARKLILIKLAR VE SORUNLAR

2.1. Bir Kavram ve Olgu Olarak Hiyerarşi ve Yapılaşmaya Etkisi	66
2.2. Medya Üretim Yapısı ve Hiyerarşisi	73
2.3. Dizi ve Seriyal Üretim Aşamaları, Ulusal Kanal ve Dijital Platformlara Yapılan Yapımlarda Üretimlerin Farklılıkları ve Sorunları	74

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE DİZİ VE SERİYAL ÜRETİMİNDE SEKTÖREL

SORUNLARIN TESPİTİ VE ÖNERİLERİN TARTIŞILMASI

3.1. Yapım Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	101
3.2. Reji Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	108
3.3. Kamera Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	115
3.4. Ses Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	119
3.5. Sanat Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	120
3.6. Kostüm Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	126
3.7. Işık Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	129
3.8. Set Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	132
3.9. Saç-Makyaj Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri	137
3.10. Diğer Dizi ve Seriyal Çalışanlarının Sorunları ve Önerileri	140
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	143
EK1: Nedim Çinelioğlu, Genel Koordinatör, Uygulayıcı Yapımcı Görüşme Deşifresi	147
EK2: Gökben Şaş, Genel Sanat Yönetmeni Yardımcısı Görüşme Deşifresi	180
GÖRÜŞME KİŞİ LİSTESİ	194
KAYNAKÇA	195
ÖZGEÇMİŞ	216

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Video Çözünürlükleri	23
Tablo 2. Apple ProRes Video Formatları ve Veri Akış Hızları.....	32
Tablo 3. Sony HDW-F900 Kamera Özellikleri	38
Tablo 4. RED One Kamera Özellikleri	40
Tablo 5. Arri Alexa Classic EV Kamera Özellikleri.....	42
Tablo 6. ARRI Kameraların Zamana Göre Gelişimi ve Modelleri.....	43
Tablo 7. Netflix Kamera Kabul Listesi (Ocak 2022).....	45
Tablo 8. 2000 – 2015 Yılları Arasında Amerika’da Çekilen Gişe Filmlerinin Formatları.....	46
Tablo 9. <i>Dallas</i> Dizisi İzlenme Oranları	62
Tablo 10. Türkiye’de Dizi İhracatı	65
Tablo 11. Maslow’un İhtiyaçlar Piramidi (Türkçe Çevirisi)	67
Tablo 12. Medya Üretim Ekibi Hiyerarşi Tablosu (Yurtdışı Örneği).....	72
Tablo 13. Temel Medya Üretim Basamakları.....	75
Tablo 14. Netflix'teki Dizi ve Seriyallerin Satın Alma ve İçyapım Sayıları.....	77
Tablo 15. Uluslararası Dijital Platformlardaki Dizi ve Seriyaller İçin Bölüm Başlı En Yüksek Bütçeye Sahip Yapımlar	77
Tablo 16. Örnek Program Takvimi (Dijital Platform İçin Üretilen Yapım Örneğinden Alınmıştır)	83
Tablo 17. Ever After Seriyali Ekip Görev Listesi.....	100
Tablo 18. Callsheet (Günlük Çekim Takvimi-Programı) Örneği	110
Tablo 19. Time Code Notları, Post Prodüksiyona İletilen	111

ŞEKİLLER LİSTESİ

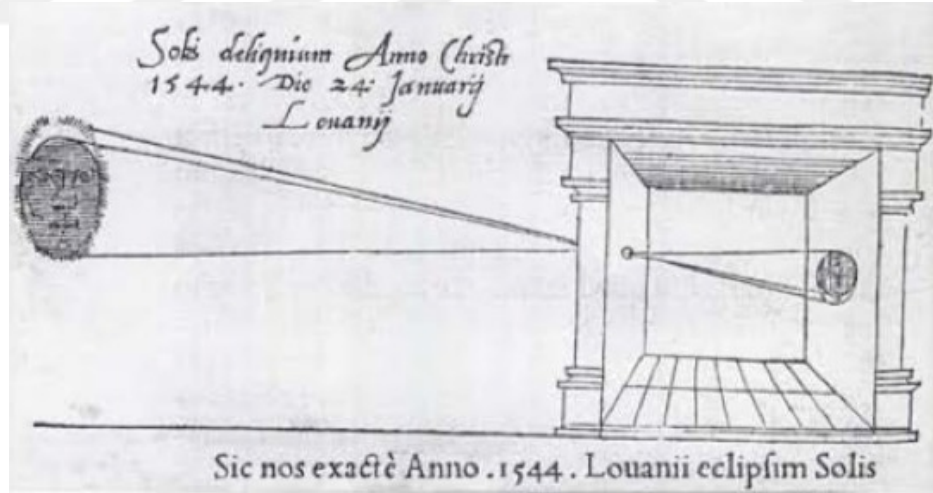
Şekil 1: Camera Obscura'nın ilk çizimi	1
Şekil 2: Sinematograf'ın ilk versiyonu	2
Şekil 3. Televizyonun İcadı ve Gelişimi	8
Şekil 4. Columbia ve Princeton Arasındaki Beysbol Maçı, İlk Televizyon Yayını	9
Şekil 5. Amerika Birleşik Devletleri'nde dijital geçiş: Federal İletişim Komisyonu (FCC) Posterleri	12
Şekil 6. "İTÜ TV ve Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Doğuşu" Sergisinden. Ayten Alpman İlham Gencer ve Zeki Akartürk.....	13
Şekil 7. İTÜ TV Tarihi.....	13
Şekil 8. 2018 Tarihli "İTÜ TV ve Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Doğuşu" Sergisinden, Zeki Müren ve Fecri Ebcioglu	13
Şekil 9. İTÜ TV Kamerası	13
Şekil 10. Türkiye'de İlk Deneme Yayını, Ankara Mithat Paşa Stüdyosu, Nuran Devres Anonsu (31 Ocak 1968).....	15
Şekil 11. İlk ARPANET Bağlantı Ağı	19
Şekil 12. İki Sensör Tipinde Işık Bilgilerinin Elektronlara Dönüştürülmesi ve Amplifikasyon İşlemiyle Güçlendirilerek Sinyale Dönüştürülüp İletilmesi.....	20
Şekil 13. ARRI Alexa LF Sensörü	21
Şekil 14. Arri Alexa Kamerada ISO Değerlerinin Görüntüde Yaptığı Bozulmalar..	22
Şekil 15. Arri Alexa Kamerada Native ISO Tablosu ve Diğer ISO Değerlerinin Görüntüde Yaptığı Bozulmalar	22
Şekil 16. Dinamik Aralık	23
Şekil 17. Çözünürlüklerin Alan Bazlı Kıyaslaması	24
Şekil 18. Görüntüde En Boy Oranlar	25
Şekil 19. Renk Derinlikleri ve İçerdikleri Ton Miktarları	26
Şekil 20. Kare Sayısı	27
Şekil 21. Tarama Sistemleri	28
Şekil 22. CBR VBR Kıyaslaması.....	29
Şekil 23. Kareler Arası Sıkıştırma Örneği	30
Şekil 24. Kare İçi ve Kareler Arası Sıkıştırma Yöntemlerinin Farkları.....	31
Şekil 25. Analog Kamera (Alıcı) Yapısı	33
Şekil 26. Sesli ve Sessiz Analog Filmin Yapısı	34
Şekil 27. Sony Betamovie BMC-100 Kamera	35
Şekil 28. Sony VX1000 DV Kamera, Mini-DV kasete kayıt yapan ilk kamera.....	36
Şekil 29: Sony Cinealta HDW-F900.....	37
Şekil 30: Panavision HD900F	37
Şekil 31. George Lucas Tunus'ta Star Wars: Attack Of The Clones (2002) için dijital çekim yaparken	38
Şekil 32. Red One – The Original 4K Production Camera	39

Şekil 33. ALEXA Classic EV, 6/2010	41
Şekil 34. ARRI Alexa Üretim Süreci	42
Şekil 35. Kaderimin Yazıldığı Gün Seriyali	44
Şekil 36. Tozkoparan Seriyali	44
Şekil 37. Moviola	47
Şekil 38. AVID1 Media Composer (1989)	48
Şekil 39. Adobe Premiere 1.0 (Macintosh)	49
Şekil 40. Apple Final Cut Pro X	49
Şekil 41. 1977 Yılında Arpanet Ağ Haritası, The Computer History Museum	51
Şekil 42. VOD Platformlar	53
Şekil 43. VOD Altyapısı	54
Şekil 44. Netflix Ana Sayfası	56
Şekil 45. BluTV'nin İlk Açıldığı Dönemdeki Giriş Sayfası	58
Şekil 46. EXXEN Platformu Ana Sayfası	59
Şekil 47. MUBI Ana Sayfası	60
Şekil 48. MUBI Hakkımızda Sayfası	60
Şekil 49. Dallas Dizisi Posterı	62
Şekil 50. Kaynanalar Dizisi	64
Şekil 51. Organizasyon Yapısı	66
Şekil 52. 2011 yılında çekilen We Need to Talk About Kevin setinde Yönetmen Lynne Ramsay	73
Şekil 53. Ulusal Televizyon Kanallarından Show TV’de Yayınlanan Aile Dizisinin 1. Bölüm Youtube İzlenme İstatistikleri	79
Şekil 54. Nedim Çinelioğlu'nun Uygulayıcı Yapımcılığını Yaptığı Disney+ için Üretilen Atatürk Dizisi Tanıtımının Youtube Sayfası	80
Şekil 55. Ümraniye (İstanbul) Netaş Platosu Recce	81
Şekil 56. O3 Medya Firması Tarafından Ulusal Televizyon Kanallarından Star TV için Üretilen İstanbullu Gelin Seti Final Bölümü Çekimleri	82
Şekil 57. Pix uygulaması App Store Tanıtım Sayfası	89
Şekil 58. Pix.online Web Sitesinin Görünüşü	90
Şekil 59. Profesyonel Post Prodüksiyon Kurgu Stüdyosu (AVID Media Composer Sistemli)	91
Şekil 60. Ulusal Kanallarda Yayınlanan Bazı Yapımların NBC Kanalının Web Sitesindeki Görünümü	93
Şekil 61. Panaptikon Modeli Görselleştirilmesi	95
Şekil 62. Sinema TV Sendikası 2023 Yılı Ücret-Kaşe Uyarıları	104
Şekil 63. Sinema TV Sendikasına Göre Medya Sektöründeki Dernekler	105
Şekil 64. Yapım Koordinatörleri Platformuna Göre Yayınlanacak Yere Göre Haftalık Taban Ücretler	105
Şekil 65. Dijital Platforma Yapılan Bir Seriyalde Set Ortamı, Karavanlar ve Şemsiye, Beykoz Kundura Platoları	113

Şekil 66. İstanbullu Gelin Seriyali Görüntü Ekibi ve Ekipmanları.....	115
Şekil 67. Set Arka Plan Videocusu Mürsel Çoban'ın Atatürk Seriyali Setinde Kullandığı Ekipmanları, Sony a7iv slr kamera ve objektifler, kamera üstü mikrofon.....	118
Şekil 68. Seriyal Setinde Ses Kayıt Ekipmanları, İstanbullu Gelin Seriyali.....	119
Şekil 69. Film ve Sahne Tasarım Ekipleri Derneği'ne Göre Ocak 2023'te Yayınlanan Sanat Ekibinde Taban Ücretler	122
Şekil 70. Sanat Kamyonu İçeriği.....	124
Şekil 71. Dekor Örneği, Beykoz Kundura Fabrikası	124
Şekil 72. Kaderimin Yazıldığı Gün Seriyali Taş Yürüme Yolu	126
Şekil 73. Kostüm Ekibi Taban Ücretler	127
Şekil 74. Kostüm Kamyonu	128
Şekil 75. Seriyal Setinde Işık Uygulaması ve Işık Kamyonu	130
Şekil 76. Jimmy Jib ve Panther, Kamera Hareketlendirme Ekipmanları.....	133
Şekil 77. Sette Set Ekibi Tarafından Açılmış Çadır Örneği.....	133
Şekil 78. Beykoz Kundura Seti'nin Kendi Catering Şirketinin Verdiği Set Yemeği.....	135
Şekil 79. Makyaj Karavanı.....	137
Şekil 80. Set Ortamında Karavanlar.....	141
Şekil 81. Kurgu Setinde Dinlenilmesi için Bulunan Koltuk ve Tüketilen Gıdaların Paketleri.....	142

GİRİŞ

Sanat geçmişten bu yana gerek evlerde ve tapınaklarda, gerekse resim, heykel ve dokuma gibi üretimlerle her zaman insanların hayatında olmuştur (Hans ve Gombrich 2014, 39). Hareketli görüntünün saptanabilmesi, görüntü içeren sanatların var olabilmesi için oldukça önemlidir. M.Ö. 11. yüzyılda Çinlilerin ve M.Ö. 6. yüzyılda Japonların hareketin ışık kullanılarak yansıtılması sistemiyle çalışan Uzakdoğu gölge oyunlarının, sinemanın kullanacağı temel ilkenin ortaya çıkmasında büyük payı vardır (Teksoy 2005, 15). Gerçekleşen birçok bilimsel ve teknolojik gelişmenin ardından öncelikle fotoğraf ve sonrasında gelişen sinemaya doğrudan en büyük katlı *Camera Obscura*'nın (Karanlık Oda, Karanlık Kutu) bulunmasıdır. Kaynaklara göre keşif zamanı ve keşfedenin kesin bir dille aktarılmadığı *Camera Obscura*'nın çalışma prensibi, dikdörtgen bir kutunun bir yüzeyine açılan delikten ışığın, deliğin karşısındaki kenara görüntünün yönel olarak 180 derece döndürülmüş versiyonunun yansıtılması şeklinde çalışmaktadır (Teksoy 2005, 17).



Şekil 1: Camera Obscura'nın ilk çizimi (Gernsheim 1986, 4)

Ardından yapılan *Chronometer*, *Kaleidoscope*, *Phasmantascope*, *Stereoscope*, *Phenakistoscope*, *Telestereoscope*, *Tachistoscope* ve daha birçok icat, görüntünün saptanması, bir sanat ve eğlence aracı haline gelmesinde oldukça önemli olmuştur (Wade 2014, 110). Fransız *Joseph-Nicéphore Niépce* gümüş klorürle güneş ışıklarına duyarlı bir levha geliştirip bunu *Camera Obscura* ile birleştirmesiyle ilk fotoğraflar kaydedilmeye başlamıştır (L. Kılıç, Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal

Tarihi 2012, 69-70). Böylece çizim olmadan, güneş ışınlarının etkisiyle bir yüzeye yazılan, günümüzdeki fotoğrafın prensibini oluşturan bir gelişme kaydedilmiştir.

Hareketli görüntünün keşfedilmesinin arka planında da birçok bilimsel ve teknolojik gelişme bulunmaktadır. Fakat en önemli iki gelişmeden ilki 1893 yılında *Edison*'un gramofonla ses iletimi de yapabilen, en uzun 50 metre boyunda, 35mm formatında ve daha küçük filmleri oynatabilen (Labosier 2004, 287) ve bir alette tek kişinin izleme yapabildiği *Kinetograf*'ı icat etmesidir (Teksoy 2005, 29). İkinci ve en önemli gelişme, analog sinemanın yapısıyla aynı olan, bir alet ile bir salonda izleme prensibiyle çalışan Fransız *Auguste Marie Louis Lumière* (1862-1954) ve *Louis Jean Lumière* (1864-1948) kardeşlerin 1895 yılında icat ettikleri *Sinematograf* (Cinématographe; Yunanca Kinema "Hareket", Graphein "Yazmak")'tır (L. Kılıç, Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi 2012, 205). Sinema dijitalleşme sürecine kadar, ekipmanlar gelişip değişse de *Sinematograf*'ın mantığıyla üretilmiş ve gösterilmiştir.



Şekil 2: Sinematograf'ın ilk versiyonu (Küçükcan 2013, 21)

En önemli kitle iletişim ve eğlence araçlarından biri olan televizyona gelmeden önce yayıncılık kavramına değinmek gerekmektedir. Yayın (*broadcasting*) temel olarak, ses ve/veya görüntünün elektromanyetik dalgalar kullanılarak vericiden alıcıya iletilmesidir. Televizyon yayıncılığı için bu alıcıların, toplumda yaşayan bireylere özel alıcılar olması ve ses ile birlikte mutlaka görüntünün de aktarılması gerekmektedir. Sinema gibi televizyon teknolojisinin de gelişmesinde birçok bilimsel ve teknolojik

gelişme bulunmaktadır. En önemlisi 1930 yılında elektronik taramalarla ilgili denemeleri gerçekleştiren *Philo Farnsworth*'un çalışmaları olmuştur. Alıcı ve vericinin senkron iletimi üzerine çalışan *Farnsworth*'un verileri doğrultusunda 1931 yılında ilk alıcılar yapılmış, 1932 yılında ise en uygun frekanslı *VHF* (Very High Frequency - Çok Yüksek Frekans) olduğu görülmüştür. Bu gelişmeler doğrultusunda ilk düzenli televizyon yayını Londra 1936 yılında Alexandra Palace'de yapılan televizyon stüdyosunda gerçekleştirilmiştir (Aziz, Radyo ve Televizyona Giriş 1981, 6-14).

Televizyon yayınlarının başlamasıyla iki farklı formatı ortaya çıkmıştır. Seriyaller yapısal olarak romanları baz alır. Diziler ise 19. Yüzyıl sonları ve 20 yüzyılda yer alan dedektif, kovboy ve çocuk öykülerinden almaktadır (Mutlu 2008, 159). Seriyallerde ana ve yan öykülerle birlikte birbirini izleyen bölümler arasında hikâye devam etmektedir. Anlatıdaki zaman akışı gerçek zamana uygun akmaktadır. Seriyallerde zaman akışının gerçek zamana benzemesi ve olay örgüsünün bölümler arasında bağıntılı olması, izleyicinin özdeşleşmesine katkıda bulunmaktadır. Dizilerde ise bölümler arasında karakter bağlantıları olsa da hikayeler her bölüm için farklıdır. Bir bölümde anlatılmaya başlanan ana öykü aynı bölümde tamamlanır. Diziler bu nedenle sıralı izleme gerektirmemektedir (Özmen, Televizyon Analizi ve Eleştirisi 2010, 38). Bu kavramlar Türkiye'de tam oturmamış olmakla birlikte, şu an yayınlanan dizi olarak bilinen yapımların büyük çoğunluğu aslında seriyal formatındadır. Üretim koşullarına bakıldığında çekim mekanları her yapım formatı için değişiklikler gösterebilmekle birlikte, ekip grupları aynıdır. Gereken asistanların sayıları, prodüksiyonun boyutuna göre değişiklik gösterebilmektedir.

Türkiye'de ise ilk televizyon yayını, 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından yapılmıştır (Sevin, Türkiye'de televizyon yayıncılığı 66 yıl önce İTÜ TV ile başladı 2018). Ardından TRT 1968 yılında yayın hayatına başlamıştır. Televizyon yayını, görüntü özelliğinin devreye girmesi nedeniyle radyolara göre içerik olarak ayrılmış, yayın akışında belirgin olarak film türünde yayınlar (sinema, dizi-seriyal, belgesel) ağırlıktadır (Aziz, Toplumsallaşma ve Kitleli İletişim 1982, 88-89). Bu yayın akışıyla birlikte televizyon için üretimler başlamış ve TRT için Türkiye'nin ilk dizisi *Kaynanalar* (Aşk-ı Memnu değil Kaynanalar 2009). 1974 yılında yayınlanmaya başlamıştır. *Kaynanalar* dizisinin yayın hayatı 30 yıl sürmüş, Türk televizyon tarihinin

en uzun süre yayınlanan dizisi olmuştur (İçel, Hayatımızı Değiştiren Unutulmaz Diziler 2011, 200).

Dijital (Sayısal) kelimesinin kökeni olan “digit” tamsayıları ifade etmektedir. Bilgisayar yazılım sistemlerinin ikili sayı dizini temellerine kurulu, 0 ve 1 rakamlarından oluşmaktadır (Zengin 2016, 186). İkinci Dünya Savaşı sonrasında başlayan ve 70’li yıllarda hızla gelişen dijitalleşmeyi köken alan Endüstri 3.0 (Sanayi 3.0), bilgisayarın icadı ve kullanımı, internetin keşfi gibi gelişmelerle, kültürleri ve üretim dinamiklerini değiştiren, dönüştüren bir yapıya sahip olmuştur (Davutoğlu 2020, 179). *“Her kültürün (bu işi zekice yerine getirsin ya da getirmesin) teknolojiyle müzakere masasına oturma zorunluluğu vardır. Teknolojinin neler kazandırdığı ve kaybettiği göz önünde tutularak bir anlaşılmaya varılır.”* (Postman 2006, 15) varsayımı sinema ve televizyon sektöründe de karşılığını bulmuştur. Kameraların dijital hale gelmesi, film yerine sensör kullanılması ve kayıt ortamının dijital diskler ya da kartlar üzerine olması şeklinde gelişmiştir. Dijitalleşme sadece çekim aşamasında değil kurgu, gösterim, dağıtım aşamalarının hepsinde standart hale gelmiştir (Daniele 2015). Dizi ve seriyal üretimine bakıldığında günümüzde Türkiye’de üretim aşamasında tamamen dijital kameralar kullanılmaktadır. Kurgular dijital sistemler üzerinde yapılmakta, gösterim yine dijital televizyon yayıncılığı ve çevrimiçi gösterim platformlarında yapılmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de üretilen dizi ve seriyaller ile ilgili alan araştırması üzerine bir çalışma olması nedeniyle, üretim aşamasında yer alan ekipler araştırmanın veri temelini oluşturmaktadır. *O3 Medya* tarafından üretilen ve 2020 yılında yayınlanan *İyi Günde Kötü Günde* seriyalinin ekip listesi analiz edilerek elde edilen veriler doğrultusunda, yapımın tüm aşamasında toplam 120 kişi çalışmaktadır. Çalışmadaki tüm kişilerin görev detaylarına ve hiyerarşi bağlamında sektör sorunlarına değinilecek olup ekip grupları isimlerine bakacak olursak bir dizi ya da seriyal üretilirken yapım grubu, reji grubu, senaryo ekibi, kamera grubu, ses ekibi, sanat grubu, kostüm grubu, ışık ekibi, set ekibi, steadicam ekibi, saç-makyaj ekibi, ulaşım ekibi, catering ekibi, montaj ve post prodüksiyon ekibinden oluşmaktadır. Ayrıca yapıma göre ekiplerde tercüman, dialekt koçu vb. gibi ek çalışanlar da bulunmaktadır (Çinelioğlu, Ever After (İyi Günde Kötü Günde) Ekip Listesi 2021).

Çalışmanın bağlamında yer alan *hiyerarşi* kavramı Google'ın Oxford Languages sağlayıcısıyla “*makamların, rütbelerin vb. önem sırası, astlık ve üstlük düzeni, aşama gözetilerek yapılan sınıflama*” şeklinde tanımlanmaktadır. Tezin bölümlerini ve kapsamını oluşturan ana unsurlar; güncel dizi ve seriyal üretiminde iş akışı, ulusal televizyon kanalları ve dijital platformlara üretilen yapımlardaki farklılıklar, üretim ekiplerinin görevlerinin güncel alan araştırması ile yeniden tanımlanması ve belirtilmesi, sektörel sorunlar ve çözüm önerilerinin hiyerarşik yapı ve iş akışı göz önünde bulundurularak ortaya koyulmasıdır. Bu unsurlar aynı zamanda araştırmanın problemi de oluşturmaktadır.

Çalışmanın araştırma soruları ise şu şekildedir;

1- Güncel dizi ve seriyallerin yayınlandığı platforma göre değişen üretim süreci nasıldır? Neleri kapsar?

2- Ekipte çalışanlar arasında hiyerarşik yapı ve iş akışı bağlamında yaşanan sorunlar nelerdir?

Çalışmanın kuramsal ve kavramsal çerçevesi oluşturulurken üretimin iş akışı güncel bilgilerle detaylı olarak verilecek olup hiyerarşik yapı, dijitalleşme ve değişen dinamikler, televizyon ve yeni medyada çevrimiçi platformlar konuları işlenecektir.

Çalışmada veri toplamak için yapılan görüşme soruları şu şekildedir;

1- Adınız, soyadınız, yaşınız, kendinizi tanıtır mısınız?

2- Şu anki görev ve pozisyonunuz nedir?

3- İş tanımınızı, yani ne işler yaptığınızı bize anlatır mısınız? (ek) sizce işinizin tanımı ve sınırları net mi? Bahseder misiniz?

4- Bu pozisyona gelene kadar öncelerde hangi pozisyonda kaç yıl çalıştınız? (ek) ekibinizde kaç kişi bulunmaktadır ve bu kişilerin görevlerinden bahsedebilir misiniz?

5- Bu setten örnek vermeniz ya da isim vermeniz gerekli değil, ast üst ilişkilerinizde yaşadığınız sorunlar var mı? Varsa bu problemlerden bahseder misiniz? (İstenirse ad ve soyadının ilk harfi ile kaynakçaya yazılıp kimlik gizli tutulabilir.)

6- (varsa) Düzelmeleri için sizce nasıl çalışmalar yapılmalıdır?

7- Genel sektöre dair gördüğünüz sorunlar varsa bahseder misiniz?

8- (varsa) Düzelmeleri için sizce nasıl çalışmalar yapılmalıdır?

Bu çalışmanın önemi kavramlara güncel bir tanım getirmek ve literatürde eksik olan üretim aşamasının güncel dijital sistemlere uyumlu şekilde tam akışını sunmak, yaşanan sorunlara kısıtlı yaklaşmak yerine her birime ait geniş perspektifte bakmak ve tespit etmektir.

Nitel araştırmalarda veri toplarken güvenilirliği arttırmak için veri çeşitliliği önerilmektedir. Bu nedenle çalışmada veri toplama teknikleri için görüşme ve gözlem yapılacaktır. Ayrıca literatür taraması yapılarak elde edilen veriler desteklenecektir. Elde edilen verilerin analiz edilirken ayrıntılı veri elde edebilmek amacıyla içerik analizi yapılacaktır (Yıldırım ve Şimşek 2016, 86).¹

Çalışmadaki araştırma alanının örnekleme çeşitli sınırlandırmalar içermektedir. Ulaşılabilen dizi sektörü çalışanlarından hem ulusal kanallara hem de dijital platformlara üretim yapan kişilerden seçme yapılmaya çalışılacaktır. Hiyerarşik yapıya göre de farklı seviyelerde olan kişiler seçilecektir.

Çalışılan konu itibarıyla bu çalışma için saha çalışması oldukça önemlidir. Yapılan gözlemlerin ve geçmiş iş deneyimlerinin yanında veri toplamak için toplam 9 saat 58 dakikalık derinlemesine görüşme yapılmıştır. 1 kişiyle e-posta yoluyla, 24 kişiyle yüz yüze derinlemesine görüşme yapılmış, toplam 196 sayfa deşifre² elde edilmiştir (Times New Roman fontu, 12pt yazı büyüklüğü, standart 2,5 cm kenar boşlukları, 1.5 satır aralığı ile). Tezin Ek1³ ve Ek2⁴'sine iki görüşmenin deşifresi, tezin kılavuzda yer alan stiline uygun şekilde eklenmiştir.

¹ Tezin bazı bölümlerinde içerik benzerliklerinden dolayı yazarın yüksek lisans tezi “Dijital Kameraların Sinemaya Katkısı ve Yeri, 2018”den yararlanılmıştır.

² Deşifre: yapılan ses kayıtlarındaki konuşmanın konuşmacının ilk harfleriyle cümle başlarında belirtilmesi şeklinde, tüm diyalogun metin dökümü.

³ Ek1: Nedim Çinelioğlu, Genel Koordinatör, Uygulayıcı Yapımcı.

⁴ Ek2: Gökben Şaş, Genel Sanat Yönetmeni Yardımcısı.

BİRİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON YAYINCILIĞI, DİJİTALLEŞME, DİZİ VE SERİYAL KAVRAMLARI

Çalışmanın bu bölümünde kitle iletişim araçlarının temel aygıtlarından biri olan televizyona kavramsal bir giriş, televizyon yayıncılığına genel bir bakışa, medya bağlamında dijitalleşme süreçlerine, günümüzde yayınlanan yapımlardan dizi ve seriyal kavramlarına yer verilecektir.

1.1 . Televizyon Yayıncılığı ve Dijitalleşme

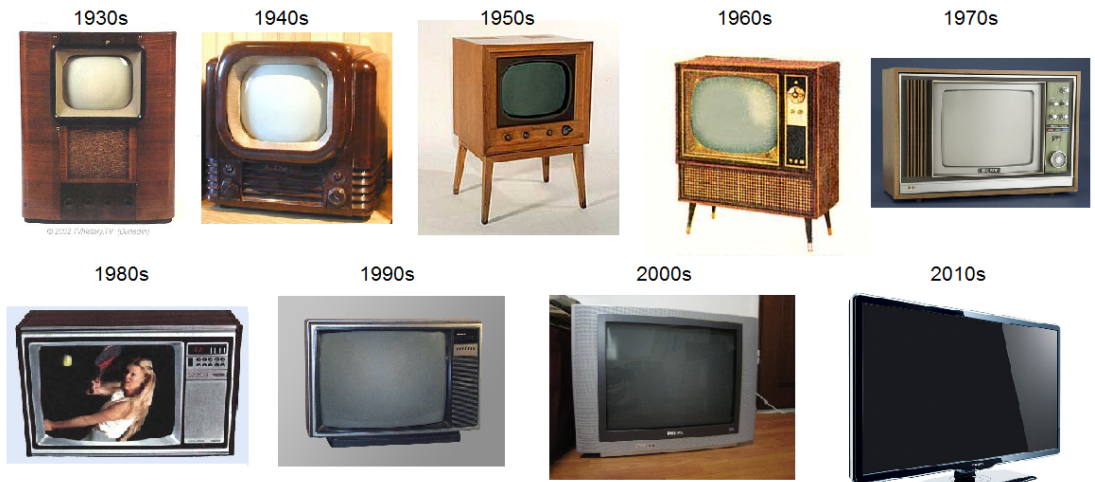
1.1.1. Televizyon ve Televizyon Yayınlarının Tarihsel ve Teknolojik Gelişimi

Türk Dil Kurumu'na göre televizyon “*Vericiden iletilen dalgaların görüntü ve ses olarak görünmesini ve duyulmasını sağlayan aygıt, televizyon alıcısı*” olarak açıklanmaktadır (Türk Dil Kurumu 2021). Yapısal açıklama yapmak televizyon gerekirse elektromanyetik enerji kullanılarak yayın yapan bir araçtır. Yüksek hızda hareket edebilen dalgalar ile fiziksel bir ileticiye ihtiyaç duymadan transfer olan görüntü ve ses alıcıya ulaşmaktadır. Bu sebeple bir yayın büyük bir izleyici kitlesine aynı anda iletebilmektedir. Kendinden önceki kitle iletişim araçlarından farklı olarak radyo ile başlayan 24 saatlik yayın süreci, görüntü faktörünün de eklenmesiyle televizyonun oluşmasını sağlamıştır (Mutlu 2008, 41-42). Yayın kelimesi sözlük anlamına göre ses ve görüntünün elektromanyetik dalgalar ile bir yerden özel alıcılarla başka bir yere aktarılması olarak geçer. Fakat her elektromanyetik dalga iletimi televizyon yayını değildir. Televizyon yayıncılığından bahsedebilmek için teknolojik iletimin gerekliliğinin yanında, bu iletimin içerik yani program niteliği taşıması gerekmektedir (Aziz, Radyo ve Televizyona Giriş 1981, 6-7). Televizyon diğer kitle iletişim araçları geleneklerini sürdüren bir devam kültürü değil, yeni bir dünya tasvirini öngören büyük bir değişimdir. Anlama ve görme arasındaki diyalektik ilişkiyi tamamen değiştiren, yeni bir gerçekliktir (Giovanni 2004). Ayrıca televizyon kendinden önce gelen diğer sanat ve eğlence araçlarındaki yapıtlar ve formatlardan

farklı, kendine özgü formüllerle yeniden içerikler üretebilmesi televizyonun en önemli özelliklerinden biridir (Mutlu 2008, 52).

Televizyonun icadının temelinde radyodan da önce önemli bir teknik buluş olan telsizin icadı olmuştur. James Clerk Maxwell tarafından ilk kez elektromanyetik radyo dalgaları bulunmuştur. Maxwell bu dalgaların boşlukta ışık hızına yakın iletim sağlayabileceğini öne sürmüştür. Artından bu iddiaları Alman fizikçi Heinrich Hertz geliştirmiş ve radyo dalgalarının varlığını, ses titreşimlerinin bu dalgalarla yayılabildiğini kanıtlamıştır (Aziz, Radyo ve Televizyona Giriş 1981, 8).

Televizyon yayıncılığı bu gelişmelerle birlikte özetle 19. yüzyılın sonlarında elektrik alanındaki gelişmelerden etkilenerek geliştirilmiş ve 20. yüzyılda başlamıştır. 1884 yılında Almanya’da Nipkow, telsiz frekanslarını kullanarak resim yayınlayabilen bir aracın patentini almıştır, Amerika Birleşik Devletleri’nde ise Jenkins, Nipkow’unkine benzer denemelere başlamıştır. 20. yüzyılın başlarında ise Fransa’da fizik alanında çalışan Rignoux ve Fournier ilk televizyon deneylerini yapmıştır. 1923 yılına gelindiğinde Zworykin televizyon tüpünü icat etmiş ve patentini almıştır. 1925 yılında ise Amerika’da Jenkins ilk mekanik televizyon setini yapmıştır. Ardından bir yıl sonra Amerika’da çeşitli yayın denemeleri yapılmıştır. 1930’larda artık istasyonlar kurulmaya başlanmış ve 1937 yılında deneme yayını yapan televizyon istasyon sayısı 17’ye çıkmıştır. 1940’larda ise Amerika’da artık ticari televizyon yayınları yapılmaya başlanmıştır (Oskay 1971, 17).



Şekil 3. Televizyonun İcadı ve Gelişimi (*History of Communication tarih yok*)

Hali hazırda radyoya alışkın olan kitle, televizyona büyük bir ilgi göstermiştir. Birinci Dünya Savaşı'nın radyonun gelişimini ve yayılımını sekteye uğratması gibi İkinci Dünya Savaşı da televizyon için aynı etkiyi yapmıştır. Savaş sonrası hayatın düzene oturması ve boş zaman kavramının yerleşmesi ile aile yaşantısına ve yayıncılığa oldukça uygun bir ortam oluşmuştur. Reklamları sayesinde yeni tüketici kültürüne yaptığı katkıyla televizyon, toplumsal yaşantının merkezinde yer almaya başlamıştır (Crowley, David; Heyer, Paul; 2019, 304).

Televizyon yayıncılığına baktığımızda iki NBC ağıyla Amerika Birleşik Devletleri'ndeki radyoculukta en önemli şirket olan RCA, elektronik televizyonun geliştirilmesine 50 milyon dolar yatırım yapmış, 1939 yılında televizyonda görünen ilk başkan olan Başkan Franklin Delano Roosevelt'in bir konuşması da dahil olmak üzere New York Dünya Fuarı'nın açılışını televizyonda yayınlamıştır. O yılın ilerleyen saatlerinde RCA, Farnsworth'ün televizyon patentlerini kullanmak için bir lisans ödemiş, 5'e 12 inç (12.7'ye 25.4 cm) tüplü televizyon setleri satmaya başlamıştır. Şirket ayrıca, taşınabilir bir ekipman ile çekilen sahneleri ve 17 Mayıs 1939'da Princeton ve Columbia üniversiteleri arasında televizyonda yayınlanan ilk beysbol maçı da dahil olmak üzere düzenli programlar yayınlamaya başlamıştır (Stephens 1999).

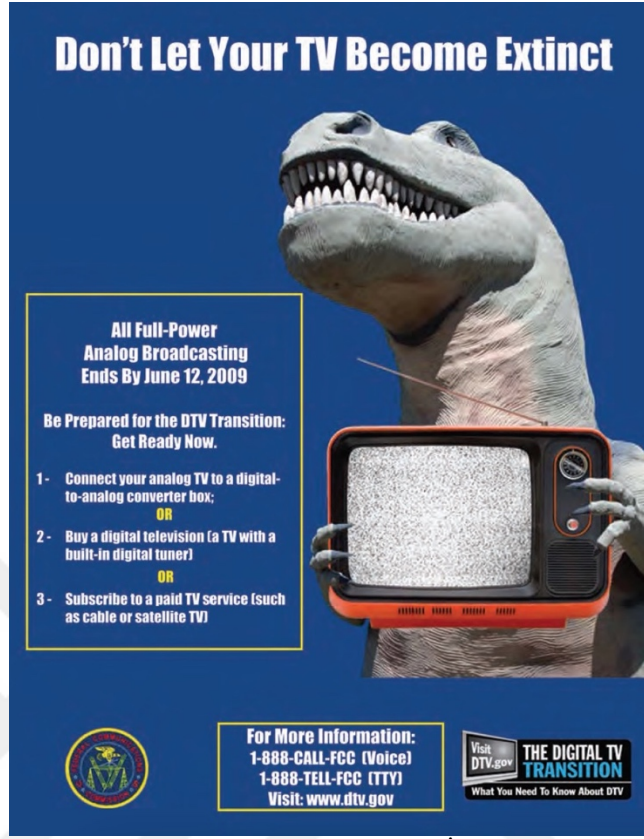


Şekil 4. Columbia ve Princeton Arasındaki Beysbol Maçı, İlk Televizyon Yayını (*Columbia vs. Princeton: First Televised Sporting Event Marks 70th Anniversary 2009*)

1941'e gelindiğinde, RCA'nın diğer birimi Columbia Broadcasting System (CBS), New York televizyon istasyonunda küçük bir izleyici kitlesine günde 15 dakikalık iki haber yayını yapılmıştır. 1941 yılında NBC, iki radyo ağından birini satmak zorunda olduğuna dair mahkeme karar vermiş 1943 yılında bu karar onaylanmıştır. Bu karar sonrasında ikinci televizyon ağı, Amerikan Yayın Şirketi (ABC) olmuştur. Tam ölçekli ticari televizyon yayıncılığı ABD'de 1947'ye kadar başlamamıştır. Tam zamanlı olmayan erken televizyonculuk yayınları oldukça ilkel özelliklere sahiptir. Televizyonda yayınlanan ilk beysbol maçındaki tüm aksiyonun tek bir kamera tarafından yakalanmaya çalışılmış ve ilk kameraların sınırlamaları nedeniyle drama yapımlarındaki oyuncuların inanılmaz derecede yüksek seviyede ve sıcaklık yayan ışıklar altında, siyah ruj ve yeşil makyajla çalışmaya zorlanmıştır. 1940'lı yılların sonlarına gelindiğinde Amerika'da artık ticari yayınlar başlamış, ülkedeki artan sayıda televizyon istasyonlarının elektromanyetik dalgalarının kapsama alanı içinde yaşayanlar, örneğin Milton Berle'nin oynadığı The Texaco Star Theatre'ı (1948) veya çocuk programı Howdy Doody'yi (1947-60) izleyebilmiştir. Kullanılan televizyon sayısı 1951'de 12 milyona yükselmiştir. Hiçbir yeni buluş Amerikan evlerine siyah beyaz televizyonlardan daha hızlı girmemiş; 1955 yılına gelindiğinde Amerika'daki tüm evlerin yarısında bir tane televizyon yer bulmuştur (Stephens 1999).

90'lı yıllara gelindiğinde, verinin dijitalleşme süreci oldukça hız kazandığında televizyon yayıncılığının da dijitalleşmesi konusu gündeme gelmiştir. Japon Hi-Vision ve Avrupa HD-MAC sistemlerinin her ikisi de analog sinyallerin DBS (Direct Broadcast Satellite) uyduları tarafından iletilmesine dayanmaktaydı. Amerika'da 1985 yılında yüksek çözünürlüklü (HDTV) televizyon yayıncılığı konusu konuşulmaya başlansa da uzun yıllar gönderilecek yayının dijital mi analog mu olacağı konusu gündemde kalmış ve uzun süre standartlaşma sürecine girememiştir. Gerek geciken devlet destekleri gerekse büyük medya şirketlerinin nitelik değil niceliğe önem vermesi sebebiyle dijital yayınlar oldukça gecikmiştir. Özellikle televizyon piyasasında hali hazırda çok sayıda olan analog yayıncılığın komple kesilmesinin mümkün gözükmemesi, bir yandan da dijital teknolojinin son kullanıcı nezdinde bir maddi yüke sebep olması büyük bir soruna sebep olmuştur. Ayrıca dijitalleşmede yine çözünürlük konusu da tartışmalara sebep olmuş, standart çözünürlüklü yayıncılığın da yüksek çözünürlüklü yayınlarla birlikte dijitalleşmesi, verici ve alıcı cihazların

mümkün olduğunca çoğu standarda uyumlu çalışabilmesi gerekmesi konuları uzun yıllar gündemde kalmıştır. Yüksek çözünürlüklü yayında 720 ve 1080 satır yatay piksel tanımlamaları da kullanıcı tercihleri bağlamında sorun olmuş, 720 satırın hali hazırda standart çözünürlük olan 480 satır yayına göre kullanıcı pazarı içinde geçiş yapmak için yeterinceiletici ve kaliteli olmadığı konusu da tartışma konuları arasında yer almıştır. Fakat 1080 satırın getirdiği teknik gereklilik ve bant genişliği yükü de dijitalleşme ve teknolojinin gelişip son kullanıcıya yansması konusunda bu süreçte önemli tartışma sebeplerinden biri olmuştur. Sinyal formatlarının çeşitliliği ile başa çıkmak için Amerika'da çeşitli gelişmeler yaşanmış, FCC (Federal Communications Commission, Federal İletişim Komisyonu) ve diğer kurumlar birçok standartlaşma formatları üzerine çalışmış, 2002 yılında FCC dijital TV (DTV) tunerli (alıcılı) TV setlerinin aşamalı olarak değiştirilmesini zorunlu kılmış ve çeşitli ekran boyutuna sahip yeni televizyon cihazlarının dijital alıcı içermesi gerektiği kararını almıştır. Kurumun aldığı kararlar şu şekildedir: *36 inç ve üzeri ekran boyutlarına sahip televizyon cihazlarının üretilen birimlerinin %50'si 1 Temmuz 2004 tarihinden itibaren DTV alıcılarını içermelidir; Bu tür birimlerin %100'ü 1 Temmuz 2005 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere DTV alıcılarını içermelidir. 25 ila 35 inç ekran boyutlarına sahip alıcılar – 1 Temmuz 2005 tarihinden itibaren üretilen birimlerinin %50'si DTV alıcılarını içermelidir; 1 Temmuz 2006 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere bu tür birimlerin %100'ü DTV alıcılarını içermelidir. 13 ila 24 inç ekran boyutlarına sahip alıcılar – 1 Temmuz 2007 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere tüm bu tür birimlerin %100'ü DTV alıcılarını içermelidir.* 12 Haziran 2009 Cuma günü Amerika'da FCC'nin ilk DTV standartları kararları üzerine çalışmasının üzerinden on iki yıldan fazla zaman geçmesinden sonra analog sinyallerin kapatılması nihayet gerçekleşmiştir (Hart 2010). Bu gelişmeler doğrultusunda dijital yayıncılık Amerika ve diğer ülkelerde kullanıma girmiştir. HDTV ve diğer dijital video çözünürlükleri ve parametrelerine, medya üretiminde ve tüketiminde dijitalleşme bölümünde değinilecektir.



Şekil 5. Amerika Birleşik Devletleri'nde dijital geçiş: Federal İletişim Komisyonu (FCC) Poster (Hart 2010)

1.1.2. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Tarihsel ve Teknolojik

Gelişimi

Türkiye’de 1938 yılında oldukça güçlü olan 120 kW gücündeki UD Ankara Radyosu kurulduğunda diğer ülkelere kıyasla oldukça iyi bir radyo teknolojisine sahipti. Fakat ilerleyen zamanlarda radyo yayıncılığındaki iyi durumunu koruyamamakla birlikte Türkiye, bu teknolojiyi zamanında kullanabilme imkanını televizyon alanında hiç gerçekleştirememiştir. (Özel İhtisas Komisyonu Raporu 1976, 163-164)

Türkiye’de televizyon yayıncılığı, TRT’den önce 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından kendi bünyesindeki ekipmanlarla yapılmıştır. İlk yayınlar Maçka’daki bugünkü Yabancı Diller Meslek Yüksekokulu’nda gerçekleştirilmiştir. Yaklaşık 20 yıl yayınıni sürdüren İTÜ TV’de 15 program türü geliştirilmiştir. (Sevin, Türkiye’de televizyon yayıncılığı 67 yıl önce İTÜ TV ile başladı 2019)



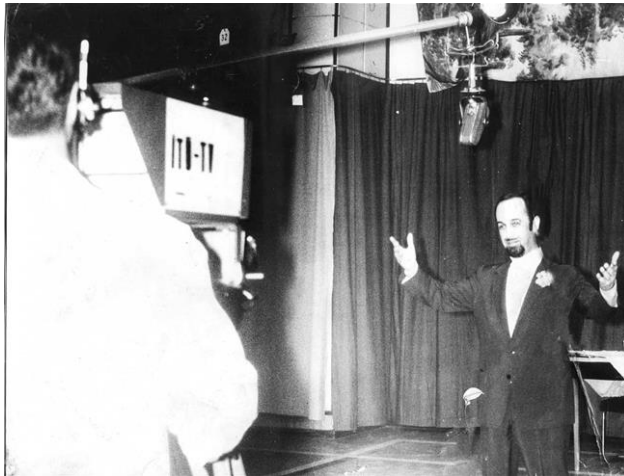
Şekil 6. “İTÜ TV ve Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Doğuşu” Sergisinden. Ayten Alpman İlham Gencer ve Zeki Akartürk (İTÜ 2018).



Şekil 7. İTÜ TV Tarihi (Twitter @itu1773 2018)

İTÜ TV’nin yayınının öyküsü Elektrik Fakültesi öğretim üyesi olan Yüksek Frekans Tekniği Kürsüsü başkanı Prof. Dr. Mustafa Santur’un 16.07.1951 tarihinde üniversite yönetimine yazdığı aşağıdaki metinle başlamıştır; (Bahadır 2020)

“Son yıllarda mühim inkişaflar (gelişmeler) gösteren televizyon alanındaki tedrisatımızı geliştirmek, ileride memleketimize de girmesi mukadder (kaçınılmaz) olan televizyon tekniğinde tecrübeli elemanlar yetiştirmek maksadı ile yüksek frekans laboratuvarımızda küçük mikyasta (ölçekte) bir tecrübi televizyon tesisi kurmak çok münasip olacaktır. Böyle bir tesis için gereken bazı cihazların isim ve özellikleri ilişik şartnamede gösterilmiş bulunmaktadır. Bu cihazların satın alınması için gerekli müdahalenin yapılmasını, derin saygılarımla rica ederim.”



Şekil 8. 2018 Tarihli “İTÜ TV ve Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Doğuşu” Sergisinden, Zeki Müren ve Fecri Ebcioğlu (İTÜ 2018).



Şekil 9. İTÜ TV Kamerası (ARIS Lab – İTÜ), Fotoğraf: Tayfun Akgül.

Ekipmanlarını İTÜ Elektrik Fakültesi'nin karşısında olan Philips firmasından temin eden Santur'un yoğun çabalarıyla 1952 yılında yayın başlamıştır. İlk yayınlar haftanın belirli günleri ve 18:00-20:00 arasında yapılırsa da içerikler zenginleştikçe yayın saatleri değişmiş ve 16:00-22:00 olmuştur. Filmler ve çeşitli canlı yayınları içeren yayınlarla yayın hayatına devam eden İTÜ TV'nin son yayını 25 Nisan 1971 tarihinde oynanan Almanya-Türkiye futbol maçdır (Bahadır 2020).

Türkiye'de televizyon yayıncılığı, radyo yayıncılığındaki gibi öncü olamamıştır. 1960'lar dünyada kitlesel haberleşme bağlamında televizyon önemli bir yer edinirken, Türkiye'de bu konu İTÜ ile başlamış fakat haberleşmenin görüntüye dayalı bir sisteme oturtulması tartışılmaya devam etmiştir. Televizyon yayıncılığının bütçesel olarak oldukça yüklü yatırım gerektirmesi devletin planlama çerçevesine girmesini de geciktiren diğer bir önemli sebep olmuştur. Bu sebeple görüntüye dayalı yayıncılık 1. Beş Yıllık Kalkınma Planında kendisine yer bulamamıştır (Aziz, Radyo ve Televizyona Giriş 1981, 115). Dünyada televizyon alıcı cihaz sayıları Amerika'da 60 milyon, İngiltere'de 14 milyon, Japonya'da 10 milyon gibi yüksek sayılara ulaştığı bu sürelerde Türkiye'de Balkan ülkelerindeki yayıncılık sinyallerini yakalamak için İstanbul'da bazı evlere antenler kurulmaya başlamıştır. Ayrıca Adana'da Arap ülkelerinin yayın sinyallerini yakalayabilmek için de aynı kurulumlar yapıldığı gözlemlenmiştir (Oskay 1971, 18).

1 Mayıs 1964'te özel bir yasayla devlet için radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek için Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu kurulmuştur (TRT Kurumsal Tarihçe 2021). 1. Beş Yıllık Kalkınma Planında yer verilmeyen TRT, kurumsal bağlantılar kurarak Alman Hükümetinden yardımlar almış, Televizyon Eğitim Merkezi kurmak için gerekli araçları sağladıktan sonra 1966 yılında kapalı devre stüdyo yayınına başlamış, ardından 1968 yılında haftada üç gün olmak üzere deneme yayınlarına geçmiştir (Oskay 1971, 19). TRT'de ilk deneme yayını Ankara'da Mithatpaşa Stüdyosunda gerçekleşmiş, anonsu Nuran Devres, açılış konuşmasını da Mahmut Tali Öngören yapmıştır (TRT Kurumsal Tarihçe 2021)..



Şekil 10. Türkiye'de İlk Deneme Yayını, Ankara Mithat Paşa Stüdyosu, Nuran Devres Anonsu (31 Ocak 1968) (31 Ocak 1968. Türkiye'nin İlk Deneme Televizyon Yayını 2017)

Ankara'da 5 kW gücünde bir verici ile yayınlarına devam eden TRT, şehirde yaşayan 1 milyon 270 bin kişiye (kuramsal olarak) ulaşmış (Aziz, Radyo ve Televizyona Giriş 1981, 115), 1970 yılında İzmir Televizyonu, 1971 yılında ise İstanbul Televizyonu faaliyete geçmiştir (TRT Kurumsal Tarihçe 2021). Yayınları 1972'ye kadar bu şekilde sürmüştü, aynı yıllarda televizyon yayıncılığı ile ilgili yatırımların İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı kapsamına alınması ile hızla gelişmeye başlaması sağlanmıştır (Oskay 1971, 19).

1976 yılına geldiğinde TRT'nin toplam verici gücü 376 kW'a yükselmiş, 1980 yılında 1819 kW'a çıkmıştır. İstasyon sayısı 1976 yılında 42'ye, 1980 yılında ise 101 olmuştur. Bu istasyonlardan 6'sı ana verici, kalanlar ise yardımcı vericilerdir ve kuramsal kapsam olarak Türkiye'nin nüfusunun yarısı TRT sinyallerine ulaşabilir hale gelmiştir. 1976 yılında yayınların büyük bölümü Ankara televizyonu vericisine bağlı olmakla birlikte 4 ana istasyon merkezden gelen paket bantlarla merkezden bağımsız yayın yapmış, 1980 yılından itibaren ise paket bantlarla yayın yapan istasyon kalmamış ve kısa süre içinde ülkenin üçte ikisi yayınının kapsama alanına girmiştir (Oskay 1971, 20).

1980 yılında siyah-beyaz yayın yapan Avrupa'da bir tek Türkiye kalmıştır. 30 Haziran 1984 tarihinde TRT de geç de olsa renkli yayına geçmiştir. Yayıncılık Avrupa ülkelerinin çoğunda Türkiye'deki gibi devletin tekeli ve denetimindeyken 80'li yıllarda dönüşüm süreci başlamıştır. Özel-ticari radyo ve televizyonlar küreselleşme

kavramının da etkisiyle birlikte kurulmaya başlamıştır. Bu durum Türkiye’de de karşılık bulmuş ve 1 Mart 1990 tarihinde Eutelsat F5 uydusundan Magic Box Star 1 kanalı test sinyallerini göndermeye başlamış ve 7 Mayıs 1990 tarihinde yayın hayatına başlamıştır (Cankaya 2012). Ardından başka kanallar da peşi sıra açılmış, başta korsan olarak nitelendirilen bu özel televizyonculuk girişimleri 1994 yılında çıkarılan yeni Radyo ve Televizyon yasası ile yasal hale gelmiştir (Kalyoncuoğlu 2021).

1.2. Dijitalleşme ve Medya Sektörüne Yansımaları

Sanayi sonrası toplumlarda tüketim yaşamın önemli bir parçası hatta merkezi haline gelmiş ve Baudrillard bu toplumlara tüketim toplumu adını vermiştir. Ardından günümüze yakın zamanlarda bilgi ve iletişim teknolojilerinin günlük yaşamın içine nüfuz etmiş, büyük bir ivmeyle yayılmaya başlamış ve bu gelişme Castells’in ağ toplumu deyişine ilham olmuştur. Bu iki kavramın kesişmesinin sonucu olarak tüketim dijitalleşmeye başlamıştır (Lehdonvirta 2012). Yaşanan dönüşüm kendini görsel sanatlarda da göstermiş, insanların seyir anlayışlarını değiştirmiştir. Bu sebeple bu bölümde dijitalleşme kavramına genel bir bakış yapılacaktır, ardından bunun medya üretimine ve tüketimine yansımaları ayrıntılarıyla incelenecektir.

1.2.1. Dijitalleşmeye Kavramsal Bakış

18. ve 19. yüzyılın önemli gelişmelerinden biri olan Sanayi Devrimi fabrikalaşma, üretimin seri hale gelmesi, buharlı makineler, haberlerin ülke sınırlarından çıkması, demiryolu, telgraf gibi önemli gelişmelere sebep olmuş, fotoğrafın gelişimi ve sinemanın ortaya çıkışı da bu dönemde ortaya çıkmıştır. Görsel ürünler teknolojik olarak seri üretim ve tüketime uygun hale geldikten sonra da endüstriye dahil olmuştur (L. Kılıç, Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi 2012, 15-37). Dış ticaret bu dönemde oldukça gelişmiş, teknik aletler üretim için önemli hale gelmiş ve makineleşme ortaya çıkmıştır. Dönemin önemli noktalarından bir diğeri de tüm bu gelişmeler başarılı bir organizasyonla sunulmuştur (Çetin 2002). Sanayi devrimi günümüze ulaşan birçok gelişmenin temelini oluştursa da 1760 yılında İngiltere’de başlayan bu devrimi, 1775’te başlayan Amerikan Devrimi ve 1789’da başlayan Fransız Devrimi ile birlikte düşünmek gerekmektedir. Sanayi Devrimi

temelde ekonomik bir devrim olsa hepsi toplumsal bağlama etkisi olan devrimlerdir (Bronowski 2009, 200).

Sanayi Devrimi ile başlayan toplumsal dönüşümün belirgin bir özelliği uzun yıllar hayatın kalitesini sanayileşme yapısı ve oranı belirlemeye başlamıştır. İlerleyen sanayileşmenin geleceği olumlu yönde etkilediği düşüncesi hâkim düşünce olmuştur. Ekonomik gelişme ve büyümeler de daha iyi geleceğin göstergesi olarak sunulmuştur. Üretim oldukça önemli olarak gösterilse de asıl neden iyi gelecek tasviri değil tüketici ve tüketimin çok önemli olmasıdır. Sanayileşmenin ön plana çıkarması üretimin çok artmasına sebep olmuş, üretimin artması tüketimin de artması gereğini doğurmuştur. Harcama ve tüketim kültürü de çağdaşlaşma olarak dünyada benimsetilmeye başlamıştır (Gürdoğan 2012, 11-13). Sanayi Devrimi'nin önemli ve belki de günümüz tüketim ve diğer kültürlere etkisi McLuhan'ın "Küresel Köy" olarak isimlendirdiği küreselleşme sürecinin ikinci ve en ivme yapan dönemine sebep olmasıdır (Elçin 2012, 7). Küreselleşmenin temeli 16. yüzyılda atılsa da 19. yüzyılda kapitalizmle birlikte tüm dünyayı etkisi altına almıştır (Mutioğlu ve Gözgü 2009, 3). Küreselleşme kültürlerin, ülkelerin, insanların ve pazarların arasındaki sınırı kaldırmış, idealleştirilmek istenen dünyanın gerçekleştirilmesini sağlamıştır (Gökdemir ve Kurtoğlu 2013, 28-29). Görsel ürünlerin tüketim materyali haline gelmesi bu devrimlerle gerçekleşmiş olsa da bu ürünlerin bireysel tüketime uygun hale gelmesi dijitalleşme sürecinin bir sonucu olarak doğmuştur.

1950'lerden itibaren başlayan dijitalleşme süreci 1990'larda Web'in kullanılmaya başlaması ile belirgin bir sıçrama yapmıştır. Günümüzde çalışma, alışveriş yapma, banka işlemleri, eğitim, yönetim, sağlık yönetimi ve eğlence kültürünü büyük dönüşüme uğratan dijitalleşme temelde kâğıt, fotoğraf vb. geleneksel bilgi depolama biçimlerinin bilgisayar sistemine uyumlu hale getirilmesi, ikili koda dönüştürülmesi olarak özetlenebilir. Genel bir bakışla analog sinyallerin dijital sinyallere dönüştürülme işlemidir. Devamında ekonomik işlemlerin ve insan etkileşimlerinin de dijital dönüşümü olarak devam etmektedir (Press 2015).

"Dijital" kelimesi Türkçeye "sayısal" olarak geçmiş ve kelime kökü olarak "digit" olarak isimlendirilen tamsayıları ifade etmektedir. Bilgisayar sistemi içinde kurulan dijital yapı ise ikili sayı sistemleri temeline kurulu, 0 ve 1 rakamlarını içermektedir (Zengin 2016, 186).

Dijitalleşmenin ilk örnekleriyle gelişimine genel bir bakış yapacak olursak; 1679 yılında Gottfried Wilhelm Leibniz modern ikili sayı sistemini geliştirmiş ve 1703 yayınlayarak onu Antik Çin kültürüne bağlamıştır. 1755 yılında Samuel Johnson İngiliz Dili Sözlüğü'nü yayınlamış ve içerisinde çeşitli alıntılarla “ikili aritmetik” girdisine yer vermiştir. Bu girdinin Çinlilerin 4 bin yıl önce kullandığı sistem olduğunu açıklamıştır. 1847 yılında George Boole matematiksel mantık alanını oluşturmuş ve evrensel hesaplamalara yol açmış, mantık sisteminde “0” ve “1” sembollerinin yorumunu “hiç” ve “evren” olarak açıklamıştır. 1937 yılında Claude Shannon, dijital devrelerin teorik temellerini oluşturan yüksek lisans tezini MIT’de sunmuş, bu sistemin telekomünikasyonda nasıl optimize edilip kullanılacağını belirtmiştir. 1938 yılında oldukça önemli bir gelişme olmuş Alec Reeves örneklenmiş analog sinyalleri dijital olarak temsil eden ses dosyasının “PCM” (pulse-code modulation) kullanımını tasarlamıştır. İlerleyen dönemlerde bu dosya bilgisayarlar ve diğer dijital ses cihaz ve uygulamalarında standart ses biçimi haline gelmiştir. 1943 yılında 2. Dünya Savaşı sırasında Sigsaly güvenli konuşma sistemi ile iletişim için ilk dijital ses iletimini gerçekleştirilmiştir (Press 2015). 1943 yılında ilk bilgisayar ENIAC John Mauchly ve John Presper Eckert tarafından icat edilmiş ve ilk genel amaçlı sayısal bilgisayar olarak kullanılmıştır. Saniyede 5000 toplama işlemi yapabilen bu bilgisayar 30 ton ağırlığında, 18000 lamba kullanan bir sisteme sahipti ve 140 kW/s enerji harcamaktaydı (Karabey 2012, 3). 1948 yılında Claude Shannon 2 tabanlı sistemi bit olarak isimlendirmiştir. Bir yıl sonra Shannon bir dizi ögenin bit cinsinden depolama kapasitesini listelemiş, tek aralıklı yazılmış bir sayfanın 104 bit olduğunu tahmin etmiştir (Press 2015). 1953 yılında IBM 701 model numaralı ilk elektronik hafızaya sahip bilgisayarını çıkartmıştır (Karabey 2012, 4).

1954 General Electric'in Louisville, Kentucky'deki Ana Cihaz Bölümü fabrikası, Birleşik Devletler'deki ilk iş bilgisayarı olan UNIVAC I sistemini kurmuştur. 1955 yılında müşteri bilgilerini dijitalleştirmede öncü olan John Hancock Mutual Life Insurance firması, 600 megabaytlık iki milyon hayat sigortası poliçesini dijitalleştirmiştir. 4 Eylül 1956 IBM, manyetik disklere dayalı ilk bilgisayar depolama sistemi ve depolanan verilere rasgele erişim sağlayan ilk 350 Disk Depolama Birimi'ni duyurmuştur. Elli adet 24 inç disk ve toplam 5 megabayt kapasite ile gelen sistem 1

ton ağırlığında olup IBM bu sistemini gittikçe geliştirerek, yeni modeller piyasaya sunmuştur.

Bilgisayar, veri depolama sistemleri ve sayısal sistemlerin gelişmesi devam ederken, 1900'lü yılların ikinci yarısında bilgisayarlar arası iletişim kurmanın gerekliliği ortaya çıkmıştır. Amerikan hükümeti bilgisayar arasında iletişim kuracak ve kaynak paylaşacak bir ağa ihtiyaç olduğunu bildirmiş, savunma bakanlığı ve üniversiteler tarafından TCP/IP protokolünü geliştirip kullanan ARPANET (Advanced Research Projects Authority Net) projesi hayat bulmuştur. ARPANET ile başlayıp World Wide Web'in (WWW) geliştirilmesiyle devam eden gelişmeler ile internet kullanıma girmiştir (Kaplansever 2019).



The ARPANET in December 1969

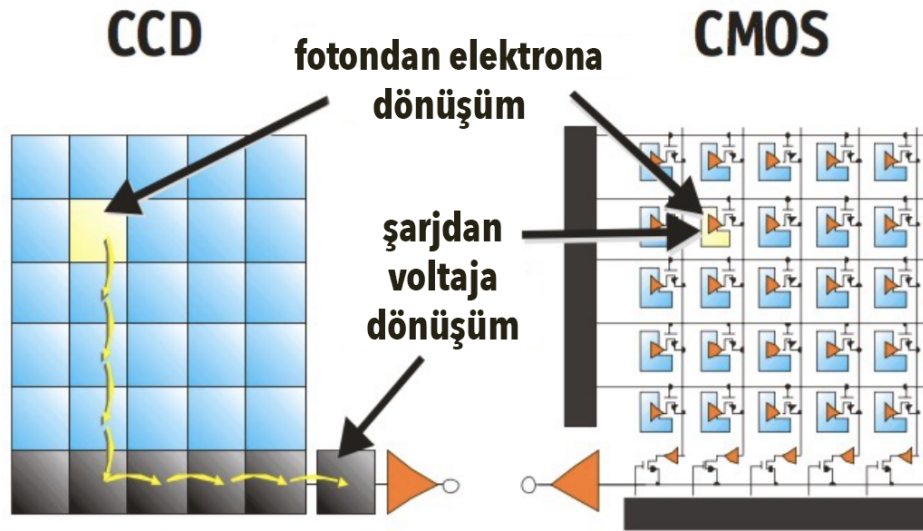
Şekil 11. İlk ARPANET Bağlantı Ağı (Kaplansever 2019).

1.2.2. Dijital Medyada Kavramlar ve Parametreler

Medyada dijitalleşmeyle birlikte kullanılan parametreler biraz değişmiş, yanına yenileri de eklenmeye başlamıştır. Tezin devamında yazılanlara daha hakim olabilmek açısından dijital medya üretiminde analog filmin yerine geçen sensör, sensörle ilgili değerler ve dolayısıyla kaydettiği “video”nun parametrelerine bakmak gerekmektedir.

1.2.2.1. Sensör

Sensörler, dijital kameralarda görüntü bilgisini yakalayan parçadır. Kabiliyetleri açısından çekilen görüntü tamamen değişmektedir. Görüntü algılayıcısı olan sensörün temelde iki temel türü vardır: CCD (charged coupled device, eşleşmiş yüklü cihaz) ve CMOS (complimentary metal oxide semiconductor, tamamlayıcı yarı iletken metal oksit). 1970 yılında üretilmeye başlanan CCD sensörler Williard Boyle ve George Smith'in birlikte çalışmasıyla ABD'de bulunan Bell Laboratuvarları'nda icat edilmiştir. 1993 yılında NASA'nın Jet Propulsion Laboratuvarlar'ında icat edilen CMOS sensörler ise daha yeni bir teknoloji olmuş, yapısı ve avantajları sayesinde günümüzde piyasa hakimiyetini eline almıştır (Taylor 1998, 1,9).



Şekil 12. İki Sensör Tipinde Işık Bilgilerinin Elektronlara Dönüştürülmesi ve Amplifikasyon İşlemiyle Güçlendirilerek Sinyale Dönüştürülüp İletilmesi (Dalsa Corporation 2008, 5)

CCD sensörler de CMOS sensörler de ve dolayısıyla çektiği görseller de (video ya da fotoğraf) milyonlarca küçük piksel denilen taneciklerden oluşmakta, temelde gelen ışık bilgisini çeşitli güçlendirme işlemine tabii tutarak sayısal veri haline getirmekte ve depolama birimine yazılması için göndermektedir. Doğal algılanan ışıkla oluşturulan sinyaller, başka bir birime iletilebilmek için güçsüz olduğundan yapılan güçlendirme işlemi bu iki sensörü birbirinden ayıran en temel özelliktir. Yukarıdaki şekilde de belirtildiği üzere bu güçlendirmenin hangi sırada yapıldığı açısından fark bulunan bu sensörlerde CCD'lerde çıkış düğümünde bu güçlendirmeyi

uygularken CMOS sensörlerde ise her pikselin içinde ayrı ayrı güçlendirme işlemi yapılmaktadır (Sony, CCD and CMOS Image Sensors: A Comprehensive Guide for Professional Videographers 2008, 5).



Şekil 13. ARRI Alexa LF Sensörü (ARRI 2022)

Günümüze bakıldığında dijital kameralarda CCD kullanımına çok rastlanmamaktadır. CMOS sensörler tercih edilmektedir. Sensörler boyutlarına göre bazı isimler almaktadır. Çeşitli mm farklılıklarına rağmen genel olarak sensörler LF (Large Format ARRI, 36.70 x 25.54 mm) (ARRI 2022), Full Frame (tam kare, 36 x 24 mm), APS-C (yaklaşık 23 x 15 mm) olarak isimlendirilmektedir (Tamés, Slattery ve Nipson 2014, 1).

1.2.2.2. ISO (International Organization for Standardization)

148 ülkenin bir araya gelerek çeşitli temsilciler aracılığıyla oluşturdukları standartlara ISO denmektedir. 1947 yılından itibaren faaliyette olan organizasyon, 1952 yılından itibaren teknik ekiplerle birlikte görüntü standartlarını belirlemektedir (Swartz 2005, 10).

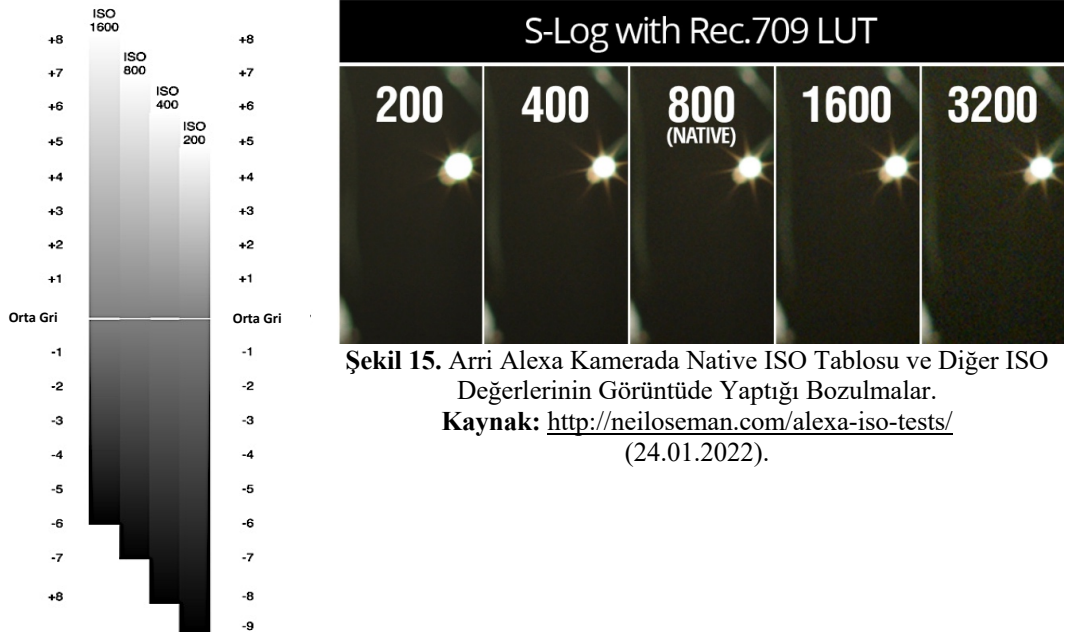
Video ve görüntülerde ISO sensörle alakalı bir terim olup kabul gören bir kare görselde gereken ışık miktarına tekabül etmektedir. Sensörlerde sinyal güçlendirmesi yapılırken eğer sinyal iletim için gereken standart amplifikasyon dışında başka bir güçlendirme ya da güçsüzleştirmeye uğramıyorsa bu değer o kamera-sensör için native (base) ISO'dur. Bu güçlendirme değeri ne kadar artarsa görüntüde o kadar gren ve bozulmalar meydana gelmektedir (Brown 2015, 20).



Şekil 14. Arri Alexa Kamerada ISO Değerlerinin Görüntüde Yaptığı Bozulmalar.

Kaynak: <http://neiloseman.com/alex-iso-tests/> (24.01.2022).

Ayrıca dinamik aralık native ISO değeri dışındaki değerlerde karanlıklarda ve aydınlıklarda olması gerekenden daha az ya da daha fazla görebilme şeklinde değişmektedir. Bu değerin native dışında olmasının dezavantajı, kamera-sensör karanlığı daha iyi görebilirken aydınlıklarda daha yeteneksiz ya da tam tersi şeklinde çalışmasıdır (Brown 2015, 20).

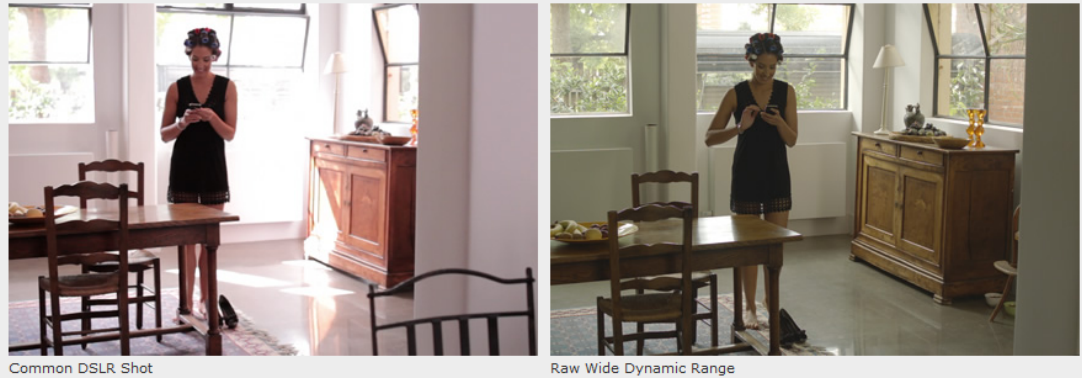


Şekil 15. Arri Alexa Kamerada Native ISO Tablosu ve Diğer ISO Değerlerinin Görüntüde Yaptığı Bozulmalar.

Kaynak: <http://neiloseman.com/alex-iso-tests/> (24.01.2022).

1.2.2.3. Dinamik Aralık

Bir pikselin doygunluğu ve sinyal eşiği arasındaki oran olan, bir başka deyişle sensörün-kameranin bir karede en aydınlık ve en karanlık alanlar arasındaki yakalayabilmek kabiliyeti olan dinamik aralık, bizim video gibi değil de film gibi görmemizi sağlayan önemli bir parametredir ve diğer parametreler gibi tamamen sensörün yapısıyla ilgilidir. ISO değeriyle birlikte de değişkenlik göstermektedir. Günlük kullanımda HDR (WDR) olarak bilinen kavram yüksek (geniş) dinamik aralığı temsil etmektedir. Aşağıdaki şekilde en parlak ve en karanlık alanlar analiz edildiğinde dinamik aralık sağdaki görselde soldakine göre oldukça yüksektir.



Şekil 16. Dinamik Aralık

Kaynak: <https://softwarearchitectblogs.wordpress.com/2013/05/04/dynamic-range-video-and-raw-data-developments-2k-raw-video-on-1000x-card/> (24.01.2022)

1.2.2.4. Çözünürlük (Resolution)

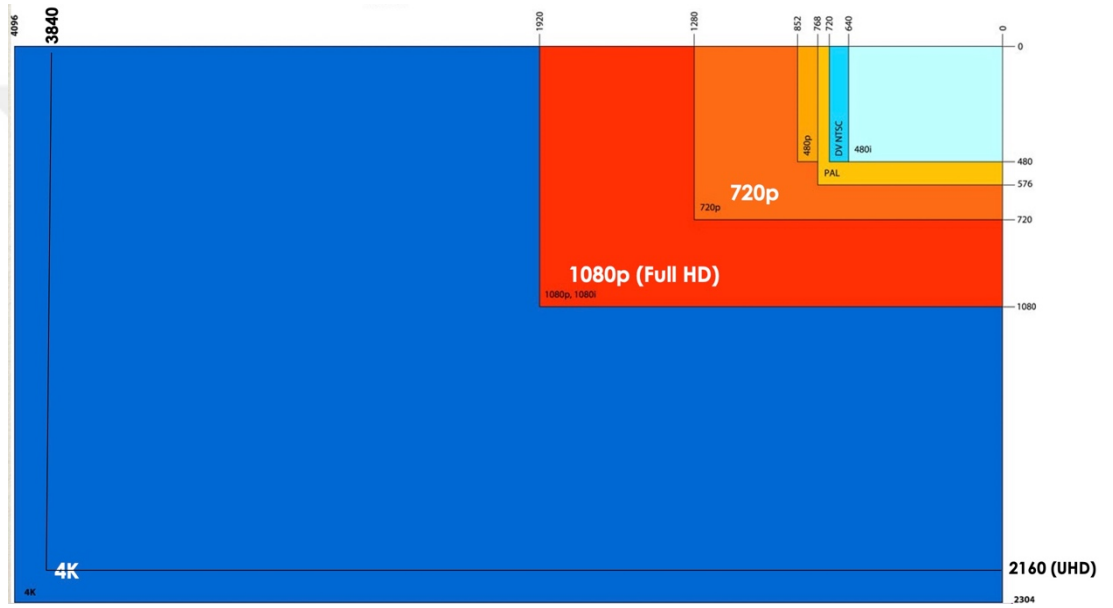
Dijital videolarda görüntü, piksel denilen küçük taneciklerin birleşmesiyle oluşmaktadır. Bu piksellerin toplam sayısı ise videonun çözünürlüğünü vermektedir. Çözünürlük belirtilirken birden fazla yöntem kullanılmaktadır; videonun genişlik ve yüksekliğinde tek satırda içerdiği piksel sayısı (3840x2160), sadece dikeyinde ya da sadece yatayında içerdiği piksel sayısı (2160p), içerdiği tüm piksellerin milyon cinsinden değeri (8.29mpx) gibi (Bordwell ve Thompson 2013, 15).

Sınıf	İsim	Çözünürlük G	Y	En-Boy Oranı
Std Def (SD)	CIF , SIF, "VHS Quality"	352	240	4:3
	VGA	640	480	4:3
	"Full D1", aka 480i; "DVD Quality"	704	480	4:3
High Def (HD)	720p	1280	720	16:9
	1080i / 1080p	1920	1080	16:9
Ultra HD (UHD)	"4k video"	3840	2160	16:9
	"8k video"	7680	4320	16:9

Tablo 1. Video Çözünürlükleri

Kaynak: (Pierce 2022)

Çözünürlük, görselin içerdiği tanım sebebiyle kalite olarak algılanmaktadır. Videonun kalitesi sadece çözünürlüğe bağlı olmamakla birlikte çözünürlük kalite için önemli parametrelerden biridir. Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere günümüzde geçerli video çözünürlükleri şu şekildedir; standart çözünürlük (480p), yüksek çözünürlük (HD) (720p ve 1080p), ultra yüksek çözünürlük (UHD) (4K – 3840x2160, 8K – 7689x2160) (Pierce 2022). Aşağıdaki görselde çözünürlüklerin alan bazında kıyaslaması görülmektedir;



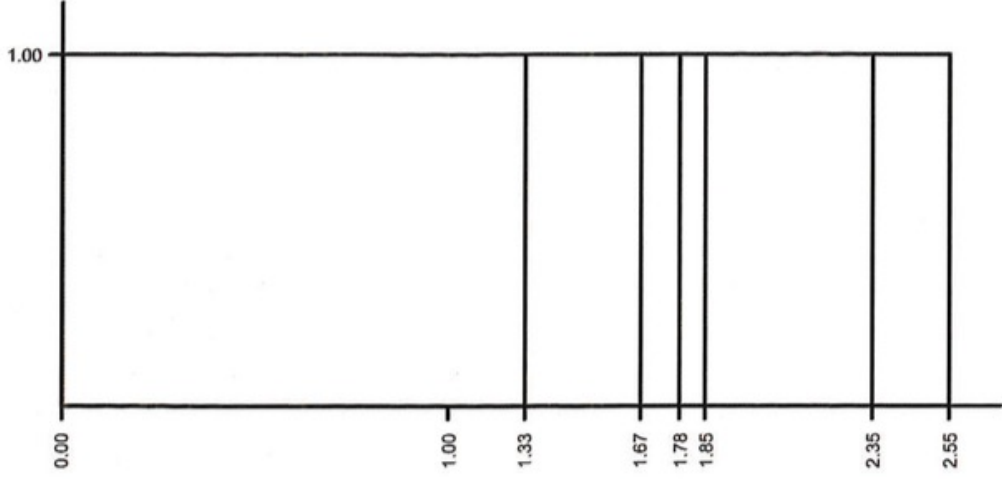
Şekil 17. Çözünürlüklerin Alan Bazlı Kıyaslaması

Videonun nasıl bir kalitede olduğu daha öncede belirtildiği gibi birçok parametreye bağlıdır. Bunlar çözünürlüğün yanında sıkıştırma türü-boyutu ve renk derinliğidir. Ayrıca izlenilen ortam da kalitenin algılanma boyutu açısından oldukça önemlidir. Gözün videoyu yani pikselleri nasıl bir mesafeden ve hangi ebatta bir ekrandan izlediği, bu ekranın parametreleri algılanan kaliteyi etkilemektedir. Aynı video, küçük bir ekranda izlendiğinde daha net ve keskin gözükmemektedir (Wheeler 2002, 82).

1.2.2.5. Görüntü Oranı (Aspect Ratio)

Videodaki görüntü ebat olarak iki kenardan oluşmaktadır. Bu en ve boyun oranı görsel sunum için önem arz etmektedir. Oranlar belirlenirken çeşitli standartlar oluşturulmuştur. Özellikle yapılan yapımın yayınlanacağı portallar, kendi kabul

şartlarında bu oranlara da değinmektedir. Oranlar, en ve boyun “bölü” şeklinde yazılması ya da en ve boy oranının birbirine bölündüğündeki sayı şeklinde ifade edilmektedir (4:3, 1,33 gibi).



Şekil 18. Görüntüde En Boy Oranlar
Kaynak: (Canikligil, Dijital Video ile Sinema 2014, 20)

Televizyon yayıncılığı uzun süre sessiz filmlerden bugüne geçerliliğini koruyan 4:3 (1,33) şeklinde ilerlemiştir. Ardından sinemaskop gibi oldukça ince-uzun görüntüye sahip görüntülerle filmler çekilmeye başlanmış ve zamanla televizyonda gösterilmeye başlanmıştır. 2,35 oranında çekilmiş bir yapıyı 1,33 ekranda gösterildiğinde üstten ve alttan çok boşluk kalmaktadır. Bu sebepten ya boşluklu gösterim yapılmakta ya da filmin orijinallliği bozulup sağ ve soldan bir oranda kırpma yapılmaktaydı. Bu sebepten dolayı 1996 yılından itibaren yüksek çözünürlüklü yayımlar standartlaşırken en boy oranı da ortalama bir değerde sabitlenmiş ve 16:9 (1,78) değeri kullanılmaya başlanmıştır (Pogue 2018).

1.2.2.6. Renk Derinliği

Dijital videolar piksel olarak isimlendirilen noktacıklardan oluşmaktadır. Bu piksellerin her biri, üç adet alt pikselin birleşmesinden medyana gelmektedir. Alt piksellerin gösterebildiği ton sayısı, videonun renk derinliğini belirlemektedir. Bit cinsinden değerlendirilen bu değer hesaplanırken 2 üzeri hesaplama kullanılır. Örneğin 8 bit videoda kırmızı değeri 2^8 yani 256 adet ton içermektedir (Canikligil, Dijital Video ile Sinema 2014, 34).

Renk derinliğinin bit cinsinden artması veri miktarını da arttıracığından videonun boyutu da bit derinliğine göre değişmektedir. Video ne kadar çok renk verisi içerir, ne kadar çok bit derinliğine sahip olursa o kadar çok alan kaplamaktadır (Swartz 2005, 93).



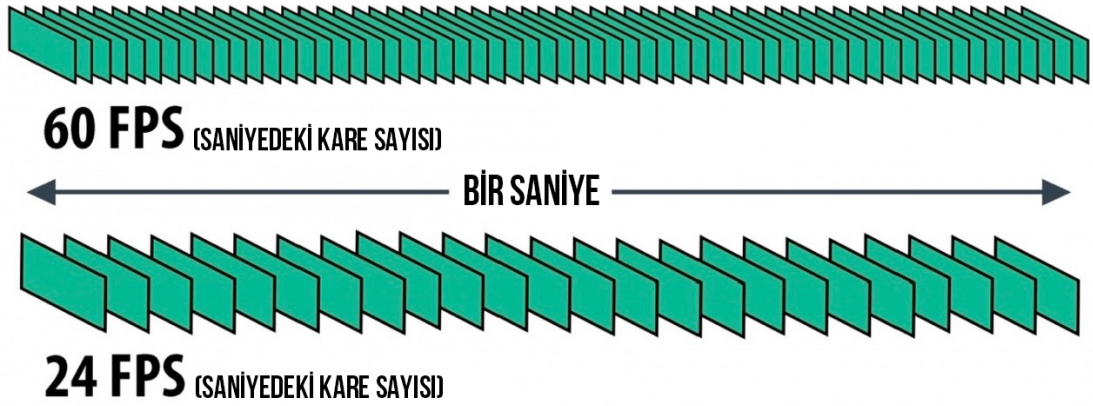
Şekil 19. Renk Derinlikleri ve İçerdikleri Ton Miktarları (Aldred 2018)

Renk derinliğinin sektörde kullanılan örnekleri genel olarak 8 bit (4:2:0 renk örnekleme), 10 bit (4:2:2 renk örnekleme), 12 bit (4:4:4 renk örnekleme) şeklindedir. Renk örnekleme (chroma sampling) videonun boyutunu küçültebilmek için pikseller arasındaki örnekleme sayısını açıklamaktadır (Apple 2020, 6-10). Parantezlerde yazılan renk derinliği ve renk örneklemleri çoğu zaman bu şekilde kullanılsa da 10 bit renk derinliğine sahip 4:2:0 renk örnekleminde videolar da boyut küçültme amaçlı kullanılabilir. Yukarıdaki görselde de görüldüğü üzere 8 bit video 256 adet kırmızı, 256 adet yeşil, 256 adet mavi ton içerir. Tüm oluşturabildiği renkler hesaplandığında ise 16,78 milyon renge ulaşmaktadır. 10 bit video 1,07 milyar renk içerebilirken 12 bit video ise yaklaşık 68 milyar renk içermektedir (Aldred 2018). Özellikle gradyan giden ve çok ton içeren görseller görüntülenmeye çalışıldığında 8 bit yeterli olmamaktadır. Videonun ilk zamanlarında 8 bit yeterli gibi görünse de günümüz için istenen minimum renk derinliği 10 bittir.

1.2.2.7. Kare Sayısı (FPS)

Videolar saniyede belirli bir sayıda akan duran görsellerden oluşmaktadır. Projenin yapıldığı portalın istediği bir yayıncılık teknik şartnamesi mutlaka bulunmaktadır. Projeyi üretilirken nereye teslim edilecekse oranın teknik parametrelerine göre üretilmekte ve teslim edilmektedir. Ayrıca yavaş çekim (slow-motion) ya da hızlı akış (time-lapse) gibi kavramlar da yine saniyede akan kare sayısının (oyun hızı) ile çekim sırasında yakalanan kare sayısının ayarlanmasıyla yapılmaktadır.

Sinema filmleri için saniyede 24 kare, 50 Hz elektrik sistemi kullanılan ülkelerdeki PAL televizyon yayıncılığı için saniyede 25 kare, 60 Hz elektrik sistemi kullanılan ülkelerdeki NTSC televizyon yayıncılığı için saniyede 30 (29.97) kare kullanılmaktadır (Canikligil, FPS Problemleri! 2009). Kare sayısının belirtiminde videodaki tarama sistemi de önemli olup yazılırken belirtilmektedir.



Şekil 20. Kare Sayısı (Animotica 2020)

1.2.2.8. Tarama Sistemi

Televizyon teknolojisinin ilk yıllarında ışıma sistemi fosfor haznelere elektron fırlatılması şeklinde gerçekleşmektedir. Fosforun yeterli süre ışıdayamaması sebebiyle ekranın sonuna gelindiğinde başı silinmeye başlamaktadır. Bu sebeple geçmeli tarama sistemi (interlaced) geliştirilmiştir. Ekrandaki piksel satırları tek ve çift sayılara bölünüp, ilk başta tek ardından çift satırlar taranmaktadır. Sonuçta saniyede 25 kare akan bir yayın için alan iki kere taranmaktadır. Yani 50i (50 interlaced) görüntü aslında saniyede 25 kare akan bir görüntüye tekabül etmektedir. 60i görüntü

ise saniyede 30 kare akan görüntüye denk gelmektedir. Bu işlem oldukça hızlı olduğundan gözle ayırt edilmemektedir. Böylece akıcı bir görüntü ilk teknolojilerde bile sağlanmıştır.



Şekil 21. Tarama Sistemleri

Kaynak: <https://thepowerpointblog.com/interlaced-vs-progressive-video/> (27.01.2022)

Durum bugünkü LCD ya da LED ekranlar için geçerli olmasa da bu sistem yayıncılık standardı olarak yerleşmiştir. Televizyon yayıncılığı dışındaki yayın portalları ise çoğunlukla tek geçişli olan progressive tarama sistemini kullanmaktadır. Bu sistemde satırlar ilk satırlar başlayarak son satıra kadar atlamadan sıralı bir şekilde taranmaktadır. Progressive taramada saniyede 25 kare akan görüntü baştan sonra 25 kere taranmaktadır. Tarama sistemi belirtilirken kare sayısının yanına interlaced için “i” harfi, progressive için “p” harfi konmaktadır (Canikligil, Dijital Video ile Sinema 2014, 30). Günümüzde dizi-seriyal çekimleri için kullanılan kameraların neredeyse hepsi progressive çekim yapmaktadır. Tüm post prodüksiyon işlemleri progressive devam etmekte, en son yayın bandı kanal ya da platform nasıl talep ediyorsa final çıktısı o şekilde alınıp öyle teslim edilmektedir. Bazen kanallar ve platformlar birden fazla çıktı formatı isteyebilir. Bu sebeple projeler ve çalışmalar ona göre düzenlenmektedir.

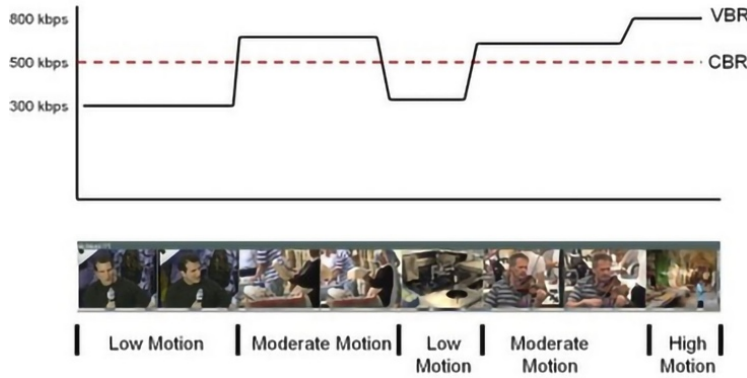
1.2.2.9. Sıkıştırma Formatları

Videolar çözünürlük, kare sayısı, renk derinliği, bant genişliği vb. parametrelerden dolayı daha önce renk örneklemede de bahsedildiği gibi çeşitli yöntemler kullanılarak sıkıştırılmaktadır. Sıkıştırılmamış (RAW) görüntüler günümüz teknolojilerinde dahi yayıncılık sektörü için uygun olmamakla birlikte çok büyük veri

içermektedir. Video sıkıştırma işlemi algoritmalarında kayıplı (lossy) bir sıkıştırma yapılmaktadır. Fakat bu işlemler, parametrelerine bağlı olarak düzgün yapılırsa gözle fark edilmesi zor kayıplar olmaktadır.

Dijital videolarda bitrate (bit hızı), birim zamanda taşınan veri ve detayı ifade etmektedir ve görüntü için MB/sn (Mbps) (kb/sn, kbps ile de gösterilebilmektedir) cinsinden ölçülmektedir. Bu değer videonun görüntüsünün ve sesinin ne kadar veri içereceğini yani yer kaplayacağını, dolayısıyla ne kadar sıkıştırılacağını belirlemektedir. Daha yüksek bit hızları görsel açıdan daha kaliteli ve keskin görüntüler üretirken düşük bit hızları bulanık videolar üretmektedir. Sabit (CBR, constant bitrate) ve değişken (VBR, variable bitrate) olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Sabit bit hızında video her saniyede ve karede eşit veri akış hızına sahiptir. Fakat değişken bit hızında video görselin içeriğine göre az veri görsel veri içeren bazı saniye ve karelerde daha düşük, daha hareketli ve veri içeren yerlerde daha yüksek veri akış hızı ayarlamakta ve görüntü kalitesini oldukça yükseltmektedir. Değişken veri akış hızına sahip videonun kodlaması uzun sürse de görsel üstünlükleri sebebiyle tercih edilmektedir (Krings 2021).

Constant vs Variable Bit Rate



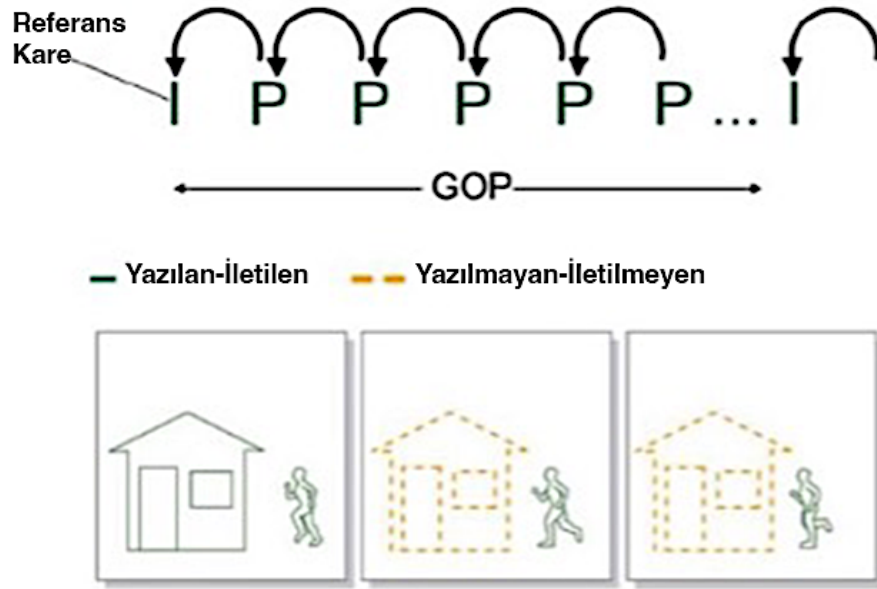
Şekil 22. CBR VBR Kıyaslaması
(Constant: Sabit, Variable: Değişken)

Kaynak: (Berel 2021)

Aşağıdaki örnekte solda yüksek bit hızı ve sağda düşük bit hızının görüntüye etkisi görülmektedir; (görsel orijinaldir)

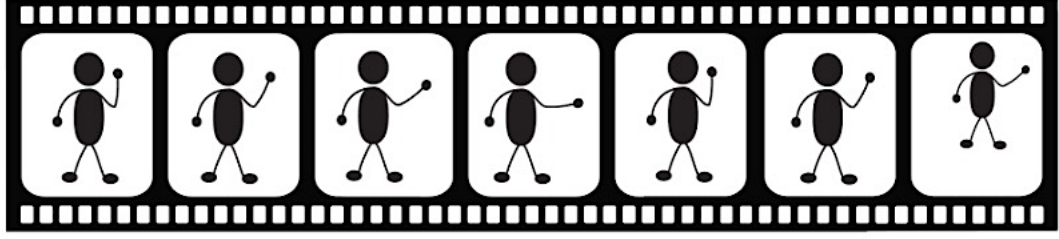


Video sıkıştırılırken iki yöntem kullanılmaktadır. Videonun kareleri, birbirinden bağımsız, tek tek kendi içinde sıkıştırılıyorsa bu kare içi (intraframe); kareler, birbirleri arasında çeşitli parametrelere göre sıkıştırılıyorsa bu kareler arası (interframe) sıkıştırma yöntemidir (Canikligil, Dijital Video ile Sinema 2014, 35-37). Kareler arası sıkıştırmada videoda belirli anahtar kareler arasında kalan blok bölümler analiz edilmekte ve hareketsiz kalan yerler referans kareye yazılmakta, diğer referans (anahtar) kareye kadar gereksiz görülen hareketsiz alanlar yazılmamaktadır. Böylece veri boyutu oldukça küçültülebilmektedir. Aşağıdaki örnekte kareler arası sıkıştırma görülmektedir. Koşan adam ilk referans kareden sonraki referans kareye kadar her kareye yazılmakla birlikte sabit duran ev görseli ilk referans karede yazılıp diğer referans kareye kadar olan süreye kadar yazılmamaktadır.

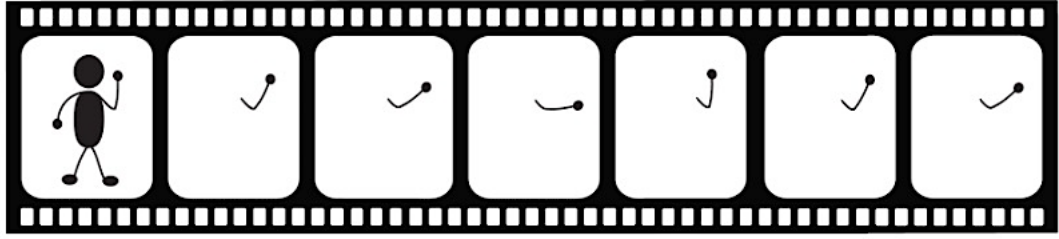


Şekil 23. Kareler Arası Sıkıştırma Örneği

Sektörel bazda profesyonel formatlar kare içi sıkıştırma kullanmaktadır. Kare içi sıkıştırmada karelerin arasında bir bağıntı bulunmamaktadır. Bu sebeple sistemi daha az yoran ve daha kararlı formatlardır. Aşağıdaki görselde iki sıkıştırma yönteminin görseller aracılığıyla kıyaslaması görülmektedir;



Kare içi sıkıştırma
Her detay her kareye kodlanır



Kareler arası sıkıştırma
Belli gruplamalar içinde sadece fark içeren yerler kodlanır

Şekil 24. Kare İçi ve Kareler Arası Sıkıştırma Yöntemlerinin Farkları (Gladstone 2018)

Sektörel bazda geçerli en çok kullanılan format Apple'ın ürettiği ProRes video formatıdır. Kare içi sıkıştırma yöntemini kullanan ve son kullanıcının belli seçenekler arasından seçim yapmasını sağlayan video formatı, post prodüksiyon için oldukça verimli çalışmaktadır. ProRes RAW, ProRes 4444 XQ, ProRes 4444, ProRes 422 HQ, ProRes 422, ProRes 422 LT, ProRes 422 Proxy seçeneklerine sahip olan formatın her ayarı için önceden belirlenmiş bitrate ve renk derinlikleri bulunmaktadır (Apple 2020). Son kullanıcının yapacağı ayarlar sınırlılığından ve sunduğu görsel kalitenin üst düzey olmasından dolayı kamera firmaları ve medya şirketleri tarafından tercih edilmektedir. Türkiye'de dizi-seriyal üretiminde en çok kullanılan Arri marka kameralar da RAW çekimin yanında ProRes kayıt desteklemekte ve üretim sırasında bu ayar tercih edilmektedir. Aşağıdaki görselde çeşitli çözünürlük ve saniyede akan kare sayılarına göre ProRes formatlarının veri akış hızları ve kapladıkları alanlar gösterilmektedir:

Dimensions	Frame Rate	ProRes 422 Proxy		ProRes 422 LT		ProRes 422		ProRes 422 HQ		ProRes 4444 (no alpha)		ProRes 4444 XQ (no alpha)	
		Mb/s	GB/hr	Mb/s	GB/hr	Mb/s	GB/hr	Mb/s	GB/hr	Mb/s	GB/hr	Mb/s	GB/hr
1920 x 1080	24p	36	16	82	37	117	53	176	79	264	119	396	178
	50i, 25p	38	17	85	38	122	55	184	83	275	124	413	186
	60i, 30p	45	20	102	46	147	66	220	99	330	148	495	223
	50p	76	34	170	77	245	110	367	165	551	248	826	372
	60p	91	41	204	92	293	132	440	198	660	297	990	445
2K 2048 x 1080	24p	41	19	93	42	134	60	201	91	302	136	453	204
	25p	43	19	97	44	140	63	210	94	315	142	472	212
	30p	52	23	116	52	168	75	251	113	377	170	566	255
	50p	86	39	194	87	280	126	419	189	629	283	944	425
	60p	103	46	232	104	335	151	503	226	754	339	1131	509
4K 4096 x 2160	24p	155	70	350	157	503	226	754	339	1131	509	1697	764
	25p	162	73	365	164	524	236	786	354	1180	531	1769	796
	30p	194	87	437	197	629	283	943	424	1414	636	2121	955
	50p	323	145	730	328	1049	472	1573	708	2359	1062	3539	1593
	60p	388	174	875	394	1257	566	1886	848	2828	1273	4242	1909

Tablo 2. Apple ProRes Video Formatları ve Veri Akış Hızları (Dimensions: Çözünürlükler)
(Apple 2020)

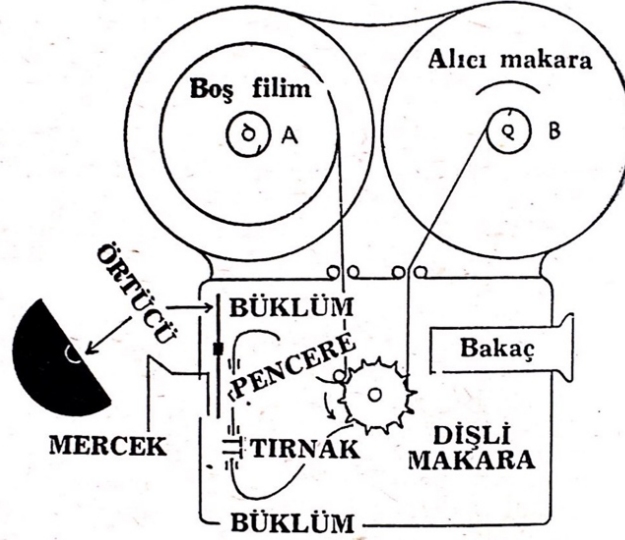
1.2.3. Medya Üretiminde Dijitalleşme

1.2.3.1. Kameraların ve Oynatma Formatlarının Dijitalleşmesi

Televizyon yapımlarında üretim süreçlerini etkileyen temel yapı izlenebilirlik gibi gözüксе de bunun da temelinde ekonomik yapı ortada çıkmaktadır. Bourdieu'ya göre televizyonda son aşamada ağırlığı olan şeyin ekonomik baskı olduğunu söylemektedir (Bourdieu 1997). Kamu yayıncılığı haricindeki televizyon kanallarını ayakta tutan temel faktör gelirler olduğu için bu yapısal gerginlik üretilen yapıtlarda da kendini göstermektedir. Bu sebeple maliyetleri azaltmak ve ulaşılabilirliği arttırmak ekonomik yapıyı etkileyen önemli faktörlerdendir. Dijitalleşme bu konuda medya sektörü için önemli gelişmelerden biri olmuştur. Bu bölümde medya üretimi ve tüketiminde dijitalleşmeye tarihsel açıdan bakılacaktır. Dijital üretimin aşamaları ise ilerideki bölümlerde anlatılacaktır.

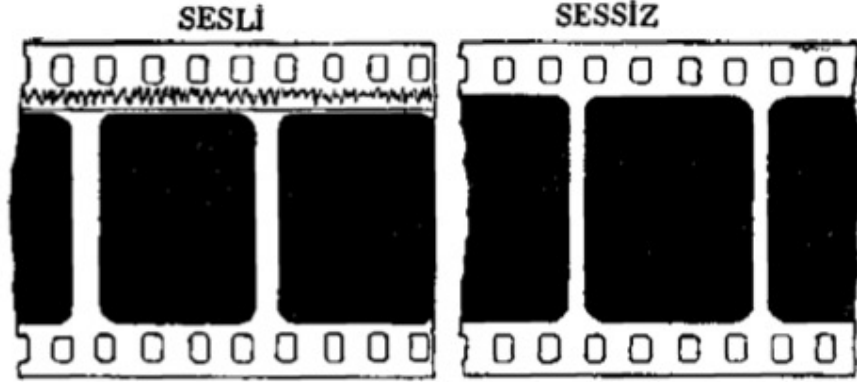
Medya üretimindeki temel araçlardan biri olan kamera analog olarak ilk Fransız Auguste Marie Louis Lumière (1862-1954) ve Louis Jean Lumière (1864-1948) kardeşler tarafından icat edilmiş, 13 Şubat 1895 yılında patentini aldıkları Sinematograf (*Cinématographe*; Yunanca *Kinema* "Hareket", *Graphein* "Yazmak"

(L. Kılıç, Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi 2012, 205) cihazı hem kayıt hem gösterim yapabilen bir yapıya sahiptir (L. Kılıç 2013, 121). Analog kamera yapısına kısaca bakacak olursak; bir karanlık kutu ve ön yüzeyine açılmış bir delikten oluşan kasa yapısının ucuna mercek sistemlerinden oluşan objektifler takılarak, içine yerleştirilen filmi hareket ettiren düzeneğiyle birlikte fotoğraf makinesi mantığıyla çalışan, binlerce kare görüntü çekebilen bir cihazdır. Yüzlerce metre film takılarak kullanılabilir biçimde tasarlanmıştır. Bu sayede uzun görüntüler çekebilmektedir. Genel olarak filmi hareket ettiren mekanik bölüm ve görüntünün saptanmasını sağlayan optik bölüm olarak iki bölümden oluşmaktadır (Özön, Sinema El Kitabı 1964, 136).



Şekil 25. Analog Kamera (Alıcı) Yapısı (Özön, Sinema El Kitabı 1964, 136)

Analog kameralarla çekim yapılırken, görüntü ışık vasıtasıyla ince, bükülebilir, duyarlı bir kuşağa kaydedilmektedir. Bu kuşak filmidir (Özön, Sinema El Kitabı 1964, 145). Bu film malzeme olarak bir ışığa duyarlı duyarkat (emülsiyon) ve selüloit materyalden oluşan bir tabandan oluşmaktadır. Duyarkat tabakasını jelatin ve ışığa karşı duyarlı gümüş tuzları oluşturmaktadır ve bu tabaka optik bölümden gelen ışığın miktarına ve yoğunluğuna göre cevap vererek görüntünün oluşmasını sağlamaktadır. Ayrıca filme teknoloji geliştikçe ses kuşağı eklenmiş ve görüntüyle senkron kaydedilebilmesi sağlanmıştır (Vardar 2012, 160).



Şekil 26. Sesli ve Sessiz Analog Filmin Yapısı (Özön, Sinema Uygulayımı, Sanatı, Tarihi 1985, 34)

Televizyonun ortaya çıkışı ve gelişimi, hareketli görüntünün gelişmesi ve dijitalleşerek, video formatlarının kullanıma girmesini sağlamıştır. Televizyonun teknolojik ilerlemesi, görüntü dijitalleşmesinde önemli bir kaynak olmuştur ve sonucunda kameraların ve gösterim platformlarının dijitalleşmesinin yolu açılmıştır (McKernan 2005, 12-13). Kılıç, görüntünün dijitalleşmesi ve video hakkında görüşlerini aşağıdaki şekilde ifade etmektedir;

Elektronik görüntü (video) ondokuzuncu ve yirminci yüzyıldaki görsel-işitsel araçların fotoğraf, radyo, film, gramafon, ses kayıt aracının birikimini içine alan tarihsel geçmişe sahiptir. (..) Videonun görüntüsü elektronik olarak ekranda belirir. Ekran ışıklı noktacıklardan meydana gelen bir yüzeydir. Yani elektronik görüntünün kendisi ışıktır. (L. Kılıç, Çoğaltım Aracından Sanat Ortamına 1995, 10)

Görüntü kaydedicilerinin dijitalleşmesi aşamasında ilk basamak film yerine kasetlerin almasıdır. Ardından kullanılan kasetler dijitalleşmiş ve video sistemleri kullanılmaya başlanmıştır. Video kasetlerin ortaya çıkışına kısaca bakacak olursak; 1956 yılında Ampex Corporation firmasının ürettiği video kaset kaydediciyi icat etmiş fakat görüntü kalitesi ve ebatları son kullanıcıya hitap eder nitelikte bulunmamıştır (McKernan 2005, 12-13). 1964 yılında Sony firması 1 inç, makara bantlı profesyonel kaset formatını geliştirmiş, ardından 1971 yılında U-matic ile bant kalınlığını $\frac{3}{4}$ ince küçültmüş ve kullanıma sokmuştur. Böylece kameralar için küçülme devri başlamıştır. 1975 yılında ise önemli bir gelişme olmuş, Sony Betamax kasetini kullanıma sunmuş, böylece profesyonel piyasanın yanında son kullanıcıya da hitap eden bir sistem satışa sunulmuştur. Ardından hemen bir yıl sonra JVC firması VHS

(Video Home System) kaset formatını üretmiş, satışa sunmuş ve rekabet başlamıştır (Canikligil, Dijital Video ile Sinema 2014, 23).

1982 yılında yönetmen Ford Coppola Japonya kökenli NHK şirketinin 1125 satırlı görüntüye sahip HD ekipmanını deneyen ilk Hollywood yönetmeni olmuştur. Film üretimine daha bu ekipmanlarla geçiş yapmamış olsa da bu video teknolojisini büyüleyici şeklinde yorumlamış ve gerek kolay düzenlenebilirlik gerek kalite artışı öngörüsünde bulunarak kalitesinin 35 mm film kalitesine erişebileceği yorumunu yapmıştır. (McKernan 2005, 24)

1983 yılına gelindiğinde kişisel amaçlı son kullanıcıya hitap eden ilk kamera olan Sony BMC-100 piyasaya sürülmüştür. Video 8 isimli sistemi kullanan kamera üç buçuk saat gibi uzun süreli çekim yapabilme kapasitesine sahip olsa da ağır ve hantal bir kamera olarak yorumlanmıştır (Ha 2022).



Şekil 27. Sony Betamovie BMC-100 Kamera

Kaynak:

http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2023689_2023773_2023766,00.html
(04.01.2022).

1982 yılında Sony, sektörde büyük yer edinen Betacam'ı üretmiş ve bu teknoloji 90'lı yılların ortasına kadar yayın standardı olarak kullanılmıştır. 1986 yılında Betacam'ı biraz daha geliştirip SP versiyonunu piyasaya sürmüş, ardından günümüzü etkileyen profesyonel D1 olarak adlandırdığı ilk dijital video formatını kullanıcılara sunmuştur. 1989 yılında Sony Hi8 olarak lanse ettiği sistemini çıkarmış,

400 satır görüntü içerek bu formatla birlikte yarı profesyonel sektörde gelişmeler olmuş ve kameralar güçlenip aynı zamanda küçülmeye başlamıştır. 1993 yılına geldiğimizde dijitalleşme için önemli yer edinen bir gelişme daha yaşanmış, Sony firması Dijital Betacam'ı piyasaya sürmüştür. Bu dijital teknoloji yayıncılıkta büyük başarı yakalamış ve kullanım standartlarından biri olmuştur. Sony firmasındaki gelişmelerin paralelleri JVC firmasında da yaşanmış, benzer teknolojileri yakın zamanlarda JVC firması da piyasaya sürmüştür (Canıklıgil, Dijital Video ile Sinema 2014, 24).

1995 yılında son kullanıcıya hitap eden önemli bir gelişme daha olmuş, Mini-DV teknolojisi kullanıma sunulmuştur. Ev kullanımındaki yükselişi hedefleyen bir teknoloji olan Mini-DV aynı zamanda profesyonel kullanıcılar için de önemli bir alternatif olmuştur. 500 satır görüntü ve CD kalitesinde sese sahip olan Mini-DV yalnızca 6mm genişliğinde oldukça küçük bir kaset ile bunları gerçekleştirebilmektedir. Çoğu üretici de Mini-DV'nin standartlaşmasını kabul etmiş ve bu formata uygun kamera ve kasetler üretmiştir (Andrews 2010, 11).



Şekil 28. Sony VX1000 DV Kamera, Mini-DV kasete kayıt yapan ilk kamera (1995).

Kaynak: <https://www.redsharknews.com/production/item/5847-this-is-how-the-first-dv-cameras-changed-video-production-forever> (18.01.2022)

90'lı yıllar teknolojinin ve dijitalleşmenin iş sektörüne ve son kullanıcıya ulaşması açısından önemli yıllardır. Medya üretimlerinde çekim aşamasında dijital video formatları kullanılmaya başlanmış, kurgu sistemleri küçülmüş ve dizüstü bilgisayarlarda düzenlemeler yapılabilmeye başlamıştır. Bu gelişmeleri detaylandırırsak 90'lı yılların sonlarında dijital medya sektöründe, günümüzde hala

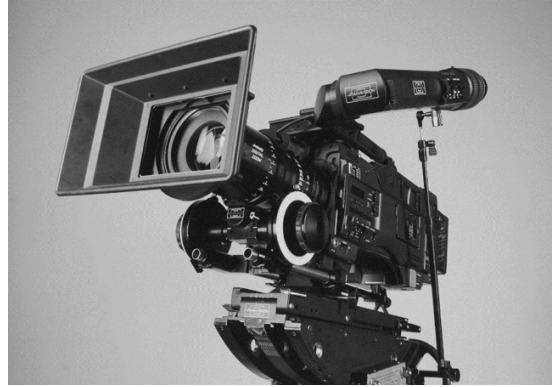
kullanımına devam eden yüksek çözünürlüklü (High Definition, HD) görüntüler kullanılmaya başlanmıştır. 1997 yılında Sony firması HDCAM'i çıkarmış, bu durum hem televizyonculuk hem sinema alanında önemli bir gelişme olmuştur. Film üretiminde bu teknolojiyi kullanıma geçirip sektöre kazandıran isim George Lucas olmuştur. Ardından sinema için dijital kavramı her aşamada kullanılabilir hale gelmiş, televizyonculuk sektörü için HD kavramı standart hale gelmeye başlamıştır (McKernan 2005, 25) (Canıklıgil, Dijital Video ile Sinema 2014, 24). HDCAM kaset saniyede 24 kare, 1440x1080 (1080i, 1920x1080 çözünürlükte oynatıma sahip) çözünürlükte, 144 Mbit/s kalitesine sahip görüntü ve 20-bit 48kHz dijital ses kaydı alabilmektedir (Digimad, 2022).

HDCAM formatı ile birlikte sinemada dijitalleşme başlamış ve Sony yüksek çözünürlüklü kayıt imkanı sunan Cinealta HDW-F900 model numaralı kamerasını 1999 yılında kullanıma sunmuştur. Hollywood sinema endüstrisi için ilk George Lucas'ın kullandığı (*CineAlta 2018*) ve üretiminde destek olduğu kameranın bir benzerini üretirken birlikte çalıştığı Panavision firması da HD900F model ismiyle piyasaya çıkarmıştır (*HD900F 2022*).



Şekil 29: Sony Cinealta HDW-F900

Kaynak: Sony Cinealta HDW-F900 Kataloğu



Şekil 30: Panavision HD900F

Kaynak: Panavision Resmi Web Sitesi.

Analog kameraların kalitesine ulaşması beklenen dijital teknoloji, tam gereken çözünürlüğe 90'ların sonunda ulaşmasa da yüksek çözünürlüklü HD görüntü bunun için önemli bir adım olmuştur. Sony HDW-F900 modelini "Film Yapımında Yeni Ufukları Keşfetmek" sloganıyla lanse etmiş, bu format ve kameranın üretimin tüm aşamaları için yeni ve esnek bir yöntem sunduğunu belirtmiştir. Kasetlerin türüne göre değişmekle birlikte bir kasete 50 dakikaya kadar yüksek çözünürlüklü kayıt alabilen

kamera ile çekim aşaması da dijitalleşince, post prodüksiyon ile birlikte üretim giderlerinin azalacağını belirten Sony, sinema filmi ile yüksek çözünürlüklü dijital görüntünün küresel alanda yakınsaması için önemli bir ilk basamak olduğunu vurgulamıştır (Sony, HDW-F900 Model Numaralı Kamera Tanıtım Kataloğu 2000, 4-10).



Şekil 31. George Lucas Tunus'ta Star Wars: Attack Of The Clones (2002) için dijital çekim yaparken.
Kaynak: <https://britishcinematographer.co.uk/cameras-and-lenses/> (19.01.2022)

Sony ve Panavision, HDCAM kullanan kameralarının çözünürlüğünün analog filmlerle kıyaslandığında 16mm filmle eşdeğer olduğunu iletmiştir (Sony, HDW-F900 Model Numaralı Kamera Tanıtım Kataloğu 2000, 4-10). Üretilen bu kameraların özellikleri aşağıdaki tablodaki gibidir (HD900F 2022).

Sensör:	RGB 2/3" CCD
Efektif Çözünürlük:	1920 (H) x 1080 (V)
Güç:	12 v DC (range 11-17v)
İçindeki Filtreler:	ND Filtreler, CC Filtreler
Lens Mount:	Panavision HD Mount (proprietary)
Hassasiyet:	Minimum ISO 320 tungsten
Kaset Tipi:	HDCAM: BCT-22HD, BCT-32HD, BCT-40HD
Çekim Süresi (ayarlar göre):	22 min. @30 fps, 27.5 min. @24fps, 32 min. @30 fps, 40.0 min @24fps, 40 min. @30 fps, 50.0 min. @ 24fps
Ses Kalitesi:	20 bit, 48kHz Dijital (4 kanala kadar)

Tablo 3. Sony HDW-F900 Kamera Özellikleri

1999 yılından itibaren kameralar ve formatlar konusunda gelişmeler devam etmiş, Sony Digital 8, Micro MV gibi formatlar çıkarmıştır. 2003 yılında dijital kasetler adına önemli bir gelişme olmuş Sony, Canon, Sharp ve JVC firmaları ile birlikte DV formatının gelişmiş versiyonu olan HDV'yi çıkartmıştır (Canikligil, Dijital Video ile Sinema 2014, 24, 25).

2005 yılı dijital üretim için önemli bir yıl olmuş, kasetlerin yerini bellek kartları almaya başlamıştır. Böylece görüntüler sürükleyici bırak mantığıyla çalışılan bilgisayarda diske yüklenebilen dosyalar haline gelmiş, post prodüksiyon işlemine hızlıca hazır hale gelmeye başlamıştır (Canikligil, Dijital Video ile Sinema 2014, 24, 25).

Sony 2000'li yıllardan itibaren Cinealta serisini geliştirerek dijital sinema üretiminde kullanılacak başka modeller yayınlamıştır. Fakat 2007 yılına gelindiğinde RED firması ilk modeli RED One'ı çıkarmış ve analog filmin çözünürlüğüne yakın olan, günümüzde hala geçerliliğini koruyan 4K çözünürlüğe ulaşmıştır. Bu modelini tanıtırken *“dijital sinemayı yeniden tanımlıyor, 4K'yı demokratikleştirerek statükoya meydan okuyoruz”* sloganıyla çıkmış ve medya sektöründe önemli bir etki bırakmıştır (RED ONE | The Revolutionary 4K Digital Cinema Camera” 2017).



Şekil 32. Red One – The Original 4K Production Camera

Kaynak: <https://epfilms.tv/red-one-original-4k-production-camera/> (20.01.2022)

RED firması 2005 yılında zengin bir şirket olan Oakley firmasının ortağı Jim Jannard tarafından Amerika'da kurulmuştur. İki yıllık bir geliştirme sürecinden sonra hazırlanan RED One modelinin satışı 2007'de başlamış ve 17.500 dolarlık fiyatıyla şaşkınlığa sebep olmuştur. Çünkü dijital kameralar arasında bu fiyat oldukça ucuz görülmüştür ve demokratikleşme mottosunu yerine getirmekte önemli bir politika

olmuştur. 2007 yılının Mart ayında yönetmen Peter Jackson Birinci Dünya Savaşını konu edinen kısa filmi *Crossing The Line*'ı iki prototip RED One kamera ile tamamlamıştır. Kısa filmi izleyen başka yönetmenler de kamerayı deneyimlemek istemiştir. RED One ile televizyon için çekilen ilk yapım tıbbi dramayı konu edinen ER dizisinin 2007 yılından sonraki bölümleridir (Freedman 2013) (Ayrıca bkz. https://stringfixer.com/tr/Red_Digital_Cinema (20.01.2022)).

RED One modelinin teknik özellikleri aşağıdaki tablodaki gibidir (Red One – The Original 4K Production Camera 2020);

Sensör:	14 Mp Mysterium-X
Sensör Boyutu:	24.2mm X 12.5mm
Dinamik Aralık:	13+ stops
Maksimum Çerçeve Boyutu:	4480x2304
Çekim Formatları:	4.5K RAW (2.4:1) 4K RAW (16:9, HD, 2:1, ve Anamorfik 2:1) 3K RAW (16:9, 2:1, ve Anamorfik 2:1) 2K RAW (16:9, 2:1, ve Anamorfik 2:1)
Proje Kare Sayıları:	23.98, 24, 25, 29.97 fps @ 4.5K, 4K 50, 59.94 fps @ 3K, 2K
Kayıt Formatları:	4K : DPX, TIFF, OpenEXR (RED RAY via optional encoder) 2K : DPX, TIFF, OpenEXR (RED RAY via optional encoder) 1080p RGB or 4:2:2, 720p 4:2:2, Quicktime, JPEG Avid AAF, MXF. 1080p 4.2.0, 720p 4:2:0 : H.264, .MP4
Kayıt Ortamı:	REDFLASH (CF) Module : (16GB Media) RED SSD™ (64GB, 128GB, 256GB Capacity)
Ses Kalitesi:	4 kanal, sıkıştırılmamış, 24 bit, 48KHz.

Tablo 4. RED One Kamera Özellikleri

2009 yılına gelindiğinde televizyonculuk, sinema ve diğer medya sektörleri için çok önemli bir gelişme olmuş, Alman firması ARRI tarafından Alexa isimli kamera duyurulmuştur. Amsterdam’da IBC fuarında duyurusu yapılan Alexa, inceleyenlere istenildiği gibi bir film kamerası şeklinde görülmüştür. Kullanımı pratik bulunan ve ARRI’nin ürettiği eski analog filme çekim yapan sistemlerindeki ayarlara benzeyen Alexa modelinin sadece fiziksel kasası değil en önemlisi çektiği dijital görüntünün de filme benzemesi büyük yankı uyandırmıştır (Fauer, The History of ARRI in a Century of Cinema 2017).



Şekil 33. ALEXA Classic EV, 6/2010

Kaynak: <https://www.arri.com/en/camera-systems/cameras/205726-205726> (20.01.2022)

ARRI Alexa ile çekilen dijital videonun dinamik aralığının analog filme yakın bulunması, tonların ve gölgelerin o yıllarda ayrımı yapılan video – analog film gibi gelmemesi, inceleyenler tarafından “bu kamera bizi dijitalin daha iyi olduğu bir noktaya getirdi” yorumlarının yapılmasını sağlamıştır. Fuarda yönetmenlerin Alexa modelini deneyimlemelerinin ardından, filminden dijitalle geçiş sürecinde beklentileri karşılanmıştır. Analog kameralardaki deneyimlerini dijitalle geçirmeyi başarmış olan ARRI firması Alexa modelinin 2010 yılında satışa çıkmasından sonra üretim sürecinde dijitalleşme oranını büyük ölçüde değiştirmiştir (Fauer, The History of ARRI in a Century of Cinema 2017). Stephen Daldry tarafından yönetilen ve 2011 yılında vizyona giren *Çok Gürültülü ve Çok Yakın (Extremely Loud & Incredibly Close)* filmi ARRI Alexa ile çekilen ilk büyük filmlerden biri olmuştur. Görüntü yönetmeni Chris Menges’e göre Alexa dijital kameralardan beklenen özelliklerin çoğunu sağladığını,

özellikle kameranın düşük ışık şartlarındaki performansı ile filmi çektiklerini iletmiştir (Arri, 100 Years Inspiring Your Vision 2020).



Şekil 34. ARRI Alexa Üretim Süreci (*Fauer ve Laperal, A Cinematographer's Tour of ARRI ALEXA from Concept through Construction 2010*)

ARRI Alexa modelinin ilk satışa çıkan versiyonu Alexa Classic EV'nin teknik özellikleri aşağıdaki gibidir (Arri, ARRI Alexa User Manual 2010);

Sensör:	ALEV III CMOS sensor
Kaydedilebilen Sensör Boyutu:	23.76mm X 13.36mm
Dinamik Aralık:	14 stops
Maksimum Çerçeve Boyutu:	2880x1620
Çekim Formatları:	1920 x 1080 pixels (2880x1620 çözünürlükten küçültülerek oluşturulmaktadır)
Proje Kare Sayıları:	23.976, 24, 25, 29.97, 30 fps
Kayıt Formatları:	Apple ProRes 422/4444 codec family
Kayıt Ortamı:	Sony SxS-Pro cards SD card slot for FAT/FAT32 SD cards

Tablo 5. Arri Alexa Classic EV Kamera Özellikleri

ARRI'nin kamera üretmesi, sinema ve dizi-seriyal sektöründe en önemli gelişmelerden biri olmuştur. Görüntünün alışlagelmiş video stilinden uzaklaşıp analog film kalitesine ve estetiğine ulaşması dijitalleşme aşamasına hız veren en önemli gelişme olmuştur. Önceleri ürettiği modeller standartlaşan dijital sinema parametrelerine kullanılmasına rağmen tam yetmese de televizyonculuk için ilk üretilen model dahi oldukça yeterli olmuştur. İlerleyen modellerle birlikte çözünürlük ve kare sayısında yeterliliğe ulaşmış ve aslında özel istekler dışında sektörün

dijitalleşmesi tamamlanmıştır. Aşağıdaki tabloda yıllara göre ARRI kameraların teslim tarihleri ve model isimleri belirtilmiştir;

Aile	Model İsmi	İlk Teslim
	ALEXA Classic EV	2010 06
	ALEXA Classic Plus	2011 04
	ALEXA Classic Studio	2012 02
	ALEXA Classic M	2012 04
	ALEXA Classic Plus 4:3	2012 05
	ALEXA HD Fiber Remote Camera Set (FRO)	2013 03
 	XR Module Upgrade	2013 05
	ALEXA XT EV	2013 05
	ALEXA XT Plus	2013 05
	ALEXA XT Studio	2013 07
	ALEXA XT M	2013 06
	ALEXA XT Plus B/W	2014 01
AMIRA	AMIRA	2014 05
ALEXA 65	ALEXA 65	2015 01
ALEXA Mini	ALEXA Mini	2015 05
	ALEXA SXT EV	2016 09
	ALEXA SXT Plus	2016 09
	ALEXA SXT Studio	2016 12
	ALEXA SXT W	2017 10
ALEXA LF	ALEXA LF	2018 03
	ALEXA Mini LF	2019 09

Tablo 6. ARRI Kameraların Zamana Göre Gelişimi ve Modelleri (*Fauer, ARRI ALEXA Family 10th Annual Reunion 2020*)

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi ARRI sürekli kameralarını geliştirerek günün gereksinimlerine uygun modeller çıkarmıştır. Türkiye’de de dizi-seriyal sektöründe en çok tercih edilen dijital kamera ARRI modelleri olmuştur. Ekibinde de bulunduğum setlerdeki orijinal görsellerde gösterildiği gibi kullanılan ARRI kameralar aşağıdaki gibidir;



Şekil 35. Kaderimin Yazıldığı Gün Seriyali (2014, Görsel Orijinaldir)



Şekil 36. Tozkoparan Seriyali (2018, Görsel Orijinaldir)

Yukarıdaki fotoğraflarda da görüldüğü gibi Türkiye’de birçok dizi-seriyal setinde ARRI marka kameralar tercih edilmektedir. İhtiyaçlara göre değişen modellerle birlikte genelde Alexa Classic, Alexa XT ve Alexa Mini tercih edilmektedir. Eğer Netflix gibi dijital platformlara üretilecekse kamera tercihleri değişmekte, Netflix ARRI Alexa LF, ARRI Alexa Mini LF ve Arri Alexa 65 modellerinin kullanımına izin vermektedir (Netflix 2022).

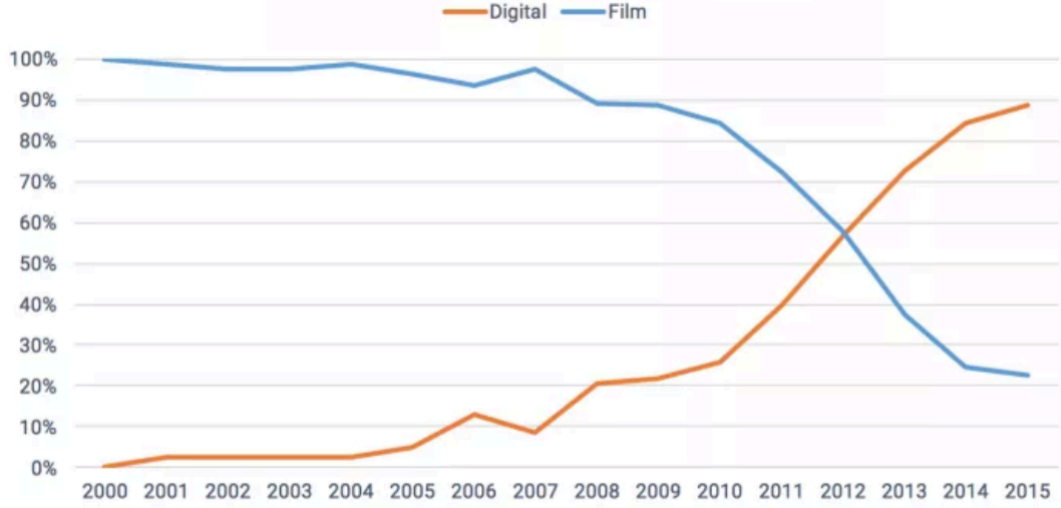
Netflix temelde yatay çözünürlüğün tam 4K değerinde (4096px) olmasını baz alırken onun yanında dinamik aralık, bitrate (akış hızı) vb. diğer parametrelere de önem vermektedir. Bu sebeple aslında Netflix'in kamera kabul listesi gerek çevrim içi medya yayıncılığı gerekse dijital sinema için yeterli parametreye sahip kameralara genel bir bakış sunmaktadır. Netflix'e yapım üreten şirketlerin kullanması gereken ARRI dışındaki diğer markalara ait kamera modellerine 2022 yılının ocak ayında yayınlanan listesinden bakacak olursak;

RED:	DSMC2 / WEAPON MONSTRO 8K VV, WEAPON DRAGON 8K VV, DSMC2 / WEAPON HELIUM 8K S35, EPIC-W HELIUM 8K S35, WEAPON DRAGON 6K S35, EPIC DRAGON 6K S35, DSMC2 / EPIC-W GEMINI 5K S35, SCARLET-W DRAGON 5K S35, RAVEN 4.5K, RANGER MONSTRO 8K VV, RANGER HELIUM 8K S35, RANGER GEMINI 5K S35, DSMC2 DRAGON-X 6K S35, KOMODO 6K
Canon:	C300 Mk II, C300 Mk III, C500 Mk II, C500, C700, C700 FF, C70
Panasonic:	VariCam 35, VariCam LT, Varicam Pure, AU-EVA1, S1H, BGH1, AK-UC4000,
Panavision:	DXL2
Sony:	Venice, FX9, F55, F65, FS7 – FS7II, F5, FX6, PXW-Z450, PXW-Z750,
Blackmagic:	URSA Mini 4.6K, URSA Mini Pro 4.6K, URSA Mini Pro 4.6K G2

Tablo 7. Netflix Kamera Kabul Listesi (Ocak 2022) (Netflix 2022).

Aşağıdaki tabloya bakıldığında sinemada dijitalleşmenin RED One ile hızlanıp ARRI Alexa Classic'in 2010 yılında satışa sunulmasıyla ile büyük bir ivme kazandığı görülmektedir. 2000'lerin başında sinema üretiminde ilk dijital kameralar çıkmaya

başlamasına rağmen üretimde çok tercih edilmediği görülmektedir. Fakat grafikte günümüze yakın tarih olan 2015 yılı baz alındığında artık üretimin %90 oranına ulaştığı okunmaktadır (Follows 2016). 2022 Yılı bu ivmeyle düşünülürse üretimlerin özel bir neden olmaksızın tamamen dijitalleştiği söylenebilir.



Tablo 8. 2000 – 2015 Yılları Arasında Amerika’da Çekilen Gişe Filmlerinin Formatları
Kaynak: (Follows 2016)

ARRI Kameralardan başka diğer kameraların da bu dijital üretime etkisi bulunmaktadır. Günümüzde birçok firma gerek uygun fiyatlı gerek daha da yüksek çözünürlüklü birçok model üretmektedir. Bu modellere Türkiye dizi-seriyal piyasasında ARRI kamera modelleri hakimiyeti olduğundan dolayı değinilmemektedir. Televizyonculuk sektörü dijitalleşmeyi sinema sektörüne göre daha çabuk benimsemiştir. Çünkü televizyon yayıncılığının çözünürlüğü dijital sinemaya göre özellikle dijitalleşmenin ilk yıllarında bariz fark edildiği üzere düşüktür. Günümüzde bile yayıncılık standardı çoğunlukla hala 1080p dediğimiz FHD çözünürlüğündedir. UHD olarak isimlendirilen 4K (günümüz dijital sinema standart çözünürlüğü) bazı kanallarda olmakla birlikte hala yaygın değildir. Bu sebeple ilk üretilen dijital kameralardan itibaren elde edilen çözünürlük, televizyon yayıncılığı için yeterli olmuş, ayrıca üretimin bir diğer önemli faktörü olan bütçe açısından da dijital sistemler her zaman tercih edilme sebebi olmuştur.

1.2.3.2. Kurgu Sistemlerinin Dijitalleşmesi

Analog kameraların çıkmasıyla birlikte üretilmeye başlanan filmlerde kurgunun bir zanaat ve sanat olarak gelişmeye başlaması, daha karmaşık kurguların ve çeşitli sistemlerin üretilmesini ve geliştirilmesini sağlamıştır. Analog çekilen filmlerde günlük çekimlerin ev ortamında izlenebilmesi için geliştirilen ev projektörü Moviola'nın 1917 yılında Iwan Serrurier tarafından kullanıma sunulması analog kurgu sistemleri için dönüm noktası olmuştur (McKernan 2005, 85).



Şekil 37. Moviola (Dresser 2020)

Serrurier, kurgu odasında kullanılabileceğini düşünen bir editörle görüşmesi sonucunda Moviola çeşitli revizeler yapılarak geliştirilmiş, analog kurguda Warner Bros.'dan MGM'e kadar birçok yapımda Hollywood editörlerinin kullandığı tek cihaz olmayı başarmıştır. Moviola'nın ardından analog kurgu için çeşitli başka cihazlar da çıkmış, dijital kurgu sistemleri çıkana kadar bu cihazlar kullanılmıştır (McKernan 2005, 85).

Analog sistemlerde yapılan kurgular doğrusal kurgu olarak adlandırılır. Kurgunun plan plan sıralı yapılmasını gerektiren sistemlerde kurgu yapmak dijital sistemlerdeki kadar kolay olmamaktadır. Dijital sistemlerle birlikte hayatımıza giren kurgu türü ise rastgele erişimin mümkün olduğu doğrusal olmayan kurgudur. Walter

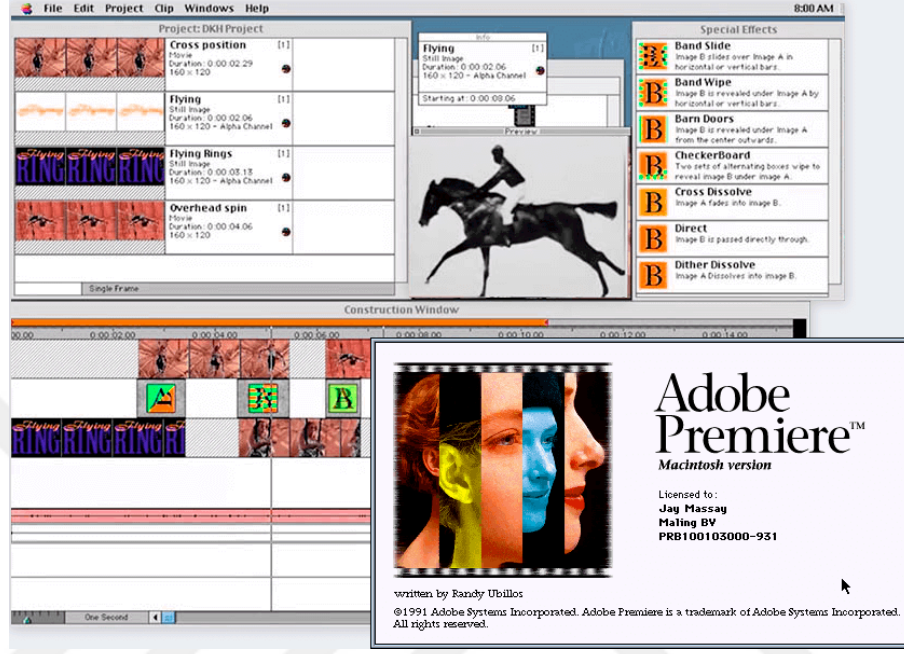
Murch'un belirttiği gibi 1995 yılı analog sistemlerle kurgulanmış yapımların dijital sistemlerle kurgulananların sayısına eşit olduğu son dönem olmaktadır (Fossati 2018, 54).

Kurgunun tamamen dijitalleşmesi süresince oldukça farklı gelişmeler ardı ardına yaşanmıştır. 1985 yılında Quantel firması Harry isimli bir sistem çıkarmıştır. Bu sistem tamamen dijital video düzenleme ve efekt sistemi olmakla birlikte teknik kısıtlamalara sahiptir. 80 saniyelik, 8 bit sıkıştırılmamış video düzenleyebildiğinden dolayı oldukça sınırlı kullanımda kalmıştır. 1987 yılında günümüzde hala kullanılan Avid/1 Media Composer tanıtılmış, Avid Teknoloji firması tarafından hem Apple Macintosh bilgisayar platformu için hem de tescilli Avid özel sistemleri ile satışa sunulmuştur. Bu sistem kurgunun dijitalleşmesi için devrim niteliğinde bir gelişme olarak nitelendirilmiştir. Önceden kısa videolar düzenlense de 1992 yılında Let's Kill All the Lawyers filmi Avid kullanılarak dijital olarak düzenlenmiştir. 1995 yılına gelindiğinde dijital düzenlenen film sayısı yüzlere ulaşmıştır (Kennedy 2011).



şekil 38. AVID1 Media Composer (1989) (Kaynak: <https://youtu.be/Bzy94vWUitE>, Eylül 2022)

1991 yılında Adobe firması, günümüzde oldukça popüler olan bir diğer video düzenleme yazılımı olan Premiere'in 1.0 versiyonunu Macintosh bilgisayarlar için yayınlamıştır (Kennedy 2011).



Şekil 39. Adobe Premiere 1.0 (Macintosh) (Kaynak: (Williams 2022))

1999 yılında ise Apple, Avid'in baş rakibi olacak Final Cut Pro yazılımını piyasaya sürmüştür. Final Cut Pro, Avid Media Composer gibi sektörel bazda önemli başarılar elde etmeye başlamış, kullanımı gittikçe yaygınlaşmıştır (Kennedy 2011).



Şekil 40. Apple Final Cut Pro X (2022 Yılı Sürümü)

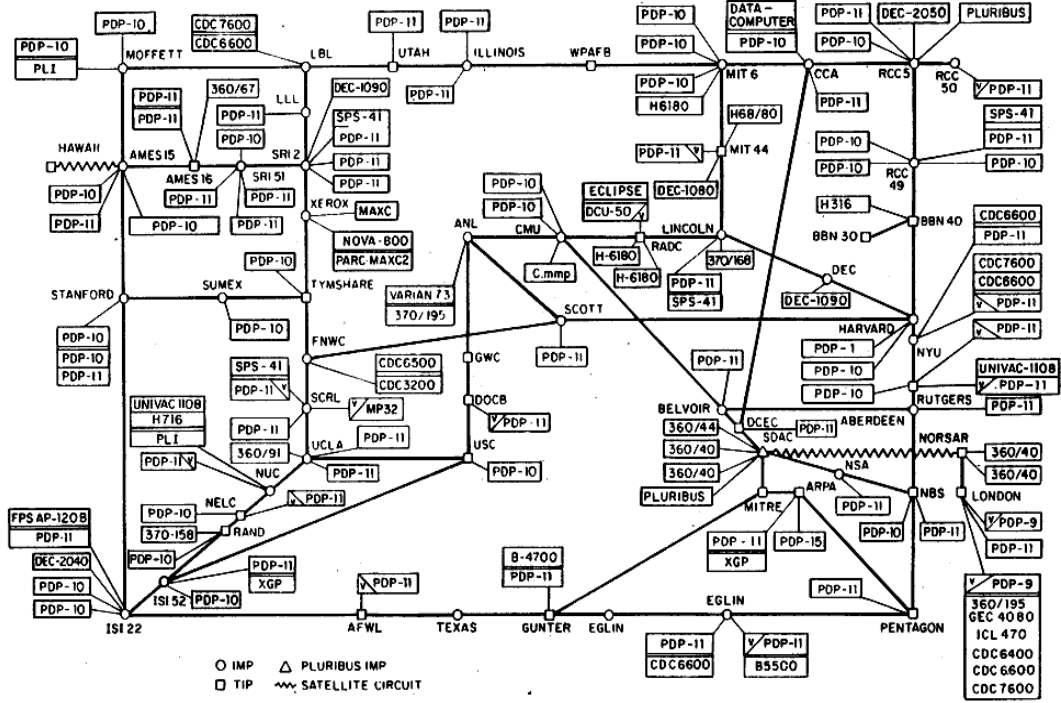
Bu yazılımlarla birlikte dijital kurgu sistemleri sektörel bazda yer edinmeye başlamıştır. Analog sistemlere göre oldukça fazla imkân sunan dijital sistemler geliştikçe, sağladıkları kolaylıkların yanında bütçesel olarak daha kolay ulaşılabilir bir yapıda olmuştur. Günümüze gelindiğinde ise tamamen dijital yazılımlar, portatif bilgisayarlar kullanılarak dahi video düzenleme işlemlerini yapar hale gelmiştir.

1.2.4. Medya Tüketiminde Dijitalleşme ve Küreselleşme

Televizyon yayınları analog sistemlerle son kullanıcıya iletilirken bilgisayarın keşfi ve dijitalleşme gelişmeleriyle birlikte sinyaller dijitalle dönüşmüş ve yayınlar da dijitalleşmiştir. Günümüz medya tüketimindeki dijitalleşmeye baktığımızda sadece yayın sinyallerinin dijitalleşmesinden söz etmek yeterli olmamaktadır. İnternetin keşfi ve son kullanıcıların erişiminde yaygınlaşması, günlük yaşantının yanında medya tüketiminde de önemli değişmelere sebep olmuştur.

İnternette önce bilgisayar ağları kavramı ve toplumsal etkileşimi ile ilgili ilk tanımlamalar MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) kurumundan J.C.R. Licklider'in 1962 yılında yazdığı makalede "Galactic Network" kavramıyla incelenmiştir. Fakat internetin keşfi ve son kullanıcıya ulaşmasındaki süreç, hem teknolojik altyapı hem kuramsal olarak ilk adımları *Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığı*'nın bir alt kolu olan *Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu* (DARPA)'ya dayanmaktadır. Bu kurum 1969 yılında ARPANET adında bir ağ tasarlamıştır ve bu ağ Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversite ve araştırma kurumlarının bilgisayarlarının katılımıyla büyümüştür. 1972 yılında ilk internet tabanlı uygulama "*elektronik posta, e-mail*" tanıtılmış ve e-posta ile iletişimi kurmak, gönderim yapmak ve almak için ilk uygulamalar yine aynı yıl yazılmıştır (İTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı 2013). Aşağıdaki şemada 1977 yılına ait ARPANET ağ haritası gösterilmektedir;

ARPANET LOGICAL MAP, MARCH 1977



Şekil 41. 1977 Yılında Arpanet Ağ Haritası, The Computer History Museum (Froehlich 2017)

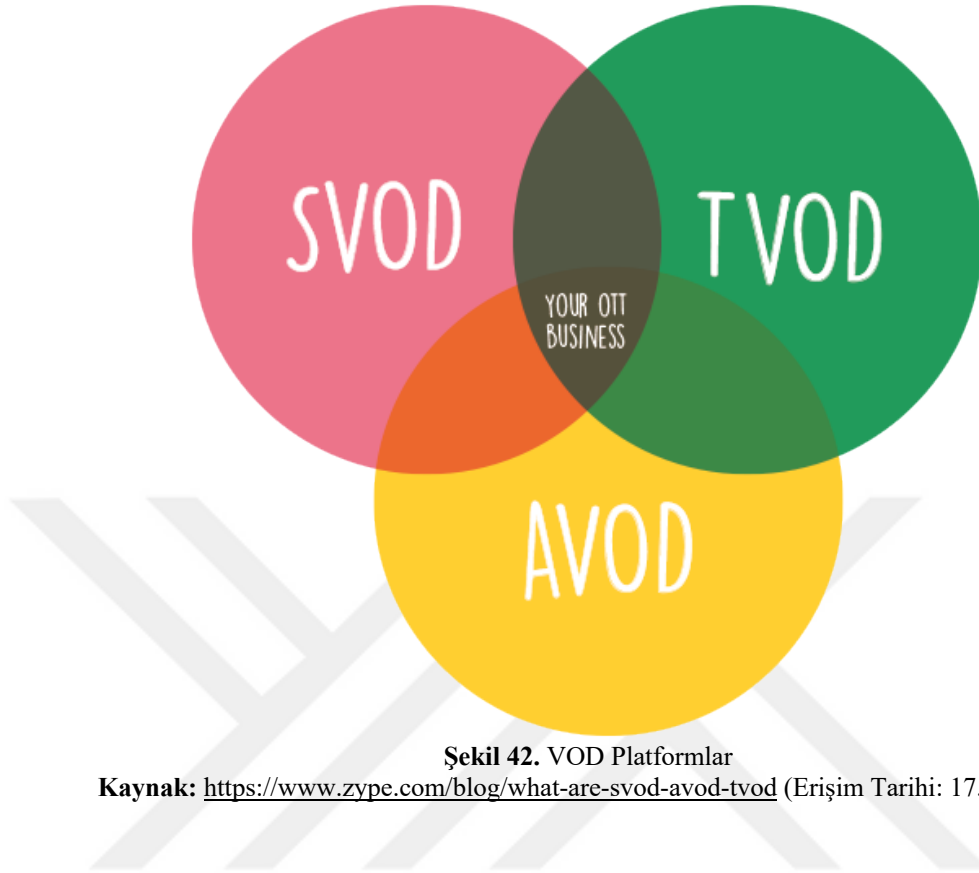
Diğer üniversite ve kurumların da çalışmalara katılmasıyla birlikte 1978 yılında *İletim Kontrol Protokolü* (TCP – Transmission Control Protocol) geliştirilmiştir. 1983 yılında tüm ARPANET kullanıcıları TCP/IP protokolüne geçiş yapmış ve bu yapı standartlaştırılmıştır. 1985 yılından sonra internet artık sadece eğitim kurumlarında değil birçok yerde kullanıma başlanmış ve e-posta uygulamaları gibi sistemler yaygınlaşmaya başlamıştır. İnternetin bugünkü tanımı ise 24 Ekim 1995 tarihinde FNC (Federal Networking Council)’nin yayınlandığı bildiride şekillenmiştir. İnternet hızlarının günümüzdeki seviyelere ulaşmasıyla birlikte de ses ve görüntünün eşzamanlı transferi mümkün hale gelmiş, bu da medya yayıncılığını değiştiren önemli bir yapı oluşturmuştur (İTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı 2013).

Elektrik teknolojisi insan yaşantısında aktif bir rol oynamaya başlamasıyla birlikte endüstri ve toplumdaki diğer yapıların kapsamları, çeşitliliği ve yapısı itibariyle birleşik bir duruma geleceğini tanımlayan McLuhan, global köy kavramıyla medyanın bu elektriksel devrimle dünya çapında yayılması ile birlikte dünyanın birbirine bağlı hale gelmesi olgusunu tanımlamaktadır (McLuhan 1994, 348). Günümüze uyarlanabilecek bu tanım, internet ile medyanın diğer bir dönüşümünü mümkün kılmaktadır. Bu dönüşümün temelinde Jenkins'in yaklaşma-yakınsama kavramı bulunmaktadır.

“Yeni ve eski medyanın çarpıştığı, taban medyası ile kurumsal medyanın kesiştiği, medya yapımcısının ve medya tüketicisinin güçlerinin beklenmedik şekillerde etkileşime geçtiği yaklaşma (convergence) kültürüne hoş geldiniz.” (Jenkins, "Cesur Yeni Medya" Teknolojiler ve Hayran Kültürü 2016, 19)

Medyanın televizyon ekranlarından ve tekellerinden çıkıp çeşitli internet platformlarında aktif hale gelmesi ve yayılması, son kullanıcının ağa bağlanması ve bu yapılara ulaşmasının daha kolay hale gelmesi ile farklı medya platformları doğmuştur. Ağ üzerinden yayın yapan ve birçok cihazdan ulaşım imkanı sunan bu platformlar global köy kavramının medya, internet-cihaz-teknoloji yakınsamasıyla buluşmasından türemiş önemli yapılar olduğu ve medya ekonomisinde önemli bir paya sahip dilime ulaştığı günümüz için bilinen bir durum olmaktadır.

İnternet altyapısı ve sistemlerinin gelişmesiyle birlikte geleneksel içerik tüketim alışkanlıkları televizyonların dışına çıkmış, çeşitli internet portallarının sistemleriyle ulaşılabilir hale gelmiştir. İnternet ve televizyon sistemlerinin birleşiminin genel adı OTT yani internet üzerinden TV'dir (Oracle 2022). OTT altyapısını kullanan video ve içerik sistemleri, internet altyapısının sıkıştırılmış videoları iletebilecek güce ve yazılımsal olarak etkileşimsel uygunluğa ulaşması ile birlikte mümkün hale gelmiştir. Bu internet video sistemlerinin ortaya çıkışında önemli olan VOD kavramına değinmek gerekmektedir. İsteğe bağlı video anlamına gelen VOD (Video on Demand) kullanıcıların talebi üzerine istediği içeriklere erişmesi anlamına gelmektedir. Üç farklı çeşidi olan VOD; SVOD, AVOD ve TVOD olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Zype, What are SVOD, AVOD and TVOD? | A Guide to Monetization Types 2020).



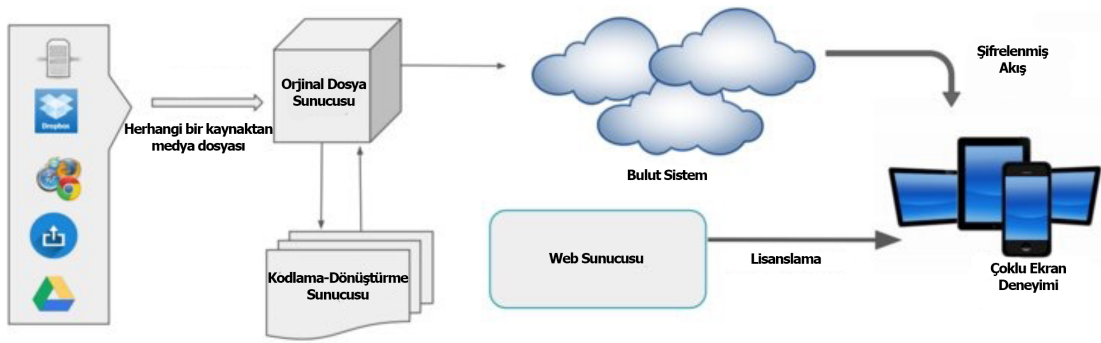
Şekil 42. VOD Platformlar

Kaynak: <https://www.zype.com/blog/what-are-svod-avod-tvod> (Erişim Tarihi: 17.10.2022)

TVOD (Transactional Video on Demand) görüntüleme başına ödeme olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle talep üzerine işlemsel video olarak da bilinmektedir. Bu platformun sahipleri kullanıcılarına içerikleri kiralayarak para kazanmaktadır. Bir film dağıtımıcısı ya da ders içeriği hazırlayan bir içerik profesyoneli için bu model uygun olmaktadır. iTunes ve Google Play Movies bu platform sistemine örnek gösterilebilmektedir (Zype, What are SVOD, AVOD and TVOD? | A Guide to Monetization Types 2020).

AVOD (Advertising-Based Video on Demand) reklama dayalı talep üzerine video anlamına gelmektedir. Bu platformun sahipleri kullanıcıya içeriğin yanında reklam, afiş, sponsorlu içerik ve daha fazlasını satarak para kazanmaktadır. Bu sebeple içeriğe erişmek isteyen kullanıcılardan herhangi bir abonelik ücreti talep edilmemektedir. Geleneksel televizyon yayıncılığının internet sitelerindeki görüntüleme sistemleri genellikle bu platform altyapısıyla çalışmaktadır. Youtube ve geleneksel televizyonların web siteleri bu platform sistemine örnek gösterilebilmektedir. (Zype, What are SVOD, AVOD and TVOD? | A Guide to Monetization Types 2020).

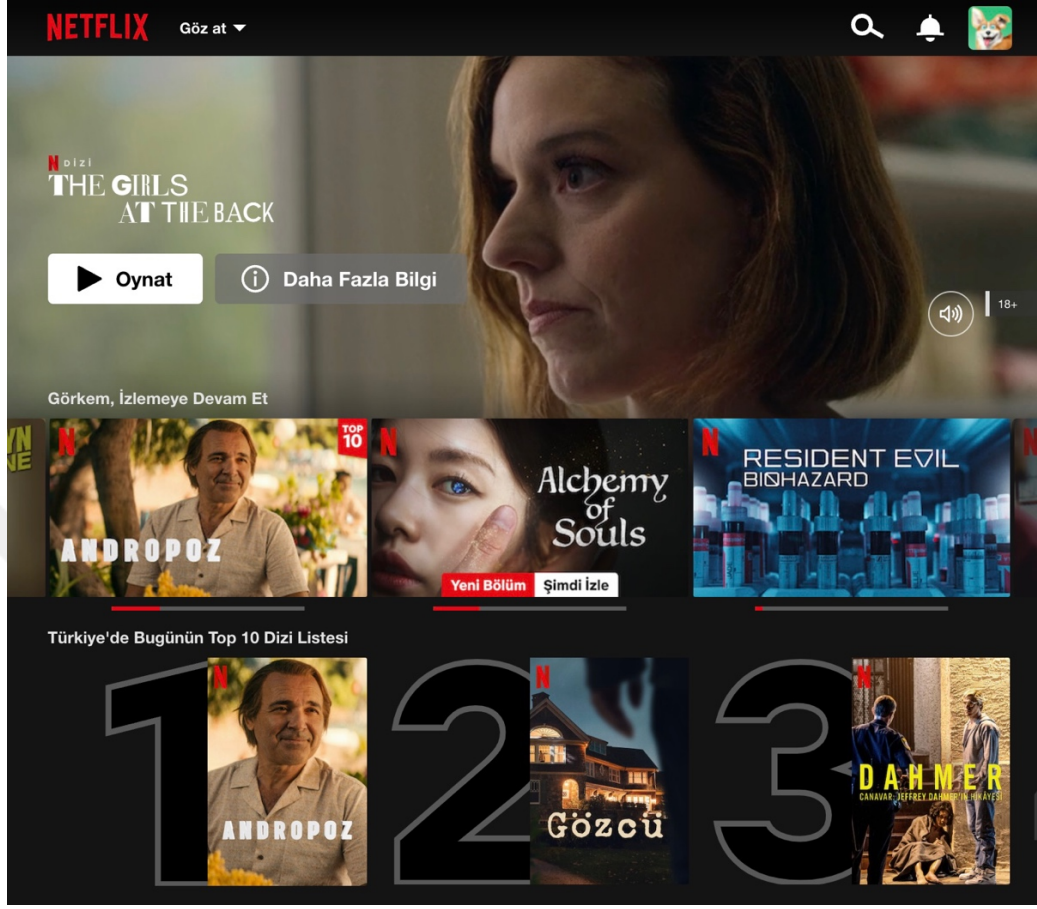
SVOD (Subscription Video on Demand) isteğe bağlı abonelik videosu anlamına gelmektedir. Kullanıcılar yani tüketiciler isteğe bağlı bir platforma üyelik doğrultusunda içeriklere ulaşabilmektedir. Abonelik için ücret ödeyen kullanıcılar, ödedikleri ücretin karşılığında denk gelen hizmete abone oldukları süre içerisinde sınırsız erişebilmektedir. Bu platform sistemi içeriği internet üzerinden dağıtmak için uygun bir iş modelidir. İlk olarak Netflix ile kullanıcılar tarafından tanıtılan sistem ardından film ve dizi-seriyal içeren çok geniş bir pazar haline gelmiştir. Gerek çeşitli video parametreleri kısıtlamalarıyla gerek eşzamanlı kullanabilecek kullanıcı sayısı ile gerekse bazı içerik kısıtlamalarıyla abonelik çeşitleri sunan platformlar günümüzde çok yaygın olarak kullanılmaktadır. Genelde kablolu televizyon aboneliklerinden ucuz olan bu platformlar, internet altyapısının uygun olduğu her yerden erişim imkânı sunmaktadır. Netflix günümüzde en büyük SVOD platformudur. Bu platform sistemini kullanan e-öğrenme olarak isimlendirilen platformlar da bulunmaktadır. SVOD platformları geleneksel televizyon yayıncılığı önündeki en büyük tehdit olarak görülmektedir. Ayrıca Youtube gibi VOD platformları da içerik tüketmek isteyen kullanıcıların yine tercih ettiği önemli platformlar arasındadır (Jain 2022).



Şekil 43. VOD Altyapısı
Kaynak: (Jain 2022)

VOD altyapılarında yukarıdaki şekilde de görüldüğü üzere dosya bir ana bilgisayarda (server) toplanmakta, ardından çeşitli şifreleme (DRM) sistemleri ile ham dosyanın indirilmesine karşı korunmakta, kullanıcılar ise istedikleri cihazdan internet aracılığıyla bu platforma ait uygulama ya da web sitesinden ulaşarak görüntüyü görebilmektedir.

SVOD platformlarından en büyüğü olan Netflix'in tarihçesine bakacak olursa, 1997 yılında kurulan video kiralama şirketi California'da kurulmuştur. 1999 yılında internet altyapısını kullanarak abonelik sistemi satan şirket, gösterimi fiziksel olarak yapmak zorunda kalmıştır, başka bir deyişle DVD disklerini müşterilere kiralayarak hizmete başlamıştır. Aylık sabit bir abonelik ücretiyle dağıtım merkezlerinden kullanıcılara istedikleri DVD disklerini kiralama sistemiyle çalışan şirket 2007 yılında abonelerine bazı film ve diğer yapımları internet üzerinden sağlamaya başlamıştır. Ardından 2010 yılında DVD diskleri tamamen kaldırmış ve çevrimiçi SVOD sistemine dönmüştür. 2011 yılında ise Amerika dışına çıkmıştır. 2016 yılına gelindiğinde ise 190'dan fazla ülkeye hizmet vermeye başlamıştır. Kendi orijinal yapımlarının yanında diğer medya şirketlerinin yapımlarına da yer veren şirket önemli ödüller kazanan yapımlara da ev sahipliği yapmıştır (Hosch 2022). 2022 yılında Netflix'in üyelik paketleriyle ilgili yeni bir gelişme olmuş, reklam gösterilen daha uygun fiyatlı bir abonelik sistemi duyurulmuştur. Buna göre basic with ads isimli abonelikte bir saatlik izleme deneyimi içinde ortalama dört-beş dakika reklam, sistemde uygun olan yapımlar içinde yer alacaktır. Amerika'da aylık 9,99 dolar olan standart en düşük abonelik ücreti reklamlı abonelikte 6,99 dolardan başlayacaktır. Bu da kullanıcılar için yaklaşık %30 daha uygun bir ücretlendirme olmaktadır (Uçar 2022). Netflix bu gelişmeyle birlikte SVOD platformu olmanın yanında aynı zamanda hibrit bir model olan SVOD+AVOD sistemiyle de abonelik sunmuş olacaktır. Netflix'in düzeni birçok SVOD platformuna örnek olmuştur. Aşağıdaki görselde görüldüğü üzere ön plana çıkarılan bir yapımın yanında izlenen dizilere devam etme alanı ve bulunulan ülkede en çok izlenen yapımlara en üstte yer verilen site ve uygulamada aşağılara inildikçe diğer öneriler de sunulmaktadır. İzleme deneyimlerine ve verilen puanlamalara göre istatistik tutarak daha verimli öneriler sunmak da sistemin bir parçası olmaktadır. Bu özel tutulan istatistikler sayesinde kullanıcının ekran başında daha keyifli ve uzun vakit geçirmesi amaçlanmaktadır. Netflix Türkiye'de 2016 yılında yayın hayatına başlamış ve günümüzde yayına devam etmektedir (Hürriyet 2016).



Şekil 44. Netflix Ana Sayfası
Kaynak: Görsel Orijinaldir

Dijital gösterim için önemli platform sistemi olan SVOD platformlarında Netflix dışında önemli olanların bir listesine bakacak olursak; ESPN+, Disney+, YouTube TV, Hulu, Sling TV, DirecTV Now, Fubo TV, Apple TV+, HBO Max ve Amazon Prime Video olarak özetlenebilmektedir (Zype, What is SVOD? A Beginner's Guide to Subscription Video on Demand [2021 Update]. 2019).

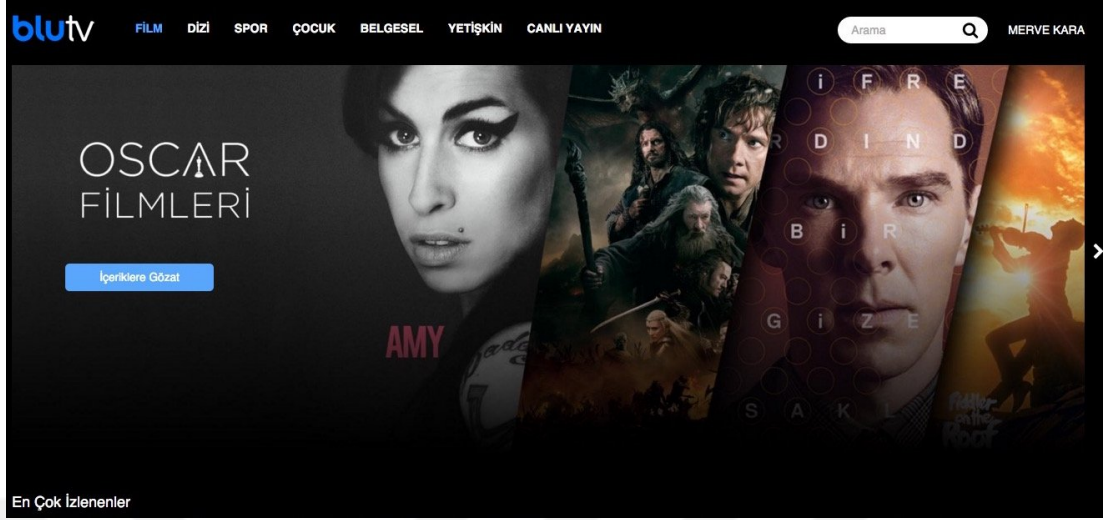
Orijini başka ülke olup Türkiye'de yayını olan SVOD piyasasına bakmak gerekirse Netflix'ten sonra Eylül 2020 yılında Amazon Prime Video yayına başlamıştır. Alışveriş kanalını Türkiye'ye açtıktan sonra video kanalını da açan Amazon Prime, uygun üyelik ücretiyle (aylık 7,9 ₺) ve iddialı içerik arşiviyle dikkat çekmiştir (NTV 2020). 2022 yılına gelindiğinde ise The Walt Disney Company'nın dijital çevrimiçi SVOD yayın platformu Disney+ Haziran ayında yayına başlamıştır. Platform Disney, Marvel, Pixar, National Geographic yapımlarını içermesinin yanında Netflix gibi Türkiye'de çekilen orijinal yapımlara da ev sahipliği yapmaktadır. Üyelik fiyatı Amazon Prime'dan pahalı olan Disney+, Netflix'e yakın bir ücretlendirmeye

kullanıcıların karşısına çıkmaktadır (aylık 34,9 ₺) (Medyascope 2022). Dijital çevrimiçi platformların yayın politikası değişiklik göstermektedir. Geleneksel televizyon yapımcılığından bu konuda ayrılan platformlar bir sezonun bitmiş halini teslim aldıktan sonra yayına başlamaktadır. Türkiye’de geleneksel televizyon yapımlarında bu durum söz konusu olmamaktadır. Yapımların kullanıcılara ulaşması açısından da politikaları farklıdır. Netflix çoğu zaman bir sezon ya da sezonun bir bölümünü toptan yayınlama politikasına sahipken, bazı yapımlar için haftalık bölümler de yayınlamaktadır. Disney+ ve diğer bazı platformlar ise geleneksel televizyonlar gibi haftalık yayın tercih etmektedir (BBC 2022). Geleneksel televizyona üretilen yapımlar ile dijital platformlara üretilen yapımlarda üretim aşamasında yer alan farklılıklara tezin ilerleyen bölümlerinde değinilecektir.

Dijital gösterim platformlarının büyüklüğünü anlamak için Netflix’in 2022 yılı üye sayısına bakmak yeterli olacaktır. Son yayınlanan raporlara göster Netflix abone sayısı 220 milyondur. Aylık abonelikte hizmet veren platformlar için bu üye sayısı birçok yapımın finansmanını desteklemenin yanında oldukça önemli bir kâr payı getirmektedir (BBC 2022).

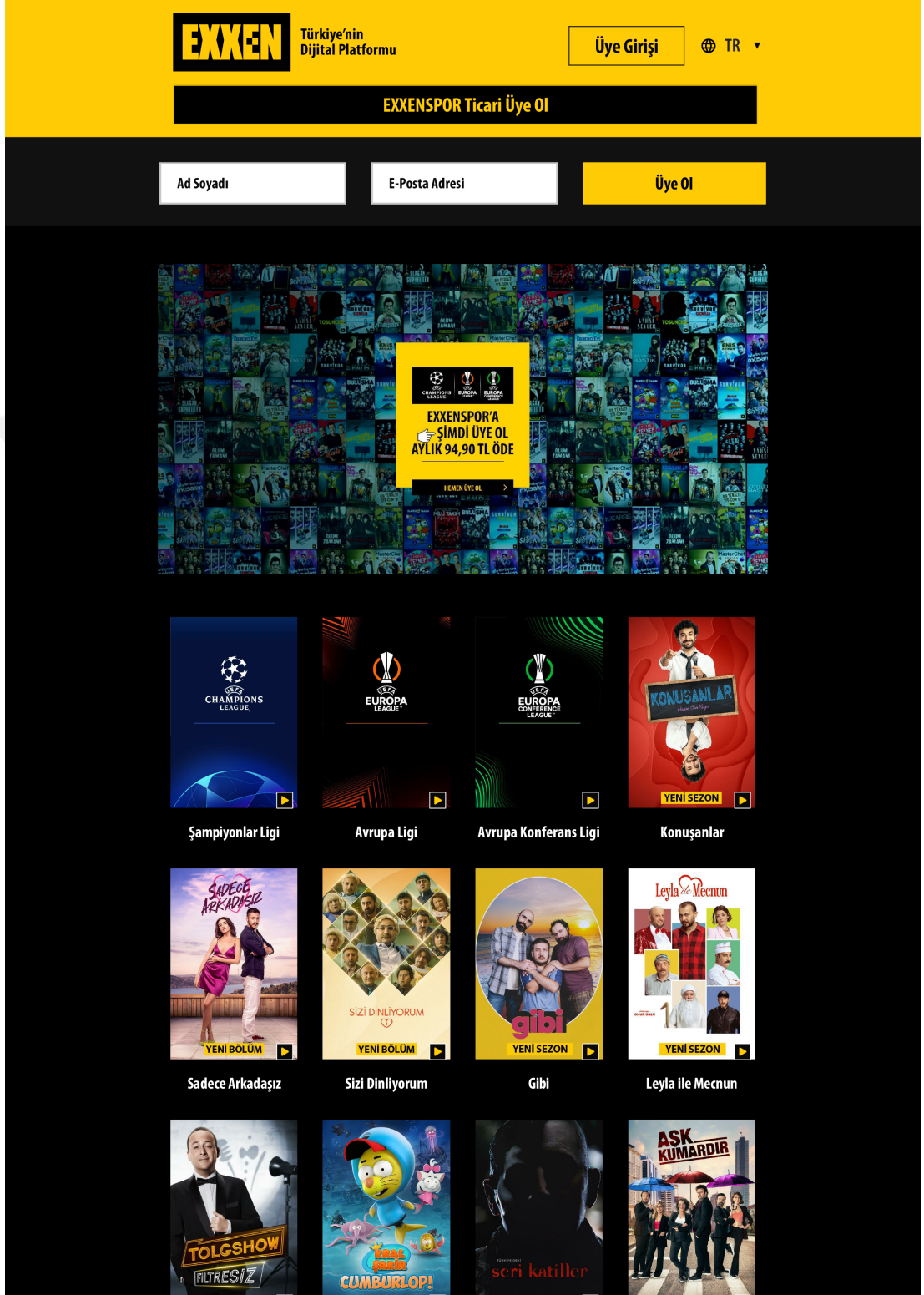
Türkiye’de yayın yapan tüm VOD platformlarına bakıldığında daha önce bahsedildiği gibi Netflix, Prime Video, Disney+ yanında Türkiye’de yayın hayatına başlayan platformlara da değinmek gerekmektedir. Bunlar genel olarak; BluTV, Exxen, GAİN, MUBI ve beIN CONNECT olarak özetlenebilmektedir (Ulukan, Türkiye pazarındaki dijital yayıncılık platformlarının güncel fiyatları 2022).

BluTV 2015 yılında Doğan Holding bünyesinde kurulmuş bir SVOD platformudur. Seç-izle şeklinde çalışan ve bir üyelik bünyesinde kullanılabilen platform 23 Ocak 2016 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Netflix’e Türk rakip şeklinde başlayan platform Netflix Türkiye yayın hayatına başlar başlamaz kullanıma sunulmuştur. İlk çıktığı dönemde Netflix karşısında güçlü içeriğe sahip olan platform, uygun aylık üyelik ücretlendirmeleriyle de (6,9 ₺) önemli bir çıkış gerçekleştirmiştir. Doğan Grubunun olmasına rağmen internet kökenli televizyon ağı şeklinde ana akım medyadan ayrı konumlandırılan platform 30 canlı kanal yayını yapmanın yanında 10 bin saate yakın özel içerikle kullanıma sunulmuştur. 2017 yılına gelindiğinde ise Masum adlı yapımla ilk özel üretim içerikle platformda tek yayın hakkına sahip olduğu yapımlara başlangıç vermiştir (Kara 2016).



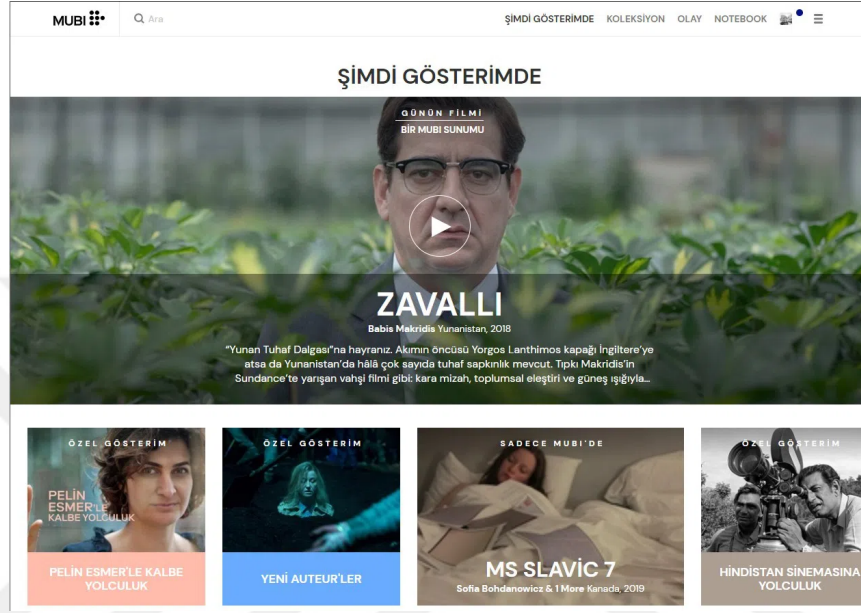
Şekil 45. BluTV'nin İlk Açıldığı Dönemdeki Giriş Sayfası
Kaynak: (Kara 2016)

24 Eylül 2020 tarihine gelindiğinde TV8'in sahibi Acun Ilıcalı tarafından yeni bir SVOD platformu duyurusu yapılmıştır. EXXEN isimli platformun televizyonculukta gerçekleştirilemeyen hayallerin gerçekleştirileceği iddiasıyla yayın hayatına geçeceğini belirten Ilıcalı, platformda yarışmaların yanında şovlar ve orijinal film, dizi ve seriyallere yer verileceğini bildirmiştir (Ulukan, Acun Ilıcalı'dan dijital yayın platformu: Exxen 2020). 1 Ocak 2021'de yayın hayatına başlayan platform, özel üretim içeriklere açılır açılmaz yer vermeyi tercih etmiştir. Aleyna Tilki ve Cemal Can gibi sosyal medyada popüler olan genç simalarla bir müzikal seriyal yapan şirket yine Enis Arıkan'la talk Show ve Rap müzik için ayrı müzik yarışması gibi içerikler hazırlamıştır. Ayrıca Youtube fenomenleri ile de içerik hazırlayan platform (Ulukan, Acun Ilıcalı'nın dijital yayın platformu Exxen'de hangi içerikler olacak? [Özel Haber] 2020) ilerleyen dönemlerinde Hasan Can Kaya'nın Konuşanlar isimli şovunu da bünyesine katmıştır. 2022 yılında ise EXXENSPOR diye bir ayrımı da bünyesine alan platformda UEFA Şampiyonlar Ligi ve daha birçok önemli lig maçlarına yer vermeye başlamıştır. EXXEN platformunun güncel ana sayfası görseli aşağıda verilmiştir;



Şekil 46. EXXEN Platformu Ana Sayfası (29.10.2022 tarihli)
Kaynak: Görsel Orijinaldır (www.exxen.com)

Son olarak Efe Çakarel'in 2007 yılında kurduğu San Francisco merkezli, sadece sinema kökenli, dünyanın online sinema platformu olarak tanıtılan ve klasik filmlerden bağımsız filmlere birçok yapıma yer verilen MUBI, 2012 yılında Türkiye'de de yayın hayatına başlamıştır (Taylan 2013).



Şekil 47. MUBI Ana Sayfası
Kaynak: (Akbaş 2020)

Çıkış noktasında “auteur” sinemayı baz alan ve Hollywood dağıtım kanallarında yer bulamayan film örnekleri barındırmak olan MUBI, büyüdükçe önemli gişe filmleri dahil birçok yapımın gösterim haklarına sahip olmakta ve kullanıcılara diğer platformlarda yer almayan çok sayıda yapıyı dönemsel gösterim şeklinde sunmaktadır (Taylan 2013).

MUBI SUNUMLARI

Biz sinemanın her türlü form ve büyüklükteki ekranda izlenmesi gerektiğine inanıyoruz. Uzmanlarımızın festivalleri tarayarak bulup çıkardıkları en heyecan verici ve en orijinal yapımları tipteki platformumuza gösterdiğimiz özenle büyük ekrana taşıyoruz.



Şekil 48. MUBI Hakkımızda Sayfası
Kaynak: Görsel Orijinaldir. (www.mubi.com, 30.10.2022)

1.3. DİZİ VE SERİYAL

Dizi ve seriyaller televizyon için üretilen sürekli yayın hayatı olan dramaların iki farklı formatıdır. Bu iki formatın çeşitli benzerlik ve farklılıkları bulunmaktadır. Dönemsel olarak değişikliğe de uğrayan bu formatlar hakkında bu bölümde ayrıntılı bilgi verilmiştir.

1.3.1. Dizi ve Seriyal Kavramları, Özellikleri ve Farklılıkları

Dizi (series) ve seriyal (serials) kavramlarının kullanımında Türkiye’de izleyiciler, kavramsal olarak dizi kelimesini kullanma eğilimi göstermektedirler. Son kullanıcı seviyesinde bu kabul edilebilir bir durum olarak görülse de akademik çerçevede ikisini karıştırmamak gerekmektedir. Çünkü bu iki yapı, birbirinden birçok konuda ayrılmaktadır. İki dram biçimini incelerken zamansal, mekânsal ve öyküsel akış durumlarının farkları bilinmelidir.

Seriyal dramlarda zamansal bütünlük kurulurken temel noktada bu durum oldukça önemli ve özgündür. Bölümler arasında zaman ve konu bütünlüğü seriyal dramlarda devam etmektedir. Süregiden bir yapıda olan akışta bir ya da birden fazla öykünün bir bölüm içinde bütünüyle tamamlanmaması durumu söz konusudur. Seriyal dramalarda akış, planlanan finale kadar bütünlüklü bir yapıda sonsuz devam eder. Dizi dramlarda ise zamanda bir çizgisellik söz konusudur ve bölümler arasında ana olay öyküsü devamlılığı söz konusu değildir. Karakterler olarak bölümler arasında bağıntı bulunmakta, bir sonraki bölümlerde aynı karakterler farklı öykü yapısı içinde bulunmaktadır. Karakterlerin birbiri arasındaki ilişki incelendiğinde dizi dramlarda da seriyal dramlarda da benzerlik bulunabilmektedir. Karakterlerin birbirleriyle bağıntısı dizi dramlarda da bölümler arasında ilişkilendirilebilmektedir. Zamansal bütünlükte işleyiş hızı olarak iki yapıda farklılık bulunmaktadır. Çünkü dizi dramlarda olay örgüsü bir bölüm içine sıkıştırıldığından akış farklıdır ve oyuncuların daha üst bir performans beklenmektedir (Kaplan 1992, 53-55).

Dizi kavramının en baskın çeşitlerinden biri olan televizyon dizileri, televizyon izleme deneyiminin en temel özelliklerinden biri olan “akış”ı tek başına içermek yerine “akış ve düzenlilik” çerçevesinde içerir ve “hareket ve durağanlık” açısından ele alınabilecek bir yapıyı oluşturmaktadır. Çünkü dizi kavramının var olabilmesi için akışın yanında bir düzenlilik, yani medya platformları açısından bir yayın devamlılığı

içermesi gerekmektedir. Hareket kavramı olayların oluşumu ve gösterimini temsil ederken durağanlık bölümler arasında olanlar olan anlatısal ayrışma durumunu temsil etmektedir. Dizi paradigması sadece hikâyeyi değil bölümler arasındaki yayın devamlılığını da anlatmaktadır. Dizi paradigmasının ister işitsel ister görsel-işitsel olsun Amerika'nın radyo dizileri ve Eugene Sue'nın aile dizisi romanı “*Le Juif Errant*” dışındaki en önemli ilk örneklerinden biri, 14 sezonluk yayın hayatına sahip 357 bölümden oluşan Dallas dizisidir. (Oltean 1993, 5-13)



Şekil 49. Dallas Dizisi Poster (IMDB 2023)

Sezon	Bölümler	İlk Yayın Tarihi		Sıra-Reyting ^[1]	İzleyiciler (reyting puanlarında)
		İlk yayınlanan	Son yayınlanan		
1	5	2 Nisan 1978	30 Nisan 1978	42 ^[2]	19.0
2	24	23 Eylül 1978	30 Mart 1979	40 ^[3]	18.4
3	25	21 Eylül 1979	21 Mart 1980	6	19.1
4	23	7 Kasım 1980	1 Mayıs 1981	1	27.6
5	26	9 Ekim 1981	9 Nisan 1982	1	23.2
6	28	1 Ekim 1982	6 Mayıs 1983	2	20.5
7	30	30 Eylül 1983	18 Mayıs 1984	1	21.5
8	30	28 Eylül 1984	17 Mayıs 1985	2	20.97
9	31	27 Eylül 1985	16 Mayıs 1986	6	18.8
10	29	26 Eylül 1986	15 Mayıs 1987	11	18.6
11	30	25 Eylül 1987	13 Mayıs 1988	21	15.2
12	26	28 Ekim 1988	19 Mayıs 1989	30	13.9
13	27	22 Eylül 1989	11 Mayıs 1990	43	—
14	23	2 Kasım 1990	3 Mayıs 1991	61	—

Tablo 9. Dallas Dizisi İzlenme Oranları (Wikipedia 2023)

Diziler üretilirken odak, yazar merkezli gibi gözükse de medya ve izleyici odaklı bakış açısını temsil etmektedir. Yani başka bir deyişle dizi, yazar ve izleyici arasında değil mecra ve izleyici arasında geçen bir diyalog olarak okunmaktadır. Bu paradigma izleyicideki tatmin ve izleyici katılımı üzerinden ilerlemektedir. Eğer bu tatminde negatif yönde değişikliğe sebep olan bir etken varsa bu ortadan kaldırılabilir, yani eğer karakter izleyici tarafından benimsenmediyse yapımdan çıkarılabilmektedir. Diziler de kendi içlerinde kavramsal karmaşıklığa sahiptir. Hiçbir bağıntısı olmayan diziler ve karakter ve bazı olay örgüleri arasında bağıntı olan diziler; yine bağıntı olan diziler ile mini diziler arasında çeşitli kavramsal farklılıklar söz konusudur. Üst paragrafta da bahsedildiği gibi diziler her bölümde sona eren ve yeni bölümde

başlaması gereken farklı hikayeler içerirken seriyaller her bölümünde hikâyeyi devam ettiren ve çoğu zaman birden çok olay örgüsüne sahip akış içeren yapımlardır. Bu sebeple birbirinden oldukça farklı yapılara sahiptir. Dizi formunda hikayenin tek bir bölüm içinde çözülmesi gerekirken seriyallerde iç içe geçmiş uzun bir olay örgüsü sistemi bulunmaktadır. Yine burada seriyaller arasında da farklar mevcuttur. Süreklilik açısından mini ve izleyici katılımına göre devam eden uzun süreli seriyaller mevcuttur. Fakat burada karıştırılmaması gereken şey sürekliliğin tüm seriyal çeşitleri için var olduğu gerçeğidir, sadece sürekliliğin zamanlamasında farklılıklar mevcuttur. (Oltean 1993, 13-15)

ABD’de yapılan, dizi ve seriyal şeklinde ikiye ayrılan medya üretimleri dramalar, ilk üretildiği yıllarda ayrımları belli olan yapılara sahiptir. Fakat günümüze gelindiğinde izleyici ve yaratım aşamasındaki çeşitli faktörler sebebiyle iki formatın da özelliklerinin bir arada kullanılması sebebiyle, bu iki formatın arasındaki ayrım eskiye oranla daha belirsizleşmiştir (Özmen, Radyo ve Televizyon Okumaları 2014, 39)

1.3.2. Türkiye’de Dizi ve Seriyaller

Türkiye televizyonculuk tarihi için dizi ve seriyallerin temelini oluşturan en eski yapıtlar tefrika romanlarıdır ve 1878 yılında Tercüman-ı Hakikat gazetesinde yayınlanmaya başlamıştır. Bu tefrika romanların ilk ve önemli örneklerinden biri de Halit Ziya Uşaklıgil romanlarından biri olan Mai ve Siyah’tır. Bu tefrika romanlar televizyon yapıtlarından önce radyo oyunları ve arkası yayınlar şeklinde kullanılmıştır. ((Taraç 1991, 13) Akt. Ceylan Apaydın, 2022, s. 22-23) Türkiye’de televizyon dizi ve seriyallerine bakacak olursak “Türkiye’nin ilk yerli dizisi” olarak lanse edilen dizi “Kaynanalar”dır. İstanbul’a Anadolu’dan göç eden Nuri Kantar ve ailesinin alışık olmadığı şehir kültürüne göre yaşamaya çalışmalarını ve bir yandan da kendi gelenek ve göreneklerinden de kopmamak için çabalamalarını anlatan dizi 32 yıl sürmüştür (Bilgiç 2004). Toplam 950 bölüm olan dizi 1974-2006 yılları arasında TRT’de yayınlanmıştır. Türkiye’nin ilk “sitcom” dizisi olarak da kabul edilen dizinin türü komedi olmakla birlikte başrollerini Tekin Akmansoy (Nuri Kantar), Leman Çıdamlı (Nuriye Kantar), Defne Yalınız (Döndü), Sevda Aydan (Tijen) oynamaktadır. Dizi tek kanallı yayın döneminde yayınlanması dolayısıyla oldukça yoğun izleyiciye ulaşmıştır

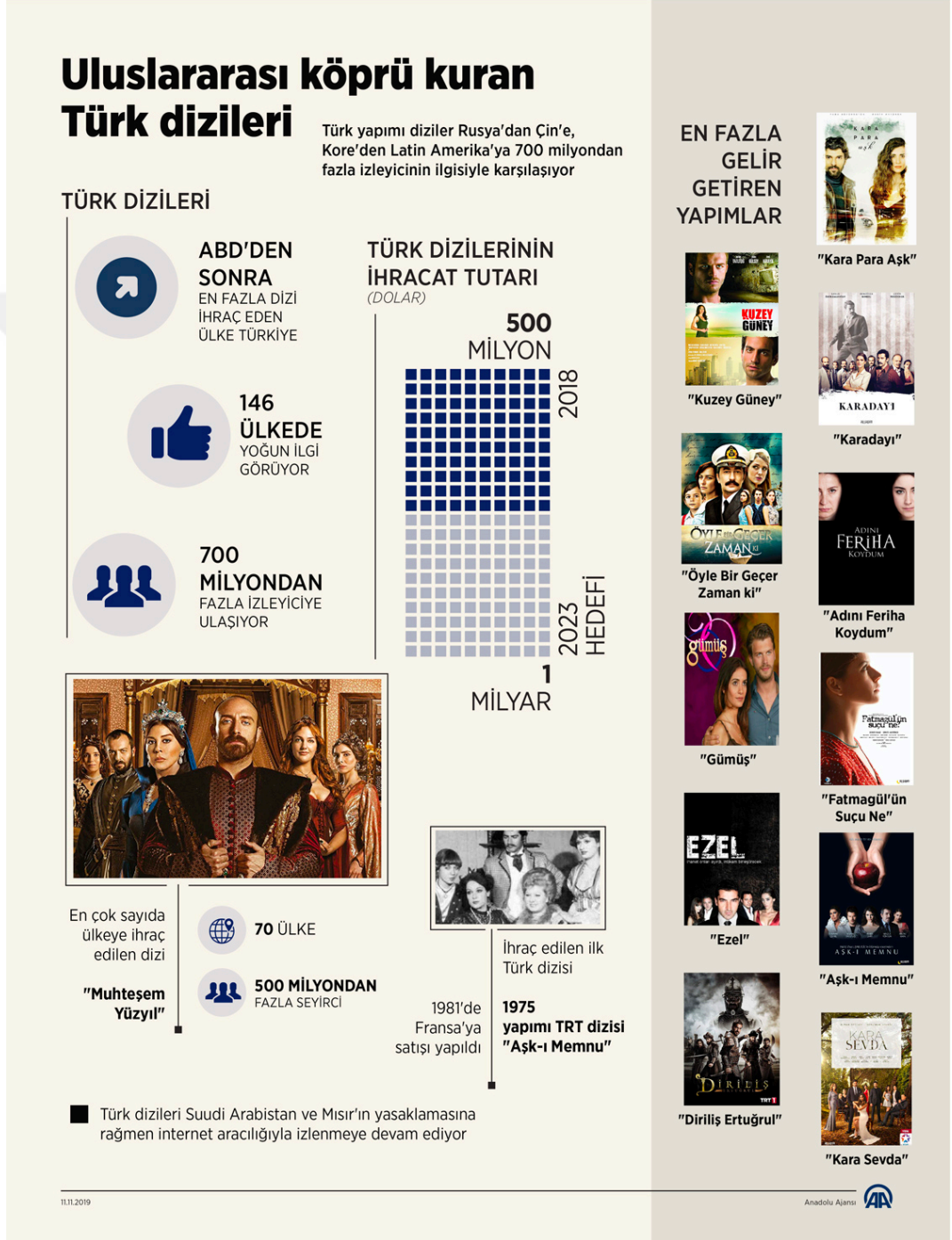
(İçel, Hayatımızı Değiştiren Unutulmaz Diziler 2011, 200-202). Ayrıca aynı yıl olan 1974'te Değirmen, Sinekli Bakkal, Aşk-ı Memnu, Ömer Seyfettin Hikayeleri ve Beş Hikaye adlı diziler yapılmış, bu yapımlar günümüz dizi ve seriyal sektörünün parlak geleceğinin habercisi olarak görülmüştür (Özertem 2014, 1).



Şekil 50. Kaynanalar Dizisi (İçel, Hayatımızı Değiştiren Unutulmaz Diziler 2011, 201)

Günümüzde ise neredeyse her akşam çoğu kanalda, çoğu seriyal formatında olmakla birlikte, dramalar yayınlanmaktadır. Ulusal televizyon kanallarının haricinde dijital platformların da Türkiye’de yayın hayatına başlamasıyla birlikte dizi ve seriyallerin tüketimi gittikçe artan bir ivmeye sahiptir. Küreselleşen dünya ve yayıncılık kanal ve platformları sayesinde dizi ve seriyaller de ülkeler için ihracat kalemlerinden biri olmuştur. 2019 verilerine bakıldığında Türkiye, ABD’den sonra en çok dizi ihraç eden ülke konumuna gelmiştir. 150’den fazla sayıda yapımla Avrupa, Orta Doğu, Orta Asya, Afrika, Kuzey ve Güney Amerika olmak üzere toplam 146 ülkede izleyicilerle buluşmuştur. Ortalama 700 milyon seyirciye ulaşan Türk dizi ve seriyallerinden 70 ülkeye yani en çok sayıda ülkeye ihraç edilen, Taylan Biraderler’in yönettiği, yapımcılığını Timur Savcı’nın yaptığı, başrollerinde Halit Ergenç, Meryem Uzerli, Vahide Perçin, Nebahat Çehre ve daha birçok ünlü ismin yer aldığı, 2011 yılında Show TV’de yayın hayatına başlayan Muhteşem Yüzyıl dizisi olmuştur. Yurtdışına satılan ilk dizi ise 1975 yapımı Aşk-ı Memnu dizisidir. Bu dizinin satışı

1981 yılında Fransa'ya yapılmıştır (Uştuk 2019). Türk dizi ve seriyallerinin satışları hakkında kısa bir infografik aşağıda bulunmaktadır.



Tablo 10. Türkiye'de Dizi İhracatı (Uştuk 2019)

İKİNCİ BÖLÜM

DİZİ VE SERİYAL ÜRETİMİNDE EKİPLERİN DAĞILIMI, HİYERARŞİK YAPI, YAYIN MECRASINA GÖRE OLUŞAN FARKLILIKLAR VE SORUNLAR

Tezin bu bölümünde dizi ve seriyal üretiminde ekiplerin dağılımı ve bu yapıdaki hiyerarşik yapı, yayınlanacak mecra ya göre oluşan farklılık ve sorunlara değinilecektir.

2.1. Bir Kavram ve Olgu Olarak Hiyerarşi ve Yapılaşmaya Etkisi

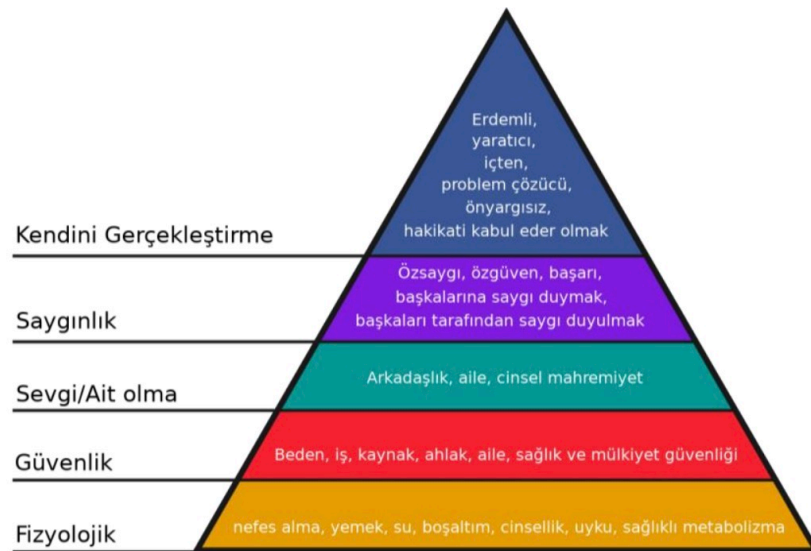
Hiyerarşi kavramına girmeden önce medya üretim basamaklarının standart bir üretim organizasyonundan farklı olmadığını kavramak gerekmektedir. Herhangi bir organizasyon yapısı bu organizasyonun üretim ya da diğer hedeflerine ulaşabilmek için faaliyetlerinin yürütülme sistemini özetlemektedir. Bu faaliyetlerin gerçekleşebilmesi için çeşitli kurallar ve sorumluluklar gerekmektedir. Organizasyonların bu yapısı, üretim yapan çalışanların arasında çeşitli seviyeleri, görev ayrımlarını ve bağlantılı bir akış olmasını gerektirmektedir. Merkezi ve merkezi olmayan şekilde üretimler yapılabilir fakat merkezi olan bir üretim olan medya üretim ekosistemi karar verici çeşitli seviyelere bölünmektedir. Belirli birimler ve çizgiler içinde amir-çalışan şeklinde olan organizasyon yapısı şirket içinde hiyerarşi kavramı tanımlamaktadır (Kenton 2023).



Şekil 51. Organizasyon Yapısı (Kenton 2023)

Hiyerarşi kelimesi Yunanca “ἱεραρχία” (hierarkhia) kelimesinden türetilmiştir. Üretimler kompleks bir yapıya sahip olduğunda, bir kişinin herkesin ne yapması gerektiğine karar veremeyeceği bir durum oluşmuştur. Bu durumda bir bölünme ve yapısal bir basamaklanma oluşturulmalıdır ve bu yapı için optimum değerler doğru şekilde belirtilmelidir (Krause 2022). Hiyerarşi teorisi genel sistemlerin işlemesi için temel bir yapıdır. Bu teori organizasyon seviyelerine ve ölçek meselelerine odaklanmaktadır. Hiyerarşik yapılar çok seviyeli sistemlerin karmaşık yapısını ve üretimin takibi için küçük birimler ve ilkeler içeren basamaklar kullanmaktadır (Allen 2002).

Bazı araştırmalara göre elde edilen veriler kişilerin hiyerarşik yapıda çalışması ve tatmini hakkında sonuçlar göstermektedir. Herzberg ve arkadaşlarının yaptığı çalışmalara göre bireyin iş hayatında iki temel ihtiyacı bulunmaktadır; birincisi hijyen faktörü (bu konu fiziksel ve psikolojik durumları etkilemektedir), ikincisi ise motive edici ihtiyaçlardır. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi tanımlamalarında da ihtiyaçlar yine benzer şekilde tanımlanmaktadır. Bunlar özetle; denetim, kişilerarası iletişim, fiziksel uygun çalışma koşulları, maaş, şirket politikaları, idari uygulama, iş güvenliği ve yan haklardır (Furnham 2005, 177-178).



Tablo 11. Maslow’un İhtiyaçlar Piramidi (Türkçe Çevirisi) (G. Çoban 2021, 113)

Hiyerarşinin temel alındığı “modern dünyada her birey, aynı zamanda hem köle hem de topluluk üyesidir. Ama burjuva toplumunun köleliği, görünüşte en büyük özgürlüktür; çünkü bu, kendi yaşamının, örneğin mülkiyet, sanayi, din, vb. gibi kendisine yabancılaşmış öğelerin- genel ya da insani bağlarından kurtulmuş- dizginsiz hareketini kendi öz özgürlüğü olarak gören bireyin, görünüşte bireysel bağımsızlığıdır. Oysa gerçekten bu, onun köleliğinin ve insandışılığının tamamlanmasıdır.” (Marx 2000, 95)

Her kültürün iletişim süreçleri “söz”, “yazı” ve “görselin” tanımlayıcılığı ile nitelendirilmektedir. Kuşkusuz her üçü de neredeyse tüm kültürlerde içkin olarak bulunmaktadır ancak belirleyici olan o kültürde hangisinin daha ağır bastığıdır. Yazının ortaya çıkışı yani sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş, mülkiyetle birlikte ortaya çıkmıştır. Biz esaslı topluluk yaşamı yerini Ben’in sahip olduklarını kayıt ettiği ve sınıfların ortaya çıktığı toplumsal yapıya bırakmıştır. (Ong 2003, 46-47) Feodal yapıyı hazırlayan bu dönemde “serfler” ve “senyörler” de kendi içlerinde çeşitli biçimde sıralanmışlardır (Huberman 1995).

Günümüz görselin, diğer bir deyişle görüntünün egemen olduğu modern kültür yazılı kültürün yani sınıflı toplumun gelişmiş bir biçimi olarak okunabilir. Bu toplumu ilkin kitleselliğin tanımladığı Sanayi Devrimi ve daha sonra “Ağ Toplumu” tanımlanacak Enformasyon Devrimi şekillendirmiştir. Komünist Manifesto⁵’da Marx ve Engels’in o meşhur cümlesini “Katı olan her şey buharlaşıyor”u başlık alarak yazdığı kitapla kitlesellikten esnekliğe, fordizmden postfordizme, katı olandan akışkan olana geçişi yalnızca ekonomik değil, politik ve kültürel boyutlarıyla tartışan Marshall Berman, “Katı olan her şeyin buharlaştığı” bu dönemde kitlelerin yalnızca panoptik biçimde değil, sinoptik araçlarla denetlenebilirliğini tartışmaktadır (Berman 1994).

Fransız İhtilali ile Monarklar tarih sahnesinden ayrılarak, yerlerini burjuvaziye bırakmışlardır. Burjuvazi ve işçi sınıfı düalitesiyle örülü olan modern toplumlarda bu sınıflar da kendi aralarında belli niteliklerine göre hiyerarşik bir sınıflandırmaya tabii kılınırlar. Örneğin “yüksek burjuva”, “küçük burjuva” ya da “beyaz yakalı”, “mavi yakalı” gibi. Bu çalışma 21. Yüzyılın medyatik süreçlerini ve oluşan sorunları

⁵ Karl Marx ve Friedrich Engels, Komünist Parti Manifestosu, Dünya Armağan (çev.), İstanbul: Dünya Yayıncılık, 2000.

üreticilerin üretim biçimi ve ilişkileri üzerinden anlamaya çalışmaktadır. Bu süreçleri incelerken belirleyici faktörlerden birisinin de “ekip hiyerarşisi” olduğu iddiasıyla bu çalışmanın ana dayanaklarından birisinin Marx’ın iki farklı boyutuna işaret ettiği (“dışsallama/dışsallaştırma (entausserung)” ve “ayırışma/ayırıştırma (entfremdung)”, “yabancılaşma” kavramıdır.

“Birincisi, dışsallaşma, fiziksel nesnelerin insanlara karşı yabancı ve dışsal bir varlığa bürünmesini ifade eder. Oysa dışsallaşmanın söz konusu olmadığı ilişkilerde, nesnelerin her biri öznenin parçası olan (ona ait olan) veya özne ile tanımlanan şeylerdir. Örneğin böylesi dışsallaşmanın olmadığı toplumsal ilişkilerde, özne ürettiği nesnenin söz sahibi ve kullanıcısıdır ... İkinci ayırışma ise dışsallaşmanın nedeni veya sonucu olarak özne, doğa ve diğer özneler arasındaki ilişkilerin birbirlerinden koparak ayrı ayrı varlıklar durumuna gelmeleri anlamını taşır. Ayırışmanın sonucu olarak özneler birbirlerinden ayırışır ve ayrık özneler olmalarının yanı sıra doğa da öznenin ayrı bir gerçeklik haline gelir. Oysa ayırışmanın olmadığı toplumsal ilişkilerde, insanlar arası ilişkiler, antagonist (uzlaşmaz) ilişkiler olmaması itibarıyla bir bütünlük taşır.” (Kulak 2011, 37-38)

Bu çalışmanın temel iddiası, medya üretiminde hiyerarşik ayrımın “çizginin altı” ve “çizginin üstü” olarak adlandırılan en temel belirleyenlerin iş akışındaki iletişim ve etkileşim rollerindeki yetersizliklerdir. Marx’ın metinlerinde yabancılaşmaya dair kullandığı bu iki alt kavram hiyerarşik olarak ayırışmış üretim ilişkilerini tanımlamak için kullanılmıştır. Çizginin üstünde sermaye sahibi ve yaratıcı ekip yer almaktadır. Çizginin altında ise set çalışanları bulunmaktadır. “Dışsallaştırma” çizginin altında kalan set çalışanlarının emeklerinin sonucu olan ürünün karar sürecinde söz hakkına sahip olmayışına işaret eder. Çalışan emeğinin ürüne yabancılaşmıştır. Ayırıştırma ise çizginin altı ve üstündekiler arasındaki ilişkilerin birbirlerinden kopmasına, sorunların iletim ve çözüm aşamalarının efektif biçimde örgütlenememesine neden olmaktadır. Çalışan bu kez de iş bölümü ve uzmanlaşma nedeniyle diğer çalışanlara (çizginin diğer tarafındakine) yabancılaşmıştır. Bu bağlamda Marx’ın meta üretim sürecine ilişkin kullandığı en temel kavram olan “yabancılaşma”, medya üretimindeki hiyerarşinin sorunsallaştırılması için kullanılmıştır.

Günümüzde yabancılaşmanın görünüşleri kuşkusuz sanayi devrimi dönemindeki kadar açık ve gözlenebilir değildir. Makinelerin yerini alan ağlarda çalışma ve çalışma dışı zaman dahi birbirinin içine geçmiş ve bağlantılı hale gelmiştir.

Bu toplum sürekli dijital akışta kendisini var eden küresel bir alandır. Bu alan ağlarla tanımlanabilir. Ağların akışla tanımlanabilir niteliği iletişim süreçlerini biçim ve içerik bakımından dönüşüme zorlamıştır. Dijitalleşen biçim herhangi bir aygıt için üretilen içeriği bir diğerinde de yayınlama imkanı vermektedir. Bu da teknolojik bir kısıtlamaya takılmadan, küresel ölçekte akışkanlaşmış içeriğe, yakınsama niteliğine işaret etmektedir.

Gelişen teknolojiyle birlikte ağ toplumunun varlığının da etkisiyle yeni medya yapısı oluşmuş ve bu yapılaşma televizyon yayıncılığında da önemli değişikliklere sebep olmuştur. Henry Jenkins “Eight Traits of the New Media Landscape” yazısında bu yeni medyanın sekiz özelliğinden söz etmiştir (Jenkins, Eight Traits of the New Media Landscape 2006).

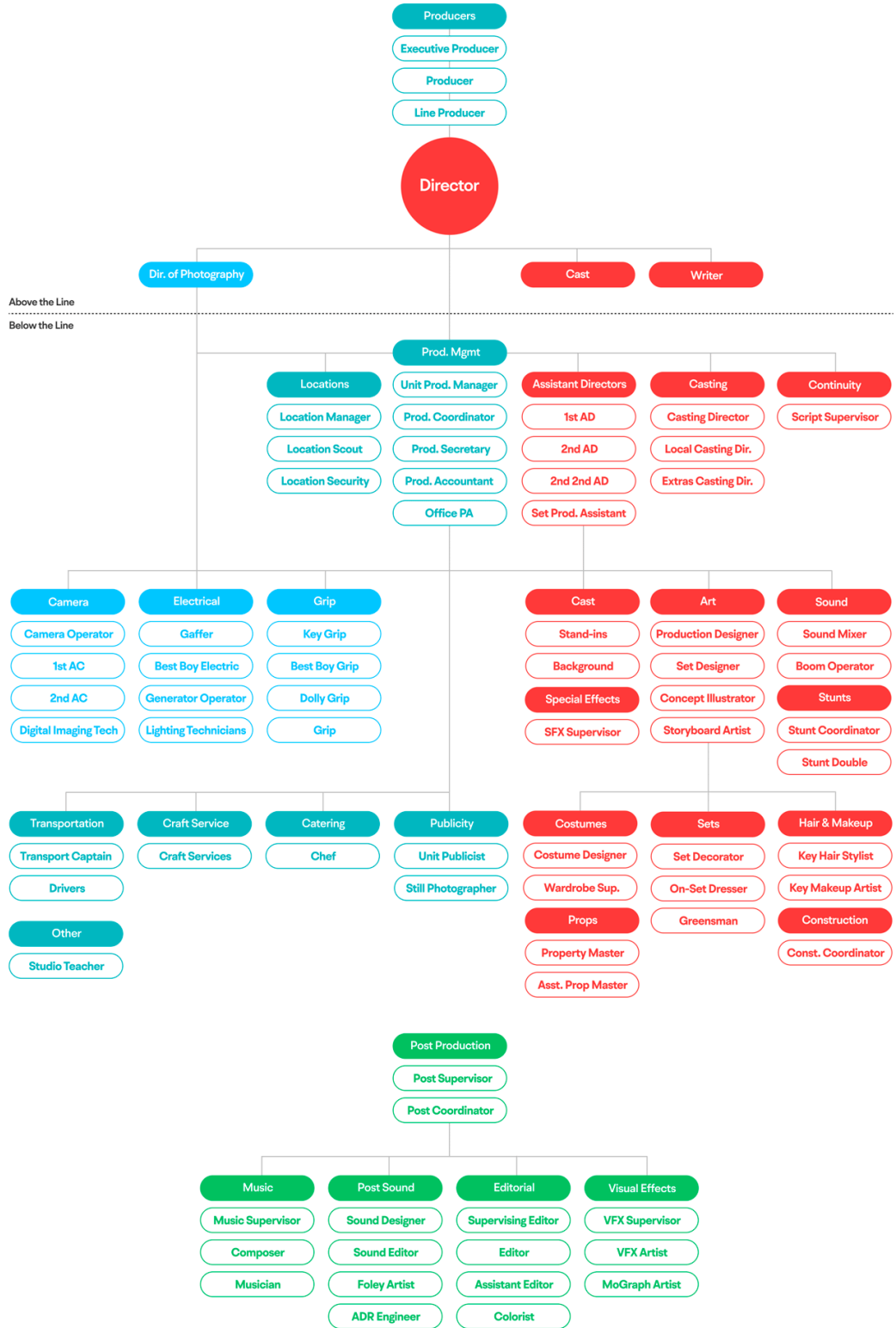
- Yenilikçi
- Yakınsak-yakınsama
- Her gün
- Uygunluk (geleneksel medyaya-eski içeriklere uyumluluk)
- Ağ bağlantılı
- Global-küresel
- Kuşak (eski değerlerden kopulmaması)
- Eşitsiz (herkesin eşit erişim imkanına olmaması)

Yakınsama kavramı televizyon yapısının değişmesinde ve bu konuyla ilgili alt formlar oluşmasında en etkili kavramlardan biridir. Gelişen teknolojilerle birlikte çeşitli teknolojilerin iç içe geçmesi şeklinde özetlenecek olan kavram, televizyon ve içeriklerinin izleme deneyimini hem mekan hem içerik seçimi hem de reklam-pazarlama altyapısı üzerinden değişime uğratmıştır. Ayrıca yakınsama üreten ve tüketen birimlerin arasında karşılıklı ve gelişmiş bir etkileşim sağlamıştır. Fakat bu değişimler ile birlikte “eşitsiz” maddesinde açıklandığı üzere izleyicilerin kişisel izleme deneyimleri açısından “yeni” teknolojik erişim gereksinimi sıkıntıları ortaya çıkmıştır.

Amanda D. Lotz “televizyon” teriminin teknolojik gelişmeler sayesinde devrim niteliğinde değişikliklere uğradığını ve McLuhan’ın belirttiği kitle iletişim aracı tanımından çok daha farklı bir araca dönüştüğünü ifade etmektedir. Lotz televizyonun geçirdiği evrimi üç dönemde tasnif etmiştir. Birinci dönemi “ağ çağı”

olarak adlandırmış, bu dönem 1950'lerin başından 1980'lere uzanan, radyo ağı temelli dağıtım, reklam ve izleyici ölçülerinin televizyona uyarlandığı dönemdir. İkinci dönemi “çok kanallı geçiş” olarak adlandırmış, 1980'lerin ortası ile 1990'ların sonuna kadar uzanan bu dönem kablo yayın teknolojileri, VCR gibi teknolojilerle artan içerik tercihi deneyimleri ayrıca tematikleşmiş yayınları içermektedir. Üçüncü dönemi ise “ağ sonrası dönem” olarak adlandırmış, 1990'ların sonundan günümüze ulaşan bu dönem dijitalleşme süreciyle bilgisayar ve televizyon teknolojilerinin yakınsaması ile değişen izleme deneyimini, el tipi cihazların izleme deneyimine katılmasını, ağ tabanlı seç izle (SVOD, AVOD ve TVOD) platformlarını içermektedir. Ağ sonrası dönemi bir alt kültür formu olarak konumlandırıp işleyen ve detaylandıran Lotz bu dönemi açıklarken beş C kavramı olarak isimlendirdiği bir tanımlayıcı unsur öne sürmüştür: “choice, control, convenience, customization, and community” (seçim, kontrol, kolaylık, kişiselleştirme ve topluluk). Çeşitli gelişmelerle oluşan bu dönemlerle televizyonun erişim alanının genişlediğini ileten Lotz'a göre televizyonun birleştirici izleme deneyimi kendini ağ sonrası dönemle birlikte daha bireyselleşmiş, daha niş içerikli izleme deneyimlerine bırakmıştır (Lotz 2014).

Medya üretimleri ekip çalışması gerektirdiğinden dolayı kompleks bir yapıya sahiptir. Bir fikirden yola çıkılarak yapılacak medya üretiminde oldukça sıralı ve basamaklı bir hiyerarşik yapı bulunmaktadır. Ayrıca bu yapılar dikey ve yatay hiyerarşi olarak da temellendirilmektedir. Üretimin temelleri aynı olsa da ülkelerin sahip olduğu yapısal değişiklikler sebebiyle ekiplerin sınır ve iş tanımlarının yapılan bu çalışma, oldukça farklılıklara sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır. Gelecek başlıklarda değinilecek olan bu konulardan önce, kabul görmüş uluslararası medya üretimi hiyerarşik yapısı aşağıdaki tablodan incelenebilir.



Tablo 12. Medya Üretim Ekibi Hiyerarşi Tablosu (Yurtdışı Örneği) (*Assemble 2021*)⁶

⁶ Tablodaki kavramlar Türkçe'ye çevrilmiş şekilde üçüncü bölümde açıklanmıştır.

2.2. Medya Üretim Yapısı Hiyerarşisi

Medya üretim terminolojisi ve üretim işlerindeki tüm konular birleştirildiğinde oluşan yapıda en temel iki yapı bulunmaktadır. Bu yapılar “çizginin üstü” (above the line) ve “çizginin altı” (below the line)’dır. Bu yapı incelendiğinde medya üretim (film, dizi ve seriyal) organizasyonundaki temel hiyerarşik yapı görülmektedir. Bu tanım muhasebe işleri için ağırlıklı kullanılsa da bu çizginin neresinde bulunduğu üretim ekibi hiyerarşisindeki ilk büyük ayrımı temsil etmektedir (Weisenberger 2022).

Çizgi üstündeki ekipler bütçeye gerekli finansmanı sağlayan ve üretim süreciyle ilgili önemli kararları veren kişilerden, yani en yaratıcı ve finansal yükü taşıyan çalışanlar ya da medya patronlarından oluşmaktadır. Bu kişiler çekim öncesi süreçten çekim sonrasına, yani tüm üretim aşamalarının gerçekleştiği süreçlerde görev almaktadır. En yaygın kullanımıyla çizgi üstündeki ekip çalışanları şu şekildedir; yapımcı, yönetmen, sorumlu (idari) yapımcı, uygulayıcı yapımcı, görüntü yönetmeni ve başrol oyuncularındır. Çizgi (hat) altındaki ekip çalışanları ise kalan tüm set çalışanlarıdır. Bu konuyla ilgili incelenebilecek ilk şema yukarıdaki Tablo 12’dir. Bu konunun ayrıntılarına ilerleyen paragraflarda ayrıntılı değinilecektir (Weisenberger 2022).

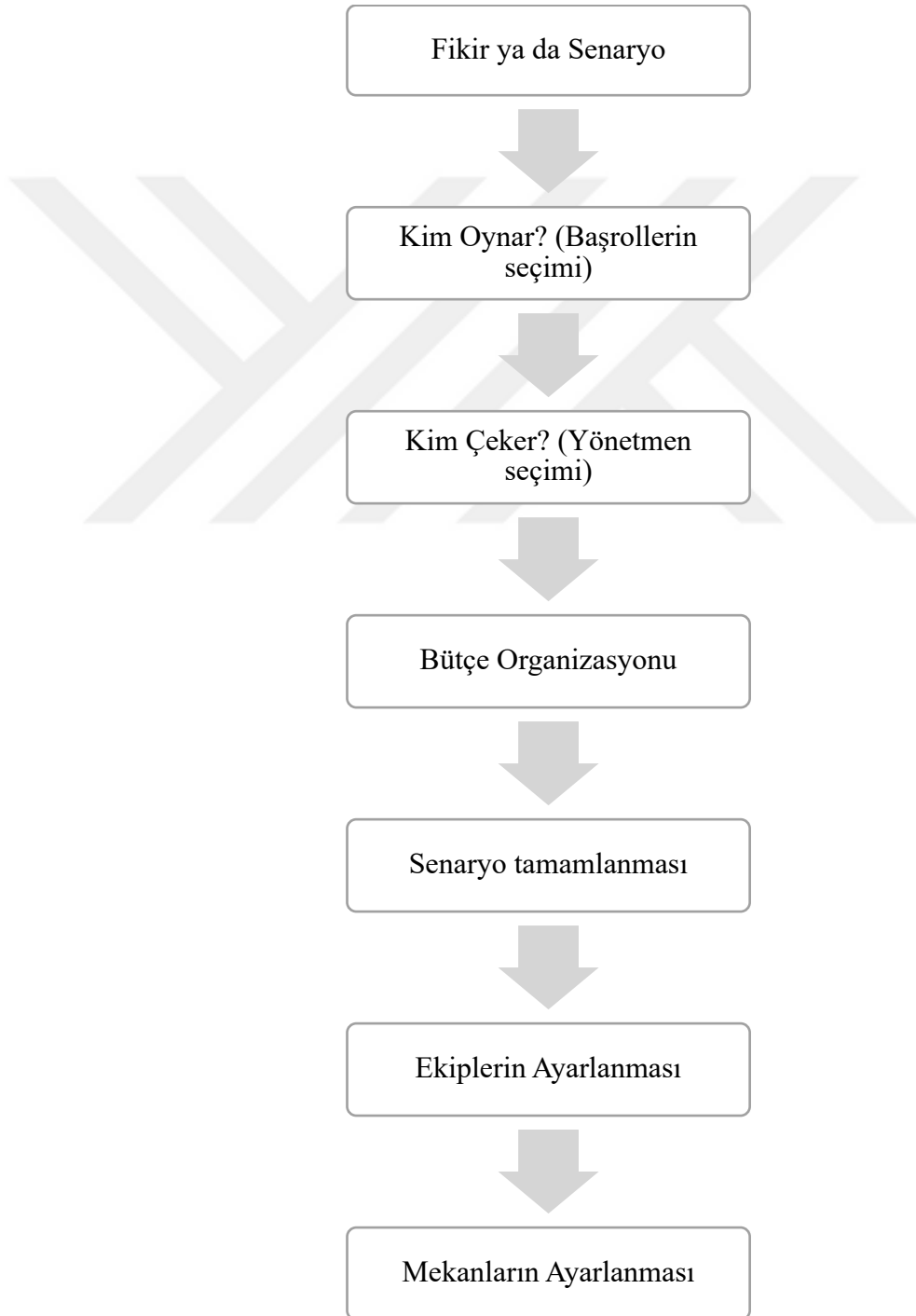


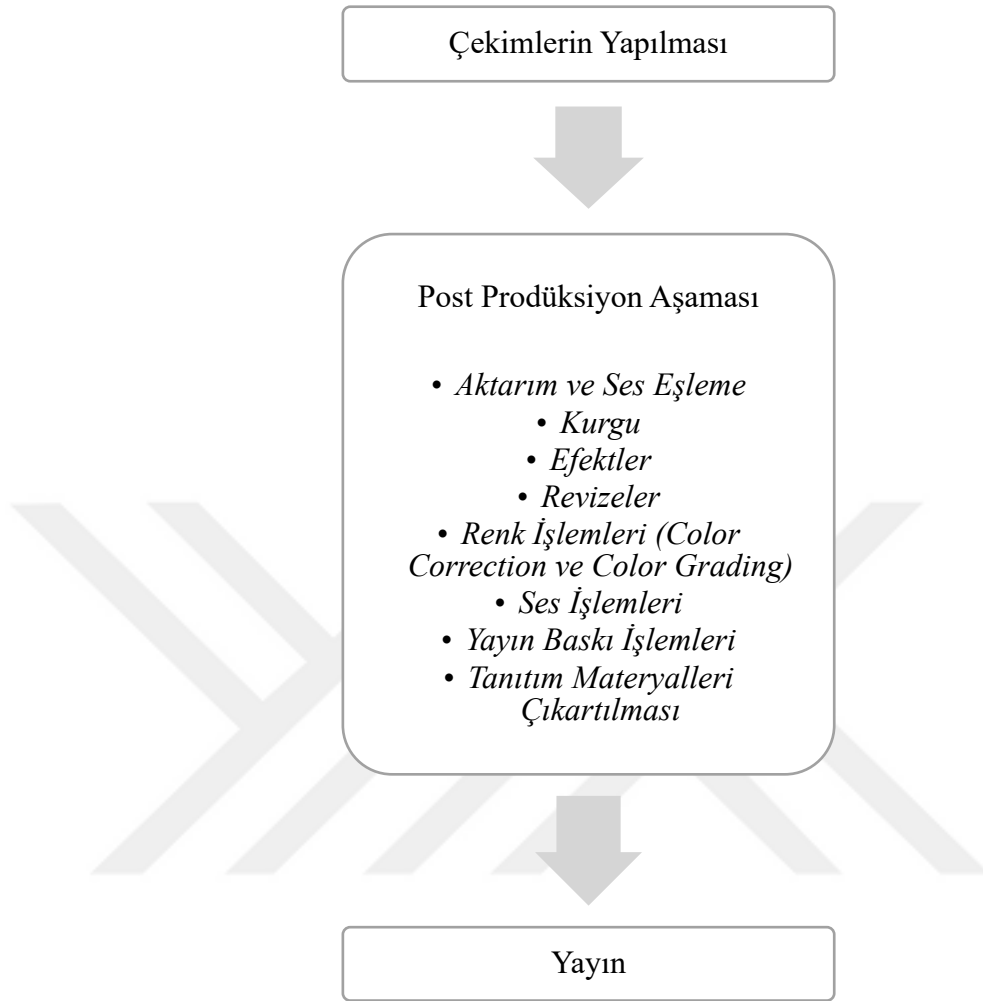
Şekil 52. 2011 yılında çekilen *We Need to Talk About Kevin* setinde Yönetmen Lynne Ramsay
(Weisenberger 2022)

2.3. Dizi ve Seriyal Üretim Aşamaları, Ulusal Kanal ve Dijital Platformlara

Yapılan Yapımlarda Üretimlerin Farklılıkları ve Sorunları

Yapılan derinlemesine görüşmeler doğrultusunda elde edilen verilere ve gözlemlere göre genel olarak dizi ve seriyal üretilirken izlenecek temel yol aşağıdaki gibidir.





Tablo 13. Temel Medya (Dizi, Seriyal, Film vb.) Üretim Basamakları (*Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023*)

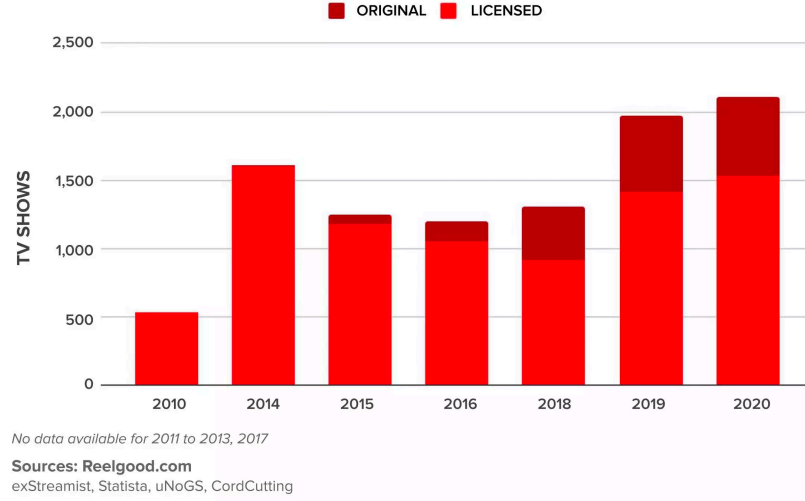
Medya üretiminde ana aşamalar çekim öncesi, çekim ve çekim sonrası olarak ayrılmaktadır. Fakat yukarıdaki tablo üretim aşamasında yer alan tüm basamakları temel olarak ve özetleyerek vermektedir. Nedim Çinelioğlu (Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı) ile yapılan derinlemesine görüşme doğrultusunda elde edilen bu ayrıntılı grafik aşağıdaki paragrafta detaylandırılmaktadır. Ayrıca tezin ana sorunsallarından biri ulusal kanallara ve dijital platformlara üretilen yapımların güncel akışı ve bu aşamalarda olan farklılıklara değinmek, ekip görev dağılımları ve hiyerarşik yapılarında olan şartların kıyaslamalarını açıklamaktır. Üretim aşamasında olan farklılıklara bu bölümde değinilecek, ekiplerin görevleri, sınırlılıkları ve hiyerarşik yapıdaki farklılıklara da ilerideki bölümde değinilecektir.

Türkiye’de dizi ve seriyal üretiminde yine tüm dünyada olduğu gibi çekim öncesi, çekim, çekim sonrası aşamalar bulunmaktadır. Üretilen mecra, başka bir deyişle yayınlanacak platform bu üretim aşamalarında, kurumsal yapı ve ilkeleri sebebiyle çeşitli farklılıklara sebep olmaktadır. Yapılan görüşmeler ve araştırmalar doğrultusunda bu farklılıkların ulusal televizyon ve dijital platform olarak genellenebileceğini fakat yine kendi iç işlerindeki ilkeler dolayısıyla dijital platformların da aralarında bazı küçük farklılıklar olabileceğini göstermiştir.

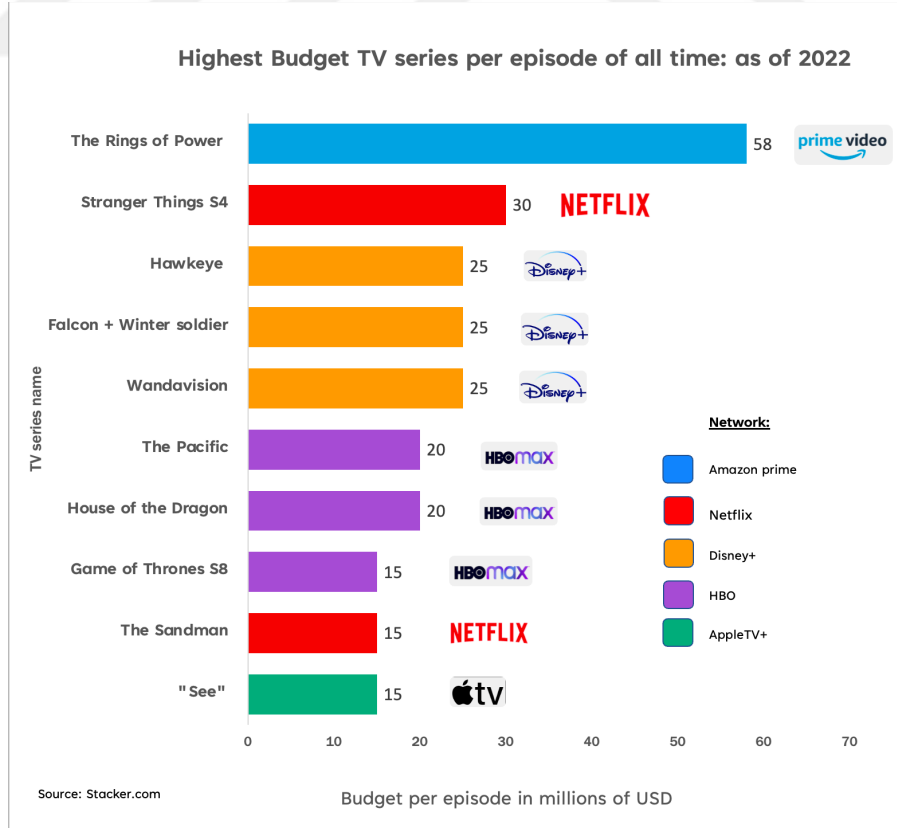
Yukarıdaki tablodaki özetlenen basamaksal yapıda görüldüğü gibi üretimin başlangıç noktası “senaryo” ya da “fikir”dir. Bu fikrin gelebildiği noktalar; yayınlanacak platformdan direkt gelebilir, senaristten gelebilir ya da yapımcıdan gelebilir. Senaristten gelmesi, senaristin fikrini yapımcısı olmadan kanalla ilişkileri sayesinde kanala ulaştırmasıdır. Kanala ulaşan bu eser metni ya da fikir yapım firmalarına “*bizde böyle bir proje var, bunu yapmak ister misin?*” şeklinde teklifle gider. Eğer yapımcı, senarist ya da başka kanallarla bulduğu metni kanala sunacaksa sunacağı teklif “*biz bu sene böyle bir proje düşünüyoruz, bu projeyi bu sene sezonda kanalınızın yayın programına, yayın akışına alır mısınız*” şeklindedir. Burada ulusal kanal ve dijital platformlar arasındaki ilk fark ortaya çıkmaktadır. Dijital platformlarda bu süreç daha yapımcı ve dijital platform arasında geçer, yani senarist direkt olarak dijital platformlarla iletişime geçmez. Çünkü dijital platformlar aslında yurtdışında yönetilen, Türkiye ofisleri olsa da kendi belirli iç işleyişleri olan firmalardır. Yani dijital platformlar, kişisel ilişkilerle iş yürüten bir yapıya sahip değildir. O yüzden dijital platformlarda işleyiş daha çok yapım firmasının ortaya koyacağı projeyi dijital platformlara satması şeklinde ilerlemektedir. En temel başlangıç noktası bu şekilde olup bu basamak tamamlandıktan sonra “*kim oynar*” ve “*kim çeker*” en önemli iki soru işareti olarak belirlenir. Sonuç olarak bir fikir yapımcı üzerinden (ya da televizyon kanalları üretimleri için senaristin direkt ulaşmasıyla) gider ve el sıkışılır. Fakat ortada herhangi bir bütçeden bu aşamada söz edilemez. Fakat tahmini bir gider hesaplaması hep yapılır, yani işin bir bölümü 4 birim ise bunun 8 birim olması gibi bir sapma yaşanması söz konusu değildir. Eğer maliyet artarsa bu hem kanalın hem yapımcının aldığı bir risk olmaktadır. Ulusal televizyon kanallarında dizi ve seriyal bütçeleri ortalama olarak belli iken dijital platformlarda bu daha değişken bir yapıya sahiptir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). Aşağıdaki tablolarda

Netflix üretim çeşitleri ve uluslararası yayın yapan dijital platformlardaki dizi ve seriyaller için bölüm başı en yüksek ücret ödenen yapımlar görülmektedir.

TV Shows on Netflix Over the Years



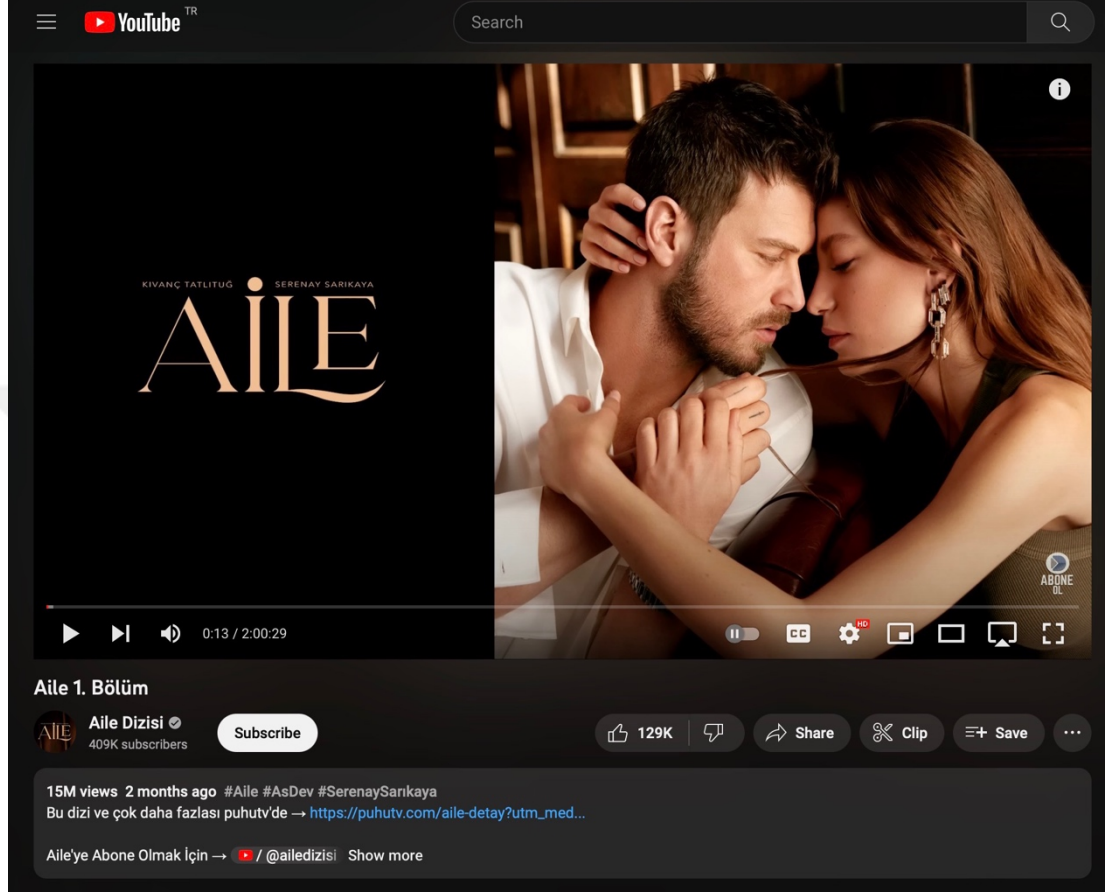
Tablo 14. Netflix'teki Dizi ve Seriyallerin Satın Alma ve İçyapım Sayıları (Reelgood.com 2020)



Tablo 15. Uluslararası Dijital Platformlardaki Dizi ve Seriyaller İçin Bölüm Başı En Yüksek Bütçeye Sahip Yapımlar (Stacker.com 2022)

Üretimlerde tahmini bütçe (gider hesaplaması) belli iken aslında *cast* bütçesi de bellidir. Yani yapımcı daha hiç detaya girmeden “*biz şu paraya bu kasti bitirmeliyiz*” demektedir. Ortalama bir yüzdelik verecek olunursa 4 birimlik bölüm maliyetinin ortalama 1 birimini kast oluşturmaktadır. Çünkü başrol kavramı sadece Türkiye’de değil dünyada önemli bir noktada yer almaktadır. Hatta bazı durumlarda başrol oyuncusu yapımın ortağı durumunda bile olabilmektedir. Medyanın üretimindeki ve tüketimindeki riskleri özünde yapımcı tek başına almamaktadır, oyuncu da bu riske dahildir. Çünkü oyuncular da kendi özgeçmişinde kötü bir projeye ya da devamlılığı olmayan bir projeye yer vermek istememektedir. Bu durumda üretimin ilk basamağı yine önemini korumaktadır. Fikir ya da senaryo olan ilk üretim basamağından oyuncuya çok sayıda gitmektedir. Fakat çok sayıdaki bu projeden çok azı hayata geçmektedir ya da hiçbiri geçmemektedir. Burada ulusal televizyonlara yapılan yapımlarla dijital platformlara yapılan yapımlar yine bazı noktalarda ayrılmaktadır. İlk oyuncuya giden ve yapımcının başlayalım dediği senaryo üretim aşamasındaki uzun yolda çok değişikliğe uğramaktadır. Hatta bazı durumlarda başrol oyuncusunun ya da yönetmenin en başta okuduğu senaryoyla ortaya çıkan ürün arasında belirgin farklar olmaktadır. Bunun en temel iki sebebi ulusal televizyonlara yapılan yapımlarda çok ciddi bir şekilde zamanla yarışılması ve bütçenin üretim sırasında yettirilmeye çalışılmasıdır. Bu noktada tartışılacak bir diğer nokta ise yaratıcılıktır (kreatifliktir). Ulusal televizyonlara yapılan dizi ve seriyallerde ana beklenti belli bir bütçenin içerisinde, belirli bir gün sayısında, belirli bir dakikayı üretmektir. Bu konu dünyadaki üretimlerle Türkiye’dekiler kıyaslandığında yapılan görüşmeler doğrultusunda elde edilen verilere göre oldukça acımasız bir noktadadır. Sektördeki çalışanlar bu süreleri üretmekten, bu süreleri yazmaktan memnun olmamaktadır. Ulusal kanalların yaratıcılıkla ilgili birimlerinin de bu durumla ilgili sorunları bulunmaktadır. Bu süreç Türkiye’nin ekonomik ve sosyoekonomik koşullarının bir sonucu olarak üretime yansımaktadır. Günümüzde Türkiye’de ulusal televizyon kanallarına yapılan yapımların bir bölümü ortalama 140 dakikadan oluşmaktadır. Bu 140 dakikalık yapım 5 ya da 6 günde genelde 2 ekip ile üretilmektedir. Maliyetler hesaplandığında bir yapımın zarar etmemesi için sadece kanal gelirleri yetmemekte, yurtdışı satışları ve Youtube gibi çevrimiçi yayın

platformlarının gelirleri olmadan üretimin sağlanması mümkün görülmemektedir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023)⁷.

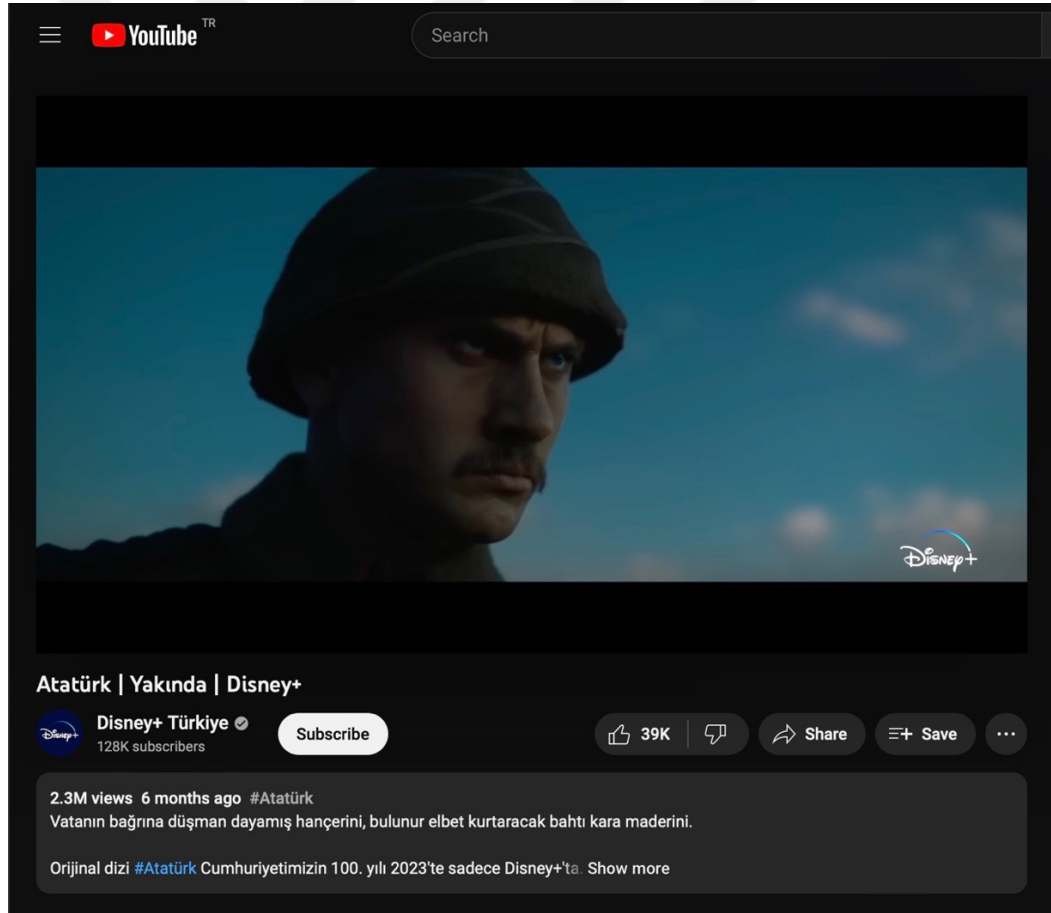


Şekil 53. Ulusal Televizyon Kanallarından Show TV’de Yayınlanan Aile Dizisinin 1. Bölüm Youtube İzlenme İstatistikleri (Erişim Tarihi: 11.05.2023)

Senaryoda olan değişikliklerin ulusal televizyon kanallarına yapılan dizi ve seriyallerde uğradığı değişimden üst paragrafta bahsedilmiştir. Dijital platformlarda ise bu durum daha farklı olmakta ve burada önemli bir fark yer almaktadır. İlk yazılan senaryo ile sete çıkarken yazılan senaryo arasında dijital platformlarda da farklılıklar olabilmektedir. Fakat buradaki en önemli fark sete çıkıldığında senaryonun tamamen kilitlenmesi olmaktadır. Yani dijital platformlar çekimden önce “bize çekeceğin şeyi ver” şeklinde bir kuralla çalışmaktadır. Bu durumda dijital platformlara üretim yapan ekipler sete çıktıklarında senaryoları, değişmemek üzere ellerinde hazır bulunmaktadır. Ulusal televizyon kanallarındaki sezonda başlayan yapımlarda ise iş

⁷ Tezin 2. ve 3. bölümleri yazılırken yapılan derinlemesine görüşmelerin yanında ek veri için yazar iş deneyimlerinden ve gözlemlerinden de yararlanmıştır.

çekime başladığında birinci bölüm senaryosu bulunmakta, en fazla iki bölüm senaryo kilitlenmiş olmaktadır. Türkiye’deki ulusal televizyon kanallarında iş çekilirken yakın zamanda yayın başladığı için, iş yayınlandığında seyirciden gelen tepkilere göre senaryoda çalışan akslara⁸ daha fazla metin yazılırken, bazen çalışmayan akslar senaristin vazgeçtiği hikayelere dönüşebilmektedir, bazen de senarist yeni yeni akslar açmak zorunda kalabilmektedir. Ama dijital platformlarda bu durum böyle gelişmemektedir. Dijital platformlara yapılan yapımlarda ekip sete çıktığında bölümlerin çekilecek sezon için başı-sonu kilitlenmiş durumda olmaktadır. Değişme ihtimali ise ancak kötü ve aksi bir durumun olması ile gerçekleşebilmektedir (sağlık durumu vs.). Bu durumda ekipler sete çıktığında çekeceği şeyi bilmekte ve ona göre pozisyon alabilmektedir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).



Şekil 54. Nedim Çinelioğlu'nun Uygulayıcı Yapımcılığını Yaptığı Disney+ için Üretilen Atatürk Dizisi Tanıtımının Youtube Sayfası (Erişim Tarihi: 12.05.2023)

⁸ Aks: olay örgüsü, hikâye parçası.

Üretimin ön hazırlık (çekim öncesi) aşamasındaki önemli noktalardan bir diğeri de senaryonun hazırlanmasından ve *cast* seçimlerinin yapılmasından sonra recce⁹ yapılmasıdır. Bu aşamada da ulusal televizyonlara yapılan dizi ve seriyaller ile dijital platformlara yapılan yapımlar arasında birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Dijital platformlara üretilen yapımlarda sezonun final bölümüne kadarki senaryo hazır ve bu sebepten dolayı ön hazırlığı daha eksiksiz yapılabilmektedir. Dijital platformlara üretilen yapımlarda hazırlık sürecinde yönetmenle beraber mekanlara önce mekan gezisi (recce) yapılır ardından da teknik recce yapılır. Dijital platformlara yapılan yapımlarda seçilen yönetmenler çoğu zaman teknik donanıma da sahip olan kişiler olması sebebiyle teknik recceye gidildiğinde tüm teknik ekibe ne çekmek istediğini anlatabilmektedir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).



Şekil 55. Ümraniye (İstanbul) Netaş Platosu Recce (Görsel Orijinaldir, 04.05.2019)

Ulusal kanallara yapılan yapımlarda ise bu durum olumsuz yönde daha farklıdır. Ulusal kanallara üretilen yapımlarda ekip sete çıktığında tam bir bölüme ait senaryo bitmiş ise bu durum iyi sayılmaktadır. Zamanla yarışılan bir durum olduğu

⁹ Recce: Çekim öncesi yapılan mekan gezileri.

için ulusal kanallara üretilen yapımlarda bazı mekanlara yönetmenin hiç gitmediği durumlar olabilmektedir. Sadece ekim için gidilen bu mekanlar ise çeşitli sorunlara sebebiyet verebilmektedir. Hatta ulusal kanallara üretilen dizi ve seriyallerin ikinci ve nc bölümlerine geçildiğinde yönetmene sadece telefonda ya da bilgisayardan mekan sunumu yapılarak onaylatılma durumu olmaktadır. Dijital platformlara üretilen yapımlarda bu durum söz konusu değildir. Bu yapımlarda mekanların hepsine önce yönetmenle gidilmekte ardından teknik recceler yapılmaktadır. Bu yüzden teknik ekipler sete geldiğinde o mekan kimse için bir sürpriz olmamaktadır. Herkes teknik malzemesini nereden alacağını, sete hangi sürede getireceğini, tüm hazırlık süresini çok iyi bir şekilde organize edebilmektedir. Ulusalda olmayan bu durum için kara düzen denmektedir (inelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

ekim aşamasına geldiğinde ise ulusal televizyon kanallarına üretilen yapımlar için bölüm başı ortalama 140 dakikalık bir bant beklenmektedir. Birinci bölüm için tüm üretim bir haftada tamamlanma beklentisi olmamakla birlikte diğer bölümler için oluşmaktadır. İlk bölümün (pilot bölüm) 6 günde bitirilebilmesinin mümkün olmamasının sebepleri; ekibin birbirine alışması, oyuncuların hikayeye alışması, rejinin oyunculukları oturtması olarak sıralanabilmektedir. Bu sebeple ilk bölümün çekim süresi 20 gün ile 30 gün arasında değişmektedir (inelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).



şekil 56. O3 Medya Firması Tarafından Ulusal Televizyon Kanallarından Star TV için üretilen İstanbullu Gelin Seti Final Bölümü ekimleri (Görsel Orijinaldir, 29.05.2019)

Dijital platformlarda bu konuda da farklılık söz konusudur. Dijital platformlara üretilen yapımlarda çekilecek sayfa sayısının çok daha net ve bütçenin çok daha keskin olması sebebiyle çekilecek sayfa sayısı ve süresi, bir toplam süre üzerinden yani çekim süresi üzerinden yapım ve reji tarafından başta kararlaştırılmaktadır. “Biz bu senaryoyu şu kadar haftada üreteceğiz” şeklinde yapılan bir anlaşma ile dijital platformlara yapılan yapımlarda kimi gün 2 sayfalık iş çekilirken kimi gün 6 sayfalık senaryo bölümü çekilebilmektedir ve bu takvim gün gece dengesi gözetilerek yapılmaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

YAPIM ŞİRKETİ LOGOSU		DİZİ ADI				
		PROGRAM TAKVİMİ V6 (Versiyon-Revize Numarası)				
		08.11.2022 (OLUŞTURMA TARİHİ)				
7 KASIM PAZARTESİ	8 KASIM SALI	9 KASIM ÇARŞAMBA	10 KASIM PERŞEMBE	11 KASIM CUMA	12 KASIM CUMARTESİ	13 KASIM PAZAR
		83. İŞ GÜNÜ MEKAN ADI MEKAN ADI 2 3.BÖLÜM: 12, 13A, 24B 4.BÖLÜM: 28 3.6/8 SAYFA (SAYFA SAYISI TOPLAM ÇEKİLECEK) OYUNCULAR FİĞÜRANLAR ÖZEL KARAKTERLER EFEKT PERSONELLERİ vs. GEREKEN TEKNİK MALZEMELER MACRO LENS vb. ÖZEL KAMERA MALZEMELERİ	84. İŞ GÜNÜ 2.BÖLÜM: SAHNE SAYILARI TOPLAM SAYFA 2.EKİP MEKANLAR SAHNELER SAYFA SAYISI MİKTARI GEREKEN TEKNİK MALZEMELER GEREKİYORSA ÖZEL NOTLAR	85. İŞ GÜNÜ		
14 KASIM PAZARTESİ	15 KASIM SALI	16 KASIM ÇARŞAMBA	17 KASIM PERŞEMBE	18 KASIM CUMA	19 KASIM CUMARTESİ	20 KASIM PAZAR
REPO 14					UYKU REPOSU	REPO 15
21 KASIM PAZARTESİ	22 KASIM SALI	23 KASIM ÇARŞAMBA	24 KASIM PERŞEMBE	25 KASIM CUMA	26 KASIM CUMARTESİ	27 KASIM PAZAR

Tablo 16. Örnek Program Takvimi (Dijital Platform İçin Üretilen Yapım Örneğinden Alınmıştır)

Programlama yani iş takvimi yapılırken kişilerin de hangi gün hangi saatler arasında çalışacağı belirlenmektedir. İlk başta birkaç haftalık ya da aylık program yapılmakta ardından ekiplere gün gün çekim programı (callsheet) gönderilmektedir. Dijital platformlara yapılan yapımlar ile ulusal televizyon kanallarına üretilen dizi ve seriyallerde bu program oluşturulurken de farklılıklar olmaktadır. Çekime başlanacağı zaman tüm sezonun kilitlenmiş senaryosu elde olmadığı için böyle ayrıntılı ve aslında

bütçe olarak daha rahatlatıcı olabilecek bir takvim hazırlanamamaktadır. Ulusal televizyon kanallarına üretilen yapımlar için ilk bölüm dışında ancak haftalık takvim hazırlanabilmekte ve o da günlük performanslara göre revizelere uğrayabilmektedir. Günlük çekim takvimi (callsheet) örneklerine tezin bir sonraki bölümünde yer verilmiştir.

Çekim başladığında ulusal kanalların beklediği ortalama 140 dakikaya tekabül eden senaryo mekân bütünlükleri göz önünde bulundurularak parçalara ayrılmakta ve çalışma gün ve saatleri belli olmaktadır. Yapılan görüşmelerde ortaya çıkan en büyük problemlerden biri olan çalışma saatleri (süreleri) için sektör, dönüm noktası denilen bir noktada bulunmaktadır. Çok uzun saatlerde çalışan (günde 16-17 saat) ekipler geçmişte daha az sayfa sayısı üretirken bile günümüze göre çok daha uzun saatler setlerde bulunmuştur. Fakat günümüzde dönüm noktası diye anlatılan durumda, ulusal televizyon kanalları için üretilen dizi ve seriyallerin hepsinde geçerli olmamakla birlikte bir bölümü ortalama günde 12 saat (kayıt dendiğinde başlayan süre ile) ve en fazla 6 günde çekilmeye başlanmıştır. Bu yeni süreç bile haftada ortalama 72 saatlik çalışma süresine tekabül etmekte ve bu süreye yolda geçen süre ve kahvaltı süresi dahil edilmemektedir. Dijital platformlar bu konuda da ulusal televizyon kanallarından ayrışmaktadır. Hala tam rayına oturmuş bir düzen olmamakla beraber 2023 yılından itibaren dijital platformda çalışan ekipler günde 12 saati geçmemekte ve 5 gün çalışıp 2 gün repo (tatil) yapmayı talep etmektedir. Sektörel yetkinliğin de bir diğer sorun olduğu sektörde maalesef çalışan ekipler her zaman dijital platformlara iş yapabilen bir durumda olmamaktadır. Bu sebeple çalışan kişiler ulusal kanallardan gelen işlere de gitmek zorunda kalabilmektedir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Çalışma saatleri diğer sektörlerle göre hala fazla olan medya sektöründe ayrıca iş devamlılığı ve kaşeler de önemli bir sorun olarak görülmektedir. Dijital platformlara üretilen yapımlar ile ulusal kanallara üretilen yapımlar bu konularda da bazı noktalarda ayrışmaktadır. Dijital platformlara yapılan yapımlarda ekiplerle, herhangi bir uyumsuzluk olmadığı sürece, sezon bazlı anlaşılakta ve kaşeler (ücretler) bölüme göre değil haftalık olarak ödenmektedir. Ulusal televizyon kanallarına yapılan yapımlarda ise projenin devamlılığı önemlidir. Reytinglere (çeşitli parametrelere göre yapılan izleyici ölçümleri) göre belirlenen proje devamlılığı, ekip için riskli bir yapıya

sahiptir. Çünkü daha ilk bölümlerde yayından kalkan çok sayıda yapım mevcuttur. Ayrıca belirli dönemlerde çekimlere başlayan dizi ve seriyallerde, işin erken bitmesi durumunda çalışan kişiler işsiz kalabilmektedir. Ulusal televizyon kanallarına yapılan işlerde geçmişten gelen haksız bir gelenek olan bölüm başı ödeme sistemi hala kullanılmaktadır. Bu sebeple herhangi bir nedenle yayın olmadığı zaman ya da bölüm çekimleri uzadığı zaman (örneğin ilk bölümün çekimi uzundur) çalışan kişilerin eline haftalık bir ödeme geçmemektedir. Hatta bazı durumlarda ön hazırlık (çekim öncesi) aşamasında yarım kaşe gibi, yine çalışan kişiler için dezavantajlı olan sistemler hala bazı yapım firmaları tarafından kullanılmaktadır. Dijital platformlara üretilen yapımlarda baştan sona senaryo ve ne çekileceği belli olduğundan, takvim oluşturulurken ön hazırlık (çekim öncesi) dahil kaç hafta çalışılacağı belli edilip ona göre çalışanlarla anlaşmakta ve ödemeler bölüm başı değil ilk çalışılmaya başlanılan günden çekim bitene kadar haftalık yapılmaktadır. (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Ekipler belirlenirken uyum çok önemlidir. Yukarıdaki tablo 13'te şemalandırılan üretim basamaklarında görüldüğü üzere ekipler bir hiyerarşik yapıya göre belirlenir. Fakat bazı durumlarda ekipler değişebilmektedir. Bunu örneklendirmek gerekirse; ikinci ekibin görüntü yönetmeni ışık şefiyle anlaşamamış, sektör tabiriyle ikisinin frekansları uyuşmamış olabilir; performansından memnun olunmaması sebebiyle içecek servisi yapan çalışan bile değişebilmektedir. Bu durum tüm üretim formatlarında geçerli olabilecek bir durumdur. Çalışan değişikliklerinin birçok sebebi olmakla birlikte bu durumun aslında yapım ekibiyle direkt bir ilgisi bulunmamaktadır. Çünkü genel koordinatörler veya uygulayıcı yapımcılar olarak ekipler kurulurken aslında kademeli, hiyerarşik bir düzen içinde çalışanlar işe alınmaktadır. Önce bir yönetmen seçilmekte ve yönetmene bu projeyi yaparken birlikte çalışmayı tercih ettiği görüntü yönetmeni, sanat yönetmeni, kostüm tasarımcısı, işin büyüklüğüne göre stilingi, kuaförü, makyözü, makyaj tasarımcısı, proje tasarımcısı gibi ekip şeflerinin bulunup bulunmadığı sorulmaktadır. Bu görüşmede yapım ekibi ile yönetmen arasında çeşitli fikir ayrılıkları olabilmekle birlikte sonuçta bu toplantıdan sonra tahmini bir ekip ortaya çıkmaktadır. Ardından bir basamak alta inilip görüntü yönetmeniyle bir görüşme yapılmakta, görüntü yönetmenine de bu projede tercih ettiği bir ışık şefi bulunup bulunmadığı

sorulmaktadır. Ardından yine yapım ekibi ve görüntü yönetmeninin fikir birlikleri üzerine ışık şefi belirlenmektedir. Bu noktadan sonrası sektörel bazlı önemli bir problemi yanında getirmektedir. Çünkü şefler belirlendikten sonra bu kişiler altlarında çalışacak ekipleri, kişilerin uygunluklarına göre kendileri belirlemektedir. Bu sistem dolayısıyla bazı durumlarda yapım ekibinin hiç tercih etmediği kişiler de ekiplere dahil olabilmektedir. Ama yapıya bakıldığında kişiyi tercih eden şef bile olsa işe alan yapım ekibi olarak gözükmektedir. Eğer üretim sırasında ilerleyen günlerde bir sorun yaşanırsa çalışanı sektörde işten çıkaran birim yapım ekibi olarak görülmektedir. Aslında bu durumda işe alan da işten çıkaran da ekibin şefi olmasına rağmen bu durum yapım ekibinin üzerine kalmaktadır. Bu sorun ile birlikte dizi ve seriyal sektöründe önemli bir birimin eksikliği göze çarpmaktadır. Sektörde herhangi bir insan kaynakları birimi bulunmamaktadır. Bir örnek üzerinden detaylandırmak gerekirse yapım şirketinin yapmış olduğu işlerde çalışan ışık asistanlarının yeterlilik bilgisine ulaşamadı gibi geçmişte olan ve gelecekte olacak iş deneyimlerine de ulaşamamaktadır. Herhangi bir sektörel yetkinlik - yeterlilik skalası olmamasından kaynaklı kişilerin deneyimleri tam bilinmeden işe alınmaktadır. İşe alınırken kontrol edilen prosedür ise askerlik belgesi, sabıka kaydı gibi veriler olmaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

İnsan kaynakları biriminin olmamasının yanında birimlerin yetkinliklerine göre çeşitli verilerine ulaşılacak bir sendikalaşmanın da eksikliği yapılan görüşmeler ve elde edilen gözlemlerde görülmektedir. Sendikalardan yapım ekiplerinin en temel beklentisi “evet sen bu arkadaş işe alıyorsun ama bu arkadaş o donanımda değil” ya da “bir önceki işinde bak şu firmada şöyle bir sorun yaşad” gibi karşılıklı veri akışıdır. Türkiye’de medya sektörüne bu hiçbir zaman yapılmamıştır. Yeterlilik hiçbir şekilde sorgulanamamaktadır. Ayrıca sözleşme konusunda da çalışan kişilerin uyumları hemen oluşamayacağından dolayı sorunlar yaşanmaktadır. Çalışan ekipler dizi ve seriyalin herhangi bir bölümünde değişebileceği için çalışanların sözleşmeli iş garantisi bulunmamaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Türkiye’de dizi ve seriyal üreten ve hatta film üreten şirketlerdeki temel problemlerden bir diğeri de sigorta konusudur. İşe ve bütçeye göre yapılan sigortalar tüm yapımı karşılamamaktadır, bu konuda da yurtdışındaki yapımlarla bir fark söz

konusudur. Sigorta konusunda genel olarak Türk halkının bilgi eksikliğinin olduğu da görülen bir durumdur. Film sigortacılığı denilen birim Türkiye’de çok sınırlı gelişmiştir. Ulusal televizyonlara üretilen yapımlarla dijital platformlara üretilen yapımlar, sigortalanan sahnelerin sayısı açısından da farklılaşmaktadır. Ulusal televizyon kanallarına yapılan dizi ve seriyallerde çok büyük (masraflı ya da tehlikeli) sahneler haricinde sahneleri sigortalatmak bütçesel anlamda mümkün olmamaktadır. Dijital platformlara yapılan yapımlarda ise neyin ne kadara satın alındığı bilinmeden bir film sigortacılığı yapılmaktadır. Genel masraflar konusunda sigorta firmasının dışında ekiplerde de bilgi eksikleri mevcuttur. Bu durumda dijital platformlarda da yapılan sigorta süreci biraz daha yaşanan aksiliklere ve sigorta firmasıyla anlaşılan prosedürlere bağlı olarak işlemektedir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Yapılan görüşmeler doğrultusunda elde edilen bir diğer önemli veri de kişilerin çalıştığı seviyelerin yani hiyerarşik basamakların ulusal kanala üretilen işler ile dijital platformlara yapılanlarda değişiklik göstermesidir. Örneğin yapım firması aynı olmasına rağmen bir kişi ulusal televizyon kanalına yapılan işte genel koordinatör olabilirken dijital platforma üretilen işte aynı kişi, donanımı değişmemesine rağmen bir alt pozisyon olan uygulayıcı yapımcılık görevinde çalışabilmektedir. Görüşülen birçok kişiden bu şekilde veri alınmıştır, çalışanlar dijital platforma yapılan işlerde çeşitli sebeplerle bir alt görevde yer almayı kabul etmiştir.¹⁰

Ulusal televizyonlara yapılan işler ile dijital platformlara yapılan işler birim zamanda üretilen bant olarak da değişiklik göstermektedir. Ulusal kanallara yapılan dizi ve seriyallerin ilk bölümü dışında diğer bölümlerin üretiminde oldukça önemli bir zaman kullanım sorunu yer almakta ve üretim süreci bir yarış şeklinde ilerlemektedir. Fakat dijital platformlardan Disney+’ta 2023 yılının sonlarında yayınlanacak Atatürk dizisinden örnek vermek gerekirse sadece 0,25 sayfalık birkaç sahnenin her birinin çekimi birer gün sürmüştür. Bu konuda ulusal televizyon kanallarında şöyle bir farklılık mevcuttur, yapım ekibi böyle sahnelerin yazılmasını tercih etmemektedir. Zaman, mekan ve bütçe neresi için üretilirse üretilsin hiçbir zaman sınırsız değildir ve

¹⁰ Yapılan görüşmelerin kimlerle olduğuna Kaynakça bölümünden bakabilir, ayrıca Ek1 ve Ek2’de yer alan örnek görüşme metinlerini inceleyebilirsiniz. Detaylı bilgi için gorkemkatmer@gmail.com mailine ulaşabilirsiniz.

ayrıca şu kadar dakikaya şu kadar hafta diye de standartlaşmış belirli bir kalıp bulunmamaktadır. Bu tamamen çekilecek sahnelerin ve projenin içeriğine göre değişmektedir. Ayrıca yine bu konulara bağlı olarak bir işin platoda ya da gerçek bir mekanda çekmesi bile zamansal ve bütçesel açıdan farklılıklara sebep olabilmektedir. Gerçek mekanda çekmek fiziksel şartlar açısından zorluyor olsa bile bütçe anlamında bir kazanç anlamına gelmektedir. Dekor yapmak yapımlar için maliyetli bir iştir. Eğer az bir dekorda geçen ve kısa sürede çekilmesi gereken bir yapım ise bu konu düşünölebilmektedir. Genel olarak bu konuyu toplamak gerekirse ulusal televizyonlara üretilen dizi ve seriyallerde gün başına düşen sayfa (sahne) sayısı dijital platformlara üretilenlerle kıyaslanırsa oldukça fazladır. Ayrıca dijital platformlara üretilen yapımlarda bir haftada bir bölümün bitirilmesi gibi bir zorunluluk bulunmamaktadır. Program senaryo başta belli olduğu için örneğin bölüm başı 45 dakikalık 8 bölüm için 12 hafta +3 gün şeklinde bir program hazırlanabilmektedir (inelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Bölüm başına ayrılan bütçeler konusunda da ulusal televizyon kanalları ile dijital platformlar birbirinden ayrılmaktadır. Ulusal televizyonlara üretilen yapımların bütçesi dijital platformlara üretilen yapımlara göre daha düşöktür (büyük sermayeli dijital platformlar üzerinden veri alınmıştır). Ayrıca alışanlara ödenen kaşelerde haftalık-bölüm başı farkının yanında ödenen miktarlarda da farklılık bulunmakta, dijital platformlara yapılan işlerde çalışan kişilere ödenen kaşeler daha yüksek miktarlardadır (inelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). Bu konuya bir sonraki bölümde değinilecektir.

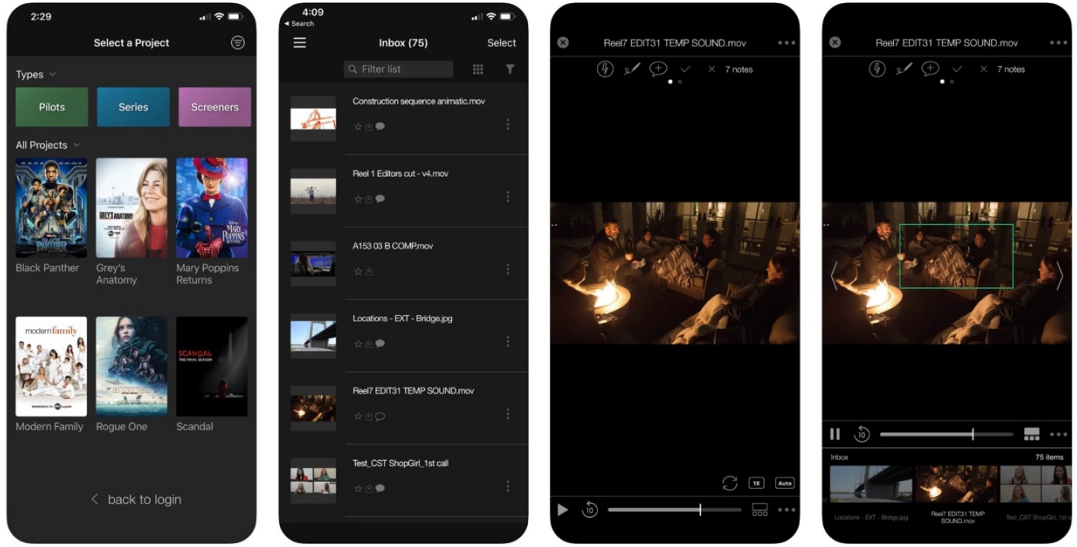
Dijital platformlara yapılan yapımlarla ulusal kanallara yapılan yapımlardaki bir diğer önemli fark da çekim sonrası görüntülerin post prodüksiyon sürecinde izlediği yoldur. İki yayın portalında da yapılan çekimler her gün stüdyoya gitmektedir. Fakat dijitalerde şöyle bir fark bulunmaktadır; yönetmenin çektiği sahne ve planlar, her gün üst pozisyonadaki belirli kişilerin izlenmesi için özel bir bulut sistemiyle açılmaktadır. Genel olarak bu ham görüntüler yapımcı, yönetmen, genel koordinatörler, proje tasarımcıları ve yayın portalı yetkilileri gibi, projeden projeye çalışan isimlere ve yetkinliklere göre değişen kişilere izlenmesi için açılmaktadır. Bu sistem için kullanılan uygulamalardan biri “Pix”tir.

App Store Preview



PIX System (4+)
Secure content platform
[PIX System](#)
★★★★☆ 3.4 • 22 Ratings
Free

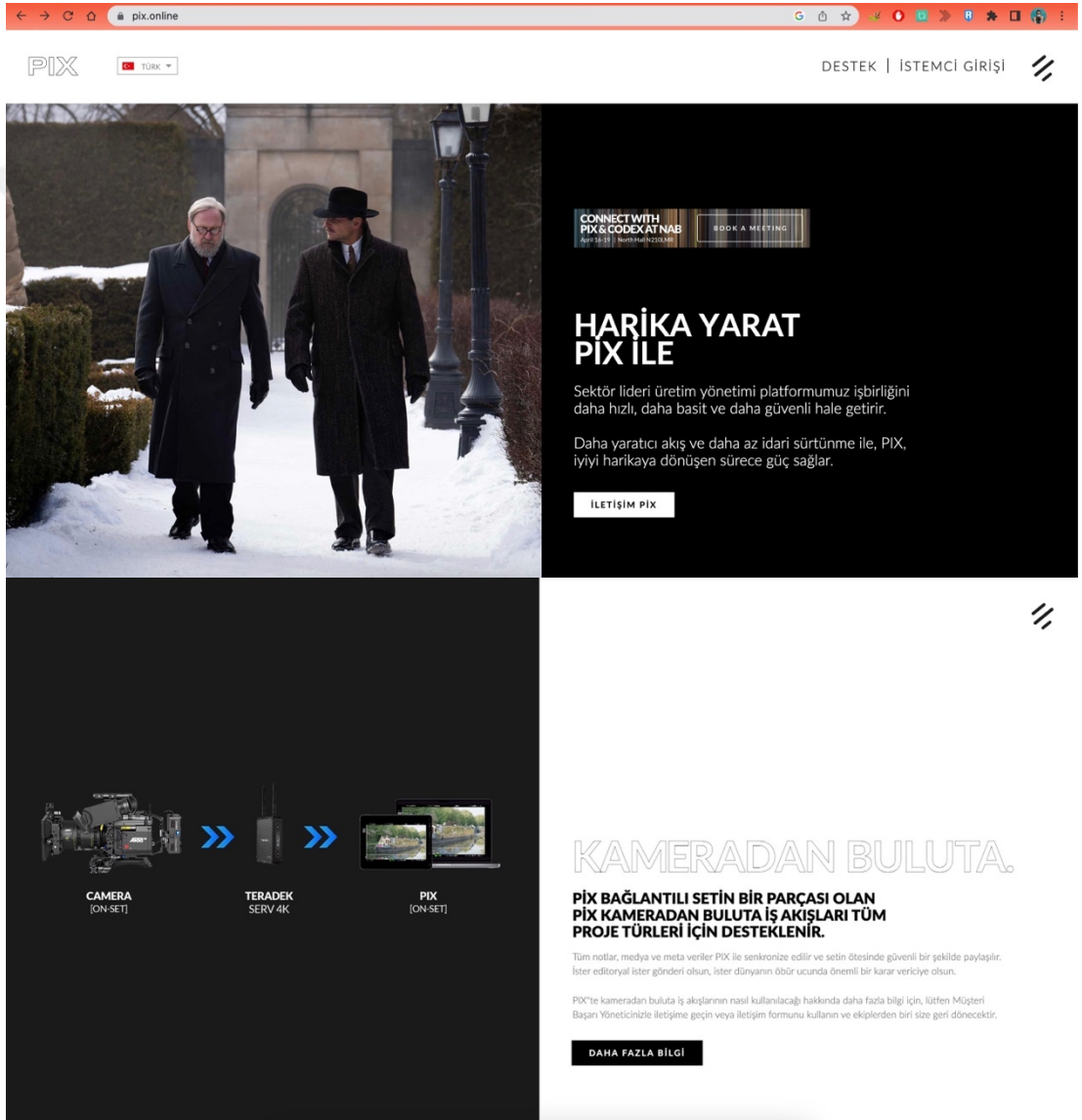
Screenshots iPhone iPad Apple TV



Şekil 57. Pix uygulaması App Store Tanıtım Sayfası (Kaynak: Applestore)

Medya sektöründe dijital platformlara üretilen dizi ve seriyallerde ham görüntülerin izlenmesi için kullanılan, yukarıda görüntüsü yer alan Pix uygulamasının temelinde şifreli bulut sistemi yer almaktadır. Çalışan kişilerin her birinin kendi hesapları olan sistemde post prodüksiyon ekibinden bir kişi gelen ham görüntüleri gerekli bilgileri girerek uygulamanın sistemine yüklemektedir. Ardından gerekli hesaplara, görmesi gereken dosyaları belirleyerek gereken izleme izinlerini vermektedir. Böylece aslında hem ekipte yer alan bazı kişiler hem de üretilen “mal”ın sahibi yani platformun bağlı olduğu en büyük patron o gün açıp ham görüntüyü izleyebilmekte ve yapım şirketine dönüp bazı konularda sorular sorabilmektedir. Tüm ham görüntülere çeşitli kişilerin ulaşabilmesi dijital platformları ulusal televizyon kanallarından ayıran önemli bir farktır. Ulusal televizyon kanallarında da yayın öncesi çeşitli izlemeler mevcuttur, fakat bu plan plan ham görüntüler şeklinde değil sahne

kurgusunu görme şeklinde ya da yayın öncesi bütünü kontrol etmek şeklinde gerçekleşmektedir. Bunun için de Vimeo.com, Whatsapp, Telegram vs. gibi bilinen çeşitli web siteleri ve bulut sistemli çeşitli uygulamalar kullanılmaktadır. Bu konu ile ilgili işleyiş süreci aşağıda anlatılmaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). Aşağıda ekran alıntıları yer alan Pix.online web sitesinden sistemin açıklaması görülmektedir.



Şekil 58. Pix.online Web Sitesinin Görünüşü (Pix.online 2023)

Türkiye’de yönetmen bir “mal”ı yani yapımı izlenebilir hale getirinceye kadar “mal kutsaldır” anlayışı hakimdir. Aslında bu durum yurt dışında böyle olmamaktadır. Yurt dışında iyi bütçe, iyi para verildiği için o paranın karşılığında çekilen mal her gün yetkiye sahip herkes tarafından izlenebilmekte ve sorgulanabilmektedir. Yurt

dışındaki platformlar bu anlayışı böylece Türkiye'ye de getirmiştir. Örneğin o gün çekilen sahnede bir hayvan varsa, yurt dışındaki o platformun hayvan sorumlusu da o gün çekilen sahnenin içeriğinde hayvanın nasıl çekildiğini kontrol edebilmekte ve eğer uygun bulmazsa o sahnenin revizyonunu isteyebilmektedir. Böylece aslında projede söz hakkı olan herkes gerekli revizyonlarını verebilmekte, bu şekilde proje evrilerek sonuçlanmaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Ulusal televizyon kanallarındaki yapımlarda ise dijital platformlardaki bulut sistemi ve revizyon süresi biraz daha farklı ilerlemektedir. Ama sonuçta projelerin nerede yayınlanacak olursa olsun bir teslim zamanı bulunmaktadır. Fakat post prodüksiyondaki bu süreç ulusal televizyon kanallarındaki yapımlarda daha hızlı işlemektedir.



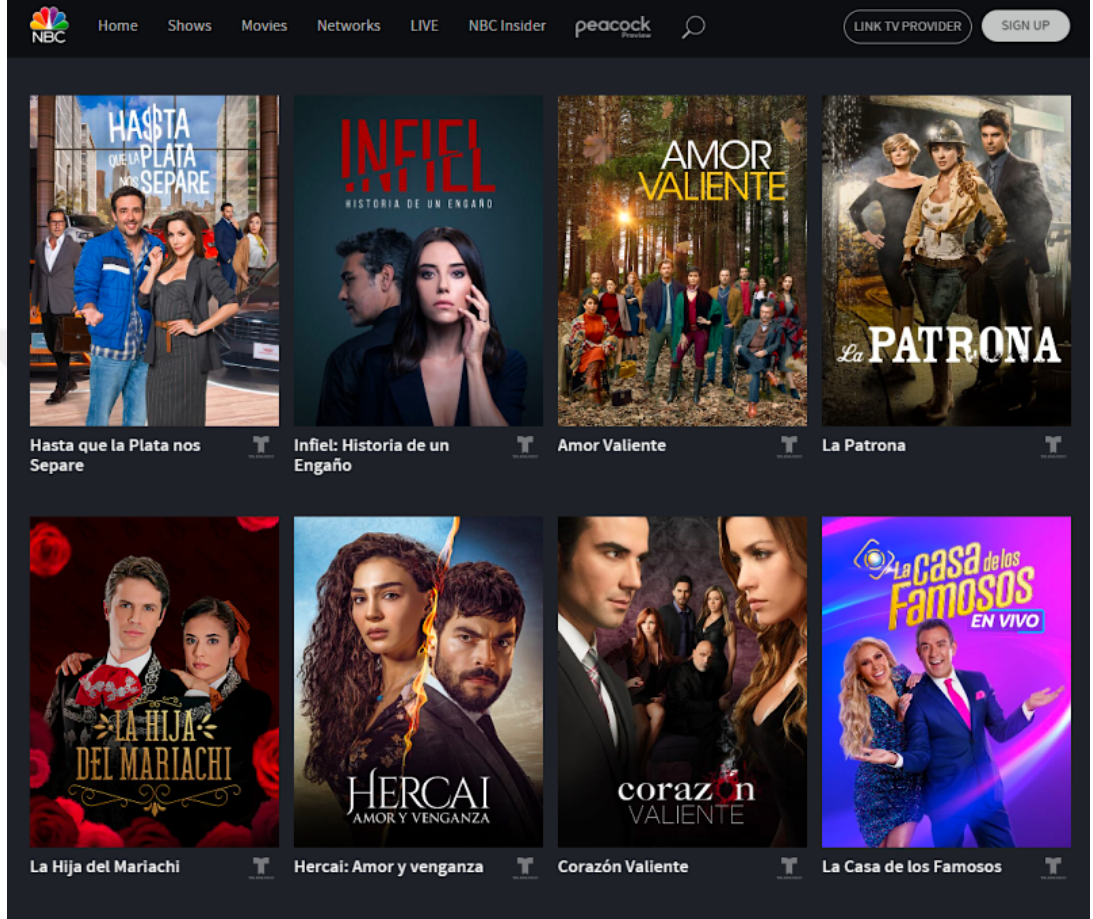
Şekil 59. Profesyonel Post Prodüksiyon Kurgu Stüdyosu (AVID Media Composer Sistemli)
(Görsel Orijinaldır, 08.10.2018)

Çekilen görüntüler her gün tüm yapımlarda olduğu gibi post prodüksiyon stüdyosuna gelmektedir (kısaca posta gelir denmektedir). Ses eşlemeleri asistan

tarafından yapıldıktan sonra ulusal televizyon kanalları için üretilen yapımlar post prodüksiyon aşamasında önce kurgu asistanları kaba kurguyu yapmakta, ardından editör (şef kurgucu) ince kurgusunu yapmaktadır. Sahne ya da sahneler tamamlandıktan (gerekirse vfx yapılır) sonra yönetmenle revizyon yapılmakta ve ardından yapımcının onayına sunulmaktadır. Bazı durumlarda yayınlanacak kanal yetkilisinin de revizyonları olabilmektedir. Rtük notları da tamamlandıktan sonra ses efekt ve miksaj, renk düzeltme ve derecelendirme, kaset basımı gibi süreçlerden sonra bant yayına hazır hale gelmektedir. Dijital platformlara üretilen yapımlarda bu süreç ham görüntülerin birçok yetkili tarafından bilinmesi sebebiyle daha revizyona açık ve daha uzun süren şekilde yapılmaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Telif hakları, küreselleşmenin yaygınlaşması ve gelişmesi ile birlikte, internet altyapısının birçok noktada hayata dahil olmasıyla beraber daha önemli hale gelmiştir. Çalışan ve üreten kişiler için telif gelirleri önemli kaynaklardan biri olarak görülmektedir. Yakın bir zamana kadar yurt dışı satışı diye bir durumun olmadığı Türkiye’de dizi ve seriyal sektöründe artık bu durum önemli bir kalem olarak düşünülmektedir. Bu durumun gelirlere ne kadar etki edeceği, kimin ne kadar pay alacağı ise sözleşmelerle alakalı bir durumdur. Eskiden sadece kasedi üretilip kanalın verdiği bütçeyle onu teslim etme şeklinde çalışan sektör artık tamamen farklı bir yola evrilmiştir. Bu konuda da Türkiye’de ulusal kanallara yapılan üretimlerle dijital platformlara yapılan üretimler birbirinden farklılaşmaktadır. Çünkü ulusal kanallar belirli bir bölgeye yayın yapabilirken dijital platformlar ülkeler arası telif anlaşmaları dahilinde yapımları birçok ülkeye ulaştırabilmektedir. Yapısal bu farklılık yapılan sözleşmelere (anlaşmalara) da yansımaktadır. Ulusal televizyon kanallarına yapılan dizi ve seriyallerde telif konusunda eskiye göre birçok değişiklik olmuştur. Sektörün gelişmesi, küreselleşme ve internet ağlarının yaygınlaşması ile birlikte yurt dışı satışları artmış ve bu büyük bir gelir olarak görülmeye başlamış; yapımcı, yönetmen, oyuncu, müzisyen ve o yaratıcı kısımda olan herkes yurt dışı satışlarıyla ilgili haklar talep etmeye başlamıştır. Bu durum ve oranlar projeden projeye, yapılan anlaşmalara göre değişmektedir. Hatta günümüzde önemli yayın portallarından biri olan Youtube’da da yayına konan dizi ve seriyallerden elde edilen gelirlerden dahi hak isteyen kişiler bulunmaktadır. Soundtrack hakları gibi müzik hakları göz önüne

bulundurulduğunda yaratıcı ekiplerin doğan telif haklarını talep etmesi günümüzde kaçınılmaz olarak görülmektedir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

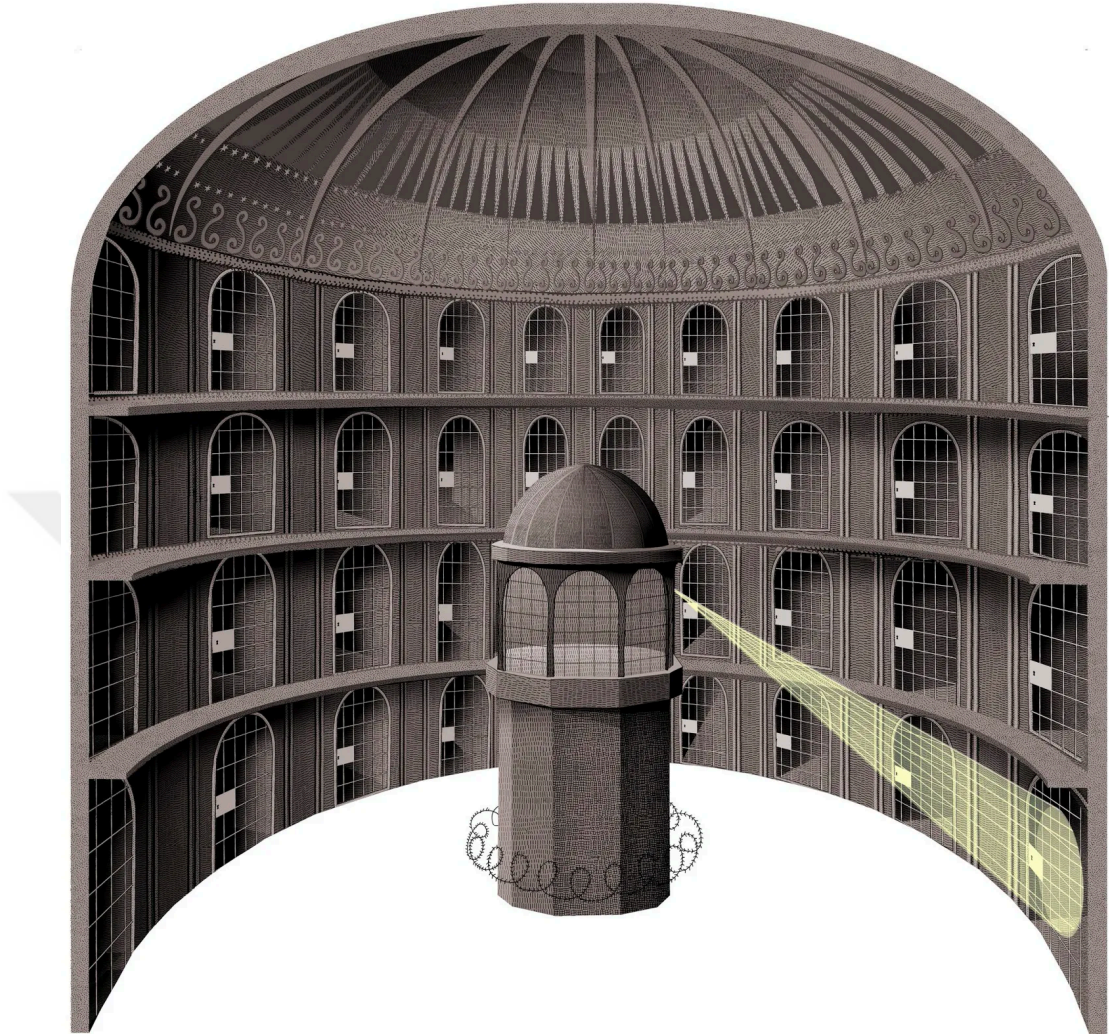


Şekil 60. Ulusal Kanallarda Yayınlanan Bazı Yapımların NBC Kanalının Web Sitesindeki Görünümü (Demir 2022)

Dijital platformlar ise bu konuda ayrılmaktadır. Dijital platformlara üretilen dizi ve seriyelerde platform tüm haklarını kendi almaktadır. Yani dijitaler aslında üreten firmaya sadece bir yapım firması gözüyle bakmaktadır. İşi onun adına bir yapım firması yapmakta, yayınlayacak platform kurumsal kimliğiyle üretimin ilk başından son gününe kadar “malın sahibi benim” baskısını yapım firmasına çok net hissettirmektedir. Ulusal kanallarda yapılan üretimlerde herhangi bir kanal işi yapım firmasına yaptırırken bu denli bir patron söz hakkı olmamaktadır. Kanalın kendi vizyonuna uygunluğu ile ilgili bazı istek ve revizeler dışında RTÜK konusunda uygunluklar gibi durumlarda müdahale etmesi hariç dijital platformlarda olduğu gibi bir patron baskısı görülmemektedir. Dijital platformlarda sette ya da bantta görülecek

bir sorunun aslında platformun kurumsal kimliğine zarar vereceği düşüncesiyle yapım firmasının üzerinde bir patronaj baskısı ya da desteği kendisini, kişinin algılamasına göre değişecek bir hissiyatla, genel olarak hissettirmektedir. Yol arkadaşlığı olarak görülen bir durum olan bu çalışma sistemi kimi zaman yararlı olmakla birlikte kimi zaman bazı ekipler için zor durumlara sebep olabilmektedir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Yukarıdaki paragrafta bahsedilen durumun bir sonucu olarak uluslararası dijital platformlarda şikayet hattı diye bir servis yer almaktadır. Kendi kurumsal kimlikleriyle Türkiye'ye gelen bu dijital platformlar, kendi içlerindeki doğal süreçleri Türkiye'deki yapım süreçlerine de adapte etmeye başlamışlardır. Marka bilinirliği ve kurumsal kimliklerinin standartını koruması amacıyla da olan bu servisler çeşitli mobbing ve kazaların olmasını engellemek amacıyla çalışmaktadır. Örneğin Türk kültüründe oldukça görülen küçük yaştaki çocukların dokunularak ve güzel sözlerle sevilmesi yurt dışı platformlarına yapılan yapımlardaki setlerde mümkün değildir. Bu konu sadece çocukla sınırlı olmamakla birlikte hayvanları da kapsamaktadır. Ayrıca bu örneğin dışında ekipler arasındaki hiyerarşik yapının daha düzenli, sınırlı ve saygılı olması için de bu servis, dijital platformlar tarafından önemsenmektedir. Fakat bu servis sadece genel anlamda bir şikayet servisi değildir. Hak ve hukuk konusunda zayıf olduğu belirtilen Türk medya çalışanları bu hattı gereksiz de arayabilmektedir. Aslında silsile yolunun bozulması amacıyla olmayan bu servisin çalışanlardan beklentisi; sorunların amirlerle, amirle olmuyorsa bir üstüyle, onla da olmuyor ve sorun çözülmiyorsa platformun şikayet hattı birimiyle çözülmesi şeklinde çalışmasıdır. Fakat Türkiye'de “*yemek kötü*” gibi şikayetlerle de bu hat aranabilmektedir. Bu durumlarda yapım firmasına giden cümle ise “*biz böyle bir şikayet aldık, siz buna dönüp bir bakın, fakat aslında bu şikayetin bize gelmemesi lazım*” şeklinde olmaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). Sağlıklı bir çalışma ortamını sağlamaya destek olması amacıyla çalışan bu servis dikkatle incelenecek olursa aslında Jeremy Bentham'ın bahsettiği ve Michael Foucault'un geliştirdiği “Panaptikon” isimli iktidarın gözetimini anlatan modelini andırmaktadır (Ulutaş ve Aydın 2018, 2).



Şekil 61. Panaptikon Modeli Görselleştirilmesi (Blander 2020)

Ulusal televizyon kanallarına üretilen yapımlar ile dijital platformlara üretilen yapımlar arasında prodüksiyon ve muhasebe açısından da farklılıklar bulunmaktadır. Sette bütçenin verdiği imkanlar dahilinde işin çekilmesini sağlayan kişi olan Line Producer yapım firmasının ekibinde yer alan kişidir. Dijital platformların yapım ekibinde yer alan bu kişi ile bütçe akışı sağlanmaktadır. Dijital platformlardaki bütçe yapısı ulusal platformlardakinin aksine açık bütçedir. Yani dijital platformdaki yetkililer, line producer ile dağıtılan payları bu açık bütçe sistemi sayesinde kalem kalem görmektedir. Ayrıca dijital platform yetkilileri her bireyin ne kadar kazandığını, hangi birime ne kadar bütçe ayrıldığını bu sistem ile bilmektedir. Dijital platformlara üretilen yapımların prodüksiyonlarında her şey belgeli bir şekilde harcanmaktadır. Belgesiz harcama kesinlikle kabul edilmemektedir. Türkiye’deki medya sektöründeki

Üretim geleneklerinde ve ulusal televizyon kanallarına üretilen yapmların prodksiyonlarında bazı işler belgesiz ya da makbuz imzalattırılarak yapılmaktadır, fakat dijital platformlarda bu mümkün değildir. Ayrıca sigorta konusunda da dijital platformlarda sigortasız kimse alıştırılamamaktadır. Ulusal televizyon kanallarına yapılan yapımlarda da ekiplerin sigortalarına önem verilmektedir fakat hamallık gibi geçici çalışan gerektiren işlerde günlük yevmiyeli kişiler çalıştırılabilmektedir. Dijital platformlarda bu durum da mümkün değildir, bu da Türkiye’de bu gibi noktalarda işleri zorlaştırmaktadır. Geçici çalışanla çözülebilecek bir taşıtma işi bazen yapılamayacak duruma gelmektedir. Dijital platformlarda yetkililerin her kalemi görebilmesi ve inceleyebilmesi sebebiyle kişilerin sigortalanma ve maaş miktar gösterimleri de olması gerektiği gibi anlaşılan birim ücret üzerinden yapılmaktadır. Yasal creti düşük gösterip devlete olan ödemeleri azaltıp kalanının elden ödenmesi şeklinde giden medya sektörü sorunu, dijital platformlarda ortadan kalkmıştır. Ulusal televizyon kanallarına üretim yapan firmalarda ise bu sorun tam olarak çözülememiştir. Ulusal televizyon kanallarına üretilen yapmlardaki prodüksiyonlarda ise tüm riskler ve kurallar, yapmcının ve dolayısıyla yapım firmasının sorumluluğundadır. Televizyon kanalı sadece gelen bantla ilgilenmektedir. Bu süreçte kimin hangi kaşeyi aldığını ya da neye ne kadar para harcadığıyla ilgilenmemekte, bu konular herhangi bir denetim alanına girmemektedir (inelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Dijital platformların birbirinden farkları olsa da gerek Türkiye’dekilerin gerekse uluslararası dijital medya platformlarının, kendi içlerinde bazı kuralsal farklılıklar olsa da, genel olarak bakış açıları benzerdir (inelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). Fakat dijital platform ve ulusal kanal yapımları diye farklılıklar olması çok temel problemlerden biridir. Dijital platformların Türkiye’ye getirdiği kurallar, yine diğer meslek gruplarından fazla emeğe tekabül etse de, sektörün tümünde uygulanmalıdır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE DİZİ VE SERİYAL ÜRETİMİNDE SEKTÖREL SORUNLARIN TESPİTİ VE ÖNERİLERİN TARTIŞILMASI

İkinci bölümde güncel üretim süreci, yayın mecrasına göre süreçlerde oluşan farklılıklar ve sebep oldukları problemlerden bahsedilmiştir. Bu bölümde ise ekiplerin görevlerine değinilecek, iş tanımlarına ve gerek sektörel gerekse hiyerarşik yapıda yaşanan sorunlar araştırılarak tespit edilecek ve tartışılacaktır. Bu bölümde sahadan elde edilen veriler derinlemesine görüşmeler ve gözlemlerle elde edilmiştir.

Bu çalışma için toplam 9 saat 58 dakikalık derinlemesine görüşme yapılmıştır¹¹. 1 kişiyle e-posta yoluyla, 24 kişiyle yüz yüze derinlemesine görüşülmüş, toplam 196 sayfa¹² deşifre¹³ elde edilmiştir. Tezin Ek1¹⁴ ve Ek2¹⁵’sine iki görüşmenin deşifresi, tezin kılavuzda yer alan stiline uygun şekilde eklenmiştir.

Problemleri ve araştırmanın konuları doğrultusunda en uygun yöntemler derinlemesine görüşmeler ve gözlemler, ayrıca sektör deneyimleri olarak görülmüştür. İkinci bölüm ve üçüncü bölüm için ek veri elde etmek amacıyla dizi ve seriyal sektöründe genel koordinatör ve uygulayıcı yapımcılık yapan Nedim Çinelioğlu’na giriş bölümünün beşinci sayfasında yer alan sorulara ek bazı sorular sorulmuştur. Bu sorular aşağıdaki gibidir;

- Yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası aşamaları, ulusal televizyon kanalları ve dijital platformlara üretilen yapımlar için ayrı ayrı, aşama aşama konuşunuz. Günümüzde geçen güncel üretim sürecini ayrıntılı listeler misiniz?
- Line production ile normal prodüksiyon farkı nedir?
- Tüm ekiplerden yapım ekibinin beklentileri nelerdir? Ekiplerin genel tanımlarını yapar mısınız?
- Türkiye’nin üretim sürecine uzun yıllar dahil olan biri olarak geçmişten günümüze değişimlerini iyi ve kötü yönleriyle özetler misiniz?

¹¹ Setteki süre kısıtlaması sebebiyle derinlemesine görüşmeler yapılırken Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo TV ve Sinema bölümü mezunu, medya sektörü çalışanı Elçin Kaya yardım etmiştir.

¹² Times New Roman fontu, 12pt yazı büyüklüğü, standart 2,5 cm kenar boşlukları, 1.5 satır aralığı ile

¹³ Deşifre: yapılan ses kayıtlarındaki konuşmanın konuşmacının ilk harfleriyle cümle başlarında belirtilmesi şeklinde, tüm diyalogun metin dökümü.

¹⁴ Ek1: Nedim Çinelioğlu, Genel Koordinatör, Uygulayıcı Yapımcı.

¹⁵ Ek2: Gökben Şaş, Genel Sanat Yönetmeni Yardımcısı.

Dizi ve seriyaller üretilirken, daha önceki bölümde yurt dışı yapımlarından örneği verilen kişi listesinin Türkiye’de geçerli olan ayrıntılı listesi genel olarak Tablo 17’deki gibidir¹⁶;

Ekip Listesi
Yapımcı
İdari Yapımcı, Genel Koordinatör
Yönetmen
Görüntü Yönetmeni
Uygulayıcı Yapımcı
Yapım Grubu
Yapım Koordinatörü
Yapım Amiri
Mekan Sorumlusu
Prodüksiyon Asistanları
Runnerlar
Oyuncu İlişkileri
Proje Koordinatörü
Proje Koordinatörü Asistanı
Muhasebe Müdürü
Set Muhasebe
Reji Grubu
Yardımcı Yönetmen
Reji Koordinasyon
Şef Asistan
Devamlılık
Time Code
Reji Hazırlık
Kamera Grubu
Kameraman
Focus Pullerlar
Kamera Asistanları
D.I.T
Set Fotoğrafçısı, Set Arka Plan Videocusu (Videographer)

¹⁶ Asistan sayıları projeden projeye göre değişmektedir. Ayrıca ekip listesi de projede projeye değişebilmektedir.

Ses Ekibi
Ses Teknisyeni
Boom Operatörü
Ses Asistanı
Sanat Grubu
Sanat Yönetmeni (Genel)
Sanat Yönetmeni
Sanat Asistanları
Kostüm Grubu
Kostüm Şefi
Kostüm Şef Asistanı
Kostüm Asistanı
Kostüm / Styling Asistanları
Işık Ekibi
Işık Şefi
Best Boy
1.Işık Asistanı
2.Işık Asistanı
Işık Asistanı
Set Ekibi
1.Ekip Set Amiri
1.Ekip Set Asistanları
Hijyen
İş Güvenliği Uzmanı
Paramedik
1.Ekip İçecek Servisi
Panther Operatörü
Panther Asist.
Steadicam Ekibi
Steadicam Operatörü
Steadicam Asistanı
Saç-Makyaj
Makyözler
Saç Tasarım
Kuaför Asistanı
Ulaşım – Kamyonlar - Şöförler
Işık Kamyonu(Liftli)
Jeneratör Aracı 155kw

Kostüm Kamyon
Kostüm Doblo
Kostüm Panelvan
Set Kamyonu
Sanat Kamyonet
Sanat Doblo
Panter
Kamera Aracı
Karavanlar
Sabit Karavanlar
Türk Mutfağı Catering
Catering Yetkili Kişi
Catering Servis Elemanları
Ulaşım - Servisler
Servisler
Ulaşım - V.I.P Araçlar
Wolkswagen Vip 1
Wolkswagen Vip 2
Montaj (Post)
Editörler
Ses Eşleme
Post Prodüksiyon Asst.
Online Opt.
Colorist
Vfx
Diğer Çalışanlar
Senaryo Ekibi
Cast Sorumlusu
Dialekt Koçu
Kamera
Kurgu Stüdyo
Senaryo Tercüme
Işık
Telsizler

Tablo 17. Ever After Seriyali Ekip Görev Listesi (Çinelioğlu, Ever After (İyi Günde Kötü Günde) Ekip Listesi 2021)

3.1. Yapım Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri

Yapım ekibi (prodüksiyon) üretilecek yapımın tüm aşamalarının arka planındaki en önemli ekiplerden biridir. Yapım şirketinin kendi çalışanlarından olabileceği gibi dışarıdan da seçilebilmektedir. Eldeki bütçe ile yapımın sorunsuz yapılmasını sağlayan yapım ekibi genel olarak aşağıdaki çalışanlardan oluşmaktadır;

- **Yapımcı:** Üretimin yapılması için gerekli koşulları sağlamaktadır. İşin başlaması için temel kişilerden biri olmakla birlikte işin denetimini ve finansmanını yapmaktadır. Üretimin her aşamasında üretime dahildir (Şen 2023). Yapımcı olmadan üretim olmamaktadır. Medya üretim hiyerarşisinin en üstünde bulunmakta ve üst düzey organizasyonları sağlamaktadır (Weisenberger 2022). Yapımcı bir hayali satın alan ve bunu hayata geçirmek için gereken bütçe ve ekibi kuran kişidir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).
- **Genel Koordinatör (Line Producer):** Yapımcının onayladığı projenin genel bütçe çalışmasını yapan, alttaki ekipleri oluşturan ve bütçe dahilinde işin çekilmesini sağlayan kişidir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).
- **Uygulayıcı Yapımcı:** Projedeki bütün departmanların belirlenen çerçeveler dahilinde istenilen kalitede iş çıkmasına yönelik çalıştırılmasıyla ilgili bütün şartların hazırlanması, denetlenmesi ve yürütülmesi adına çalışan kişidir. Her departmanın neyi nasıl yaptığını bilmek ve bu durumla ilgilenmek zorundadır (Akkuş 2022). Uygulayıcı yapımcı sette birebir bulunup, bütçenin genel koordinatörün ona verdiği bütçe dahilinde, tüm organizasyonu yönetmektedir. İkili ilişkilerini kullanarak çıkabilecek sorunları önceden sezip o sorunlara müdahale ederek setin programa ve bütçeye uygun bir şekilde çekilmesini sağlamaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).
- **Yapım Koordinatörü:** Ekibe bilgi akışını sağlayan ve genel işleyişi denetleyen kişidir (Şen 2023). Uygulayıcı yapımcının altında bulunup uygulayıcı yapımcıyla birebir bağlı çalışıp rejiye hizmet etmektedir. Reji programının sahada uygulanmasını sağlamaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

- **Yapım Amiri:** Setin bütün genel işleyişine hakim olup callsheet (günlük çekim takvimi) programını yapım ekibi adına işleten kişidir. Sabah oyuncuların gelişini kontrol etmekte ve yapım/prodüksiyon ekibinde hiyerarşik olarak altında kalanların görevlerini eksiksiz yapması için denetim yapmaktadır (Semetli 2022). Yapımın fiziksel durumunu denetlemekte, filmin bütçeye uygun çekilmesinden sorumlu olmaktadır (Şen 2023). Yapım amirleri rejiden gelen programı, yapım koordinatörlüğünün onayladığı şekilde sahada uygulayan kişilerdir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).
- **Yapım Asistanı:** Yapım amirinin asistanlığını yapmaktadır. Amiriyle birlikte rejî ekibiyle koordine çalışmaktadır. Yapım amirlerinin sahada uyguladığı rejî programında amirlerine destek olmaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). İşlerin genel takibinin yanında ekiplerin hiyerarşisinde alt ve ortalarda bulunan kişilerle koordine çalışır. Örneğin sanat ekibinde dekor kurulacaksa dekorların başında durup takibini yapar, yeme-içme işlerini ayarlar, ulaşimleri koordine eder, ihtiyaç-sarf malzemelerini temin eder (Bardakçioğlu 2022).
- **Runner:** Prodüksiyon ekibinde sorumluluk hiyerarşisinde en altta olan görevleri yapan, yapım asistanının altında olan kişidir. Prodüksiyonun bütün getir-götür işlerini ve lojistik işlerini yapmaktadır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).
- **Mekan Sorumlusu:** Yapımda kullanılacak mekanları bulan ve ayarlanmasını sağlayan kişidir.
- **Muhasebe:** Yapımdaki evrak ve bütçe takibini yapan kişidir. Harcanan paranın evraklarını şirketin muhasebesine ulaştırmak ayrıca bütçesinin ne durumda olduğunu hızlı görebilmesi için yapımcıya basit bir bütçe raporu hazırlamak görevleri arasındadır (Keskinkılıç 2022).

Temel yapım-prodüksiyon ekibi çalışanları yukarıda belirtildiği gibidir ve yazılan görevleri yapmaktadır. Yapılan görüşmeler doğrultusunda elde edilen veriler hem hiyerarşik yapı hem de genel sorunlar çerçevesinde gruplanarak kişi bazlı anlatılacaktır. Sıralama yapılırken eğer ekipten birden fazla kişiyle görüşme yapıldıysa

bu görüşmeler hiyerarşik yapıdaki seviyelerine göre yukarıdan aşağıya doğru sıralanacaktır.

Genel koordinatör ve uygulayıcı yapımcılık görevlerinde çalışan Nedim Çinelioğlu ile yapılan görüşmede elde edilen verilerin bir bölümünden genel üretim süreçleriyle ilgili olduğundan dolayı ikinci bölümde bahsedilmiştir.

Çinelioğlu'nun bahsettiği noktalardan biri, sektörde çalışanların kendilerini sürekli geliştirmesi gerektiğidir. Örneğin 3 sene ara verip tekrar çalışmaya başlayan kişi çok farklı bir televizyon ve dijital dünyayla karşı karşıya kalmaktadır. Çünkü her şey çok hızlı evrilip değişmektedir. Eğer kişi kendini geliştirmezse medya sektörü bu kişiyi içinde barındırmamaktadır. Hiyerarşik yapıda kişiler arası tartışmalarda eğer konu işi daha iyi noktaya getirmek ise kişilerin bir ortak paydada buluşabildiğini, fakat saygı çerçevesinin aşılmaması gerektiğini bildiren Çinelioğlu, 18 yıldır sektörde olmasına rağmen toplam 3 yapım şirketine bağlı çalışmıştır. Bu nedenle çok fazla şef değiştirmemiştir. Yeşilçam'dan gelen ağır hiyerarşik düzenin hala var olduğunu fakat evrildiğini söyleyen Çinelioğlu, işin artmasından ve bunun doğrultusunda çalışanların sesini daha özgürce çıkarabilmelerinden dolayı sektörde saygı çerçevesine daha dikkat edilir duruma gelindiğini iletmiştir. Uyum gibi konular sebebiyle asistan gibi görevlere sahip ekip çalışanlarıyla sözleşmeli olarak çalışılamamasından dolayı kimin ne kadar hakka sahip olduğu konusunda çeşitli belirsizlikler bulunmaktadır. Bu durumunda önerilen, sendikaların daha belirleyici bir noktada olması gerektiğidir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Çinelioğlu'na göre genel sektör sorunlarına bakılacak olursa; dijitallerin gelmesi ve Türkiye'nin yaşadığı ekonomik durumla beraber bir bütçe sorunu ortaya çıkmıştır. Kimin kaşesinin ne kadar olduğu konusunda bir belirsizlik bulunmaktadır. Sendikalar bu süreçler sonrasında belli rakamlar açıklasa da bu rakamlar o bütçenin gerçekliği içinde karşılığını bulamayabilmektedir. Çinelioğlu'nun beklentisine göre bu belirsizlikler sebebiyle bir noktada tıkanma ve ardından sektörel bir daralma yaşanacaktır. Yurt dışı kıyaslamalarında İngiltere örneği veren Çinelioğlu, İngiltere'deki gibi bir bütçenin olmadığını fakat Türkiye'de de İngiltere'deki gibi bir çalışma kültürü ve bilincinin de olmadığını altını çizmektedir. Bu durumu zaman kullanımı açısından Türkiye'deki çalışanların zamanı İngiltere'deki çalışanlara göre daha verimsiz kullandığı şeklinde belirtmektedir. Organizasyon zekasının gelişmesi

gerektiğini bildiren Çinelioğlu, bu zaman kayıplarının ulusal televizyonlara üretilen yapımlarda dijitalle göre daha fazla olduğunu söylemektedir. Genel sektör sorunlarından bir diğeri olan ödemeler hakkında Çinelioğlu; ödeme sisteminin doğru ve adaletli olduğunu düşünmemektedir. Bu konuyu farklı dallara ayıran Çinelioğlu'na göre kaşe miktarlarında da bir yanlışlık olduğunu, bazı kişilerin gereğinden çok fazla ücret aldığını söylemektedir. Medya sektöründe bazı çalışanların bir cerrah parası kazandığını bildiren Çinelioğlu, bunun bu belirsiz düzenden kaynaklı olduğunu bildirmektedir. Ayrıca sadece zaman yönetimi değil İngiltere ile Türkiye'de aynı görevde çalışan kişilerin mesleki yeterlilik olarak da aynı olmadıklarını bildiren Çinelioğlu, kendi dahil olmak üzere çalışanların Türkiye'deki görevini İngiltere'de yapamayabileceğini söylemektedir. Ödemelerle ilgili bir diğer durum ise ödeme periyodudur. Türkiye'de bu durumun sorunlu olduğunu bildiren Çinelioğlu, ulusal televizyonlara üretilen yapımlarda çalışan kişilerin ön hazırlık aşamasında gereken ücreti alamadıklarını, haftalarca para alınmayan bir süreçten şimdilerde haftalık yarım kaşe gibi sistemlere doğru yine sorunlu bir sürece geçildiğini bildirmektedir. Çinelioğlu'na göre en doğru olan, ulusal kanallara üretilen yapımlarda da dijitalde olduğu gibi ödemelerin haftalık tam kaşe olmasıdır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

BİLGİLENDİRME

Emek bileşenleri (ekip oluşumları), sendikamız çatısı altında ve kolaylaştırıcı pozisyonu eşliğinde, 2022 & 2023 taban ücretlerine ve iyileştirme oranlarına, kendi içinde aynı işi yapan üye meslektaşlarıyla karar vermiştir.

Sendikamız çatısı altında Temmuz ayına kadar, taban ücretlere yapılacak iyileştirme oranı için kalıcı formül belirlenecek, taban ücretlerle ilgili ekipler içi ve ekipler arası ücret dengliği çalışması yürütülecek ve taban ücretin üzerinde alınacak ücretlerle ilgili kriter araştırması yapılacaktır. Bu üç çalışma için uzmanlardan görüş alınacak ve Avrupa'dan örneklerle bakılacaktır.

Ücretlere minimum % 35 ve üzerinde iyileştirme...

#BirlikteDahaGüçlüyüz

SİNEMA TELEVİZYON SENDİKASI

Şekil 62. Sinema TV Sendikası 2023 Yılı Ücret-Kaşe Uyarıları (Sinema TV Sendikası 2023)



Şekil 63. Sinema TV Sendikasına Göre Medya Sektöründeki Dernekler
(Sinema TV Sendikası 2023)

YAPIM & PRODÜKSİYON EKİPLERİ		YAPIM & PRODÜKSİYON EKİPLERİ	
TELEVİZYON DİZİSİ - HAFTALIK ÜCRETLER		GLOBAL / SİNEMA / DİJİTAL PLATFORM PROJELERİ	
		HAFTALIK ÜCRETLER	
Yapım Koordinatörü	: 15.500 TL	Unit Production Manager /	
Yapım Sorumlusu	: 11.500 TL	Production Manager /	
Yapım Amiri	: 10.000 TL	Yapım Koordinatörü	: 17.000 TL
(Prodüksiyon Amiri)		Mekan Sorumlusu	: 14.000 TL
Mekan Sorumlusu	: 10.000 TL	Yapım Koordinasyon	: 11.000 TL
1.Prodüksiyon Asist.	: 7.250 TL	Transportation Mngr.	: 10.000 TL
2.Prodüksiyon Asist.	: 6.250 TL	(Ulaşım Sorumlusu)	
3.Prodüksiyon Asist.	: 5.750 TL	1.Prodüksiyon Asist.	: 9.000 TL
Runner	: 5.000 TL	2.Prodüksiyon Asist.	: 8.000 TL
Yapım Mali İşler	: 6.000 TL	3.Prodüksiyon Asist.	: 7.500 TL
YKP & YEP tarafından ortak belirlenen taban ücret rakamları,		4.Prodüksiyon Asist.	: 6.500 TL
1 Şubat itibarıyla yeni başlayacak projeler için geçerlidir.		Runner	: 5.500 TL
Taban ücretlere yapılacak iyileştirme, Temmuz ayında yeniden		Yapım Mali İşler	: 6.000 TL
değerlendirilecektir.			

Şekil 64. Yapım Koordinatörleri Platformuna Göre Yayınlanacak Yere Göre Haftalık Taban Ücretler
(Yapım Koordinatörleri Platformu 2023)

Genel sektör sorunlarından bir diğeri olan çalışma saatleri konusunda genel olarak günde kahvaltı ve yol süreleri hariç 12 saat, haftalık 5 ya da 6 gün çalışma prensibinin medya sektörü tarafından benimsendiğini belirten Çinelioğlu, bu çalışma saatlerinin bazı şartlarda esnetilebildiğini, dijital platformların bu esnemeyi istemediğini, ulusal kanallarda ise kanaldan kanala değişerek bu saatlerin esneyebildiğini, daha uzayabildiğini söylemektedir. Ayrıca çalışma yaşlarıyla ilgili de

yurt dışına göre farklılık bulunan Türkiye’deki medya sektöründe, sistem kişiyi bir üst göreve ekonomik açıdan yükselmek zorunda bırakmaktadır. Herkesin yeterliliğe bakılmaksızın yükseldiği sektörde hiyerarşik yapıda üst görevlere gelindiğinde işsiz kalabilme durumları olmaktadır. Çalışanların kendine iyi bakması gerektiğini savunan Çinelioğlu’na göre kişiler masa başı iş yapmadığının farkında olarak sektöre atılmayı tercih etmelidir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023).

Çinelioğlu’na göre yukarıda ve ikinci bölümde bahsedilen sorunların düzelmesi için sektörün büyük oyuncularını yani yapımcılar ile sendikaların birbiriyle çok iyi iletişimde olması gerekmektedir. Kişilerin mesleki yeterliliklerinin bir kurala ve sisteme bağlı olması gerektiğini savunan Çinelioğlu’na göre ayrıca devlet denetiminin pek olmadığı medya sektöründe devletin denetiminin olması da, sektör pek yanaşmasa da gerekli olan bir durumdur.

Uygulayıcı yapımcı Türker Akkuş’a göre hiyerarşik yapıdaki ilişkilerde “*bilgi sahibi olmadan fikir sahibi olma*” üstüne bir sorun söz konusudur. Bu durum sonucunun karşılanamayacak vaatler verilmesi problemine yol açmakta ve aslında mesleki yeterliliğin olmamasının bir sonucu olmaktadır. Ayrıca tanıdıkların vasfa layık olmadan işe alınması da yine bu durumun yol açtığı başka bir problemdir. Ast üst ilişkilerindeki bazı sorunlar gözlemleyen Akkuş’a göre bu durum fikir çatışmasından öte ahlaki noksanlıklardan kaynaklanmaktadır. Akkuş bu sorunların çözülmesi için ise ilkokuldan başlayan bir hak ve hukuk eğitimi alınması gerektiğini bildirmektedir (Akkuş 2022).

Genel sektör sorunlarından seviyelendirme, Çinelioğlu’nun belirttiği gibi, Akkuş’a göre de en önemli sorunlardan biridir. Bu ve diğer benzeri sorunların çözülmesi için ise sendikaların düzgün çalışması gerekmektedir. Sendikaların yargı makamı değil, örgütlenme ve hak koruma makamı olduğunu bildiren Akkuş meslektaşlarıyla ilk örgütlenmeyi yaklaşık 20 yıl önce yapmaya çalışsa da bu konuda başarılı olamamıştır (Akkuş 2022).

Yapım amiri Arda Semetli’ye göre ulusal televizyon kanallarındaki sınırsız çalışma saatleri (eski sistem deniyor) hala devam etmektedir. Dijitalerde durum Semetli’ye göre daha düzenlidir. Ast üst ve diğer iş ilişkilerindeki sorunların eski zamanlara göre şu an oldukça azaldığını bildiren Semetli, sorun yaratmadıkça sorun yaşanmadığını bildirmektedir. Örneğin repo günlerinde birinden iş istendiğinde bunun

soruna sebep olduğunu, aslında burada repo gününde iş isteyen kişinin sorun yarattığını söylemektedir. Hiyerarşik yapıdaki sınırların eskiden daha keskin ve sert olduğunu bildiren Semetli, eskiden üst ne derse itirazsız kabul edildiğini fakat günümüzde astın da birey olarak konuşabildiğini söylemektedir. Semetli eskiye nazaran azalsa da günümüzde üslup sorunlarının sektörde hala olduğunu, bu durumun eğitim ve birey olma sürecinde çözülmesi gerektiğini bildirmektedir (Semetli 2022).

Genel sektör sorunları dendiğinde Semetli'ye göre ilk başta gelen sorunlar çalışma saatleri, ekiplerin yemek ve servis hizmetlerinin projeden projeye göre değişmesidir. Ardından kaşe konusuna değinen Semetli'ye göre birçok yapım şirketinde hala kaşe asgari ücret üzerinden gösterilip üstü elden verilmektedir. Bu da insanların geleceğini direkt etkileyen bir durumdur. Ayrıca alınan kaşelerin günümüz ekonomik şartlarında artık cazip olmadığını, bu durumda alttan yeni bireylerin yetişmemesi sorunuyla karşı karşıya kalındığını söylemiştir. Semetli görev tanımlarının sadece kamera ekibinde belki net olduğunu fakat kendi birimlerinde hala net olmadığını bildirmiştir. Ulusal televizyon kanallarında daha küçük ekiplerle daha uzun çalışma saatleriyle çalışıldığını bildiren Semetli'ye göre sorunların çözülmesi için denetlemenin sıkılaşması ve gerekirse devlet eliyle yapılması gerekmektedir. Örnek olarak iş güvenliği uzmanının faturasını yapım şirketinin ödemesi, yani iş vereninin denetlenecek şirketin sahibinin olması, bu devlet mekanizmasının sorunlarından biridir. Ayrıca Semetli şikayet olduğunda Çalışma Bakanlığı'ndan geldiğini ve bu sürecin bir hafta düzeltilip sonra tekrar eski düzene geri döndüğünü de bildirmektedir. Mesleki yükselmede bir piramit sistemi olduğunu söyleyen Semetli, bu sistemde de sorunlar var olduğunu, örneğin kırk yaşındaki prodüksiyon asistanının üstündeki yapım amirinin yirmi üç yaşında olabildiğini ve bu durumun da çeşitli sorunlara sebebiyet verebildiğini söylemektedir (Semetli 2022).

Yapım asistanı Onur Bardakçioğlu'na göre de iş tanımlarının sınırları net değildir. Kişilerin görevleri tam belli olmadığından ve diğer çalışanlar bu görevleri bilmediğinden, birbirlerinden istenmemesi gereken görevler talep edilebilmektedir. Prodüksiyon asistanları ve runnerların şoförlük bile yaptığını bildiren Bardakçioğlu, bu işin aslında mesleği şoförlük olan kişiler tarafından yapılması gerektiğini söylemektedir. Hiyerarşik yapıda “*kovalım başkası gelir*” mantığının hala olduğunu ileten Bardakçioğlu, hiyerarşik yapıdaki yüksekliğine göre muamele görme

durumunun sektörde var olduğunu söylemektedir. Bu durumların bir sonucu olarak mobbing konusu gündeme gelmektedir. Sorunların çözümü için ise insanlar arasındaki ikili ilişkilerin, sınırı aşmadan “*abi-kardeş*” şeklinde olması gerektiğini bildirmektedir (Bardakçioğlu 2022).

Genel sektör sorunlarına bakıldığında Bardakçioğlu’na göre bunlar; repo günlerinde çalışma (belirli işler yapılması, telefon trafiği vb.), çok uzun çalışma saatleri, sette saatlerin programlanmasında sorunlar olması, ekip bütçelerinin, çalışan sayılarının ve kâşelerin yetersizlikleri (özellikle ulusal televizyon kanallarına üretilen yapımlarda), yol süresinin çalışma saatine dahil edilmemesi, yemeklerin kalitesizliği, mesleki yeterliliğin belirsizliğidir. Bu sorunların çözümü için ise Bardakçioğlu sendikanın daha verimli çalışması ve yapımcıların da çalışanlar için daha olumlu şartlar oluşturabilmesi için çalışma yapmaları gerektiğini bildirmiştir (Bardakçioğlu 2022).

3.2. Reji Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri

Reji ekibinin görevleri yönetmene destek olmak ve çekim programındaki her günün sorunsuz ve aksamadan geçmesini sağlamaktır (Keizer 2023). Yapım ekibinin reji ekibinden beklentisi senaryonun düzgün bir programla, sağlıklı bir şekilde çekilmesini sağlamasıdır (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). Yönetmen, yapımcı gibi çizgi üstü denilen ekip hiyerarşisinde yer alsa da reji ekibi ona bağlı olduğundan görevlerinden bu başlıkta bahsedilecektir.

- **Yönetmen:** Yönetmenin görevi hikâyeyi anlatmaktır. Tüm üretim süreci boyunca verilmek istenen mesajın net bir şekilde iletilmesini sağlamaktır. Renk, saç, makyaj ve diğer verilen tüm kararlar hikâyeyi anlatmaya yardımcı araçlardır (Ogun 2023). Yönetmen, oyuncu kadrosu dahil tüm ekibin ne yaptığını bilmelidir, çünkü bu süreçte güven ilişkisi kurmak önemlidir. Ayrıca yönetmenin gerekirse hesap vermesi gereken bir yapım firması ya da yayıncı kuruluş bulunmaktadır. Üretimini yaparken tüm bunları göz önünde bulundurmalıdır (Tonderai 2023).
- **Yardımcı Yönetmen:** Projenin üretim sürecinin başından en sonuna kadar yapım tarafıyla iletişimde olan ve bütün ekiplerin tam merkezinde olup bir projenin aksamadan gerçekleştirilmesi için gerekli konuşmaları ve

organizasyonları yapan, hiyerarşik sıralamada üstlerde bulunan, yönetmenle koordineli çalışan yardımcısıdır. Reji grubunun başı olmakla birlikte diğer ekipler için “*ekipler amiri*” olarak da geçmektedir. Reji ekibinde gereken kişi sayısını, projenin büyüklüğüne göre belirlemek yine yönetmen yardımcısının görevidir (A. B. Kılıç 2023). Setin tüm işleyişini ve programı, yapımla ve kendi asistanlarıyla organize etmektedir. Yaratıcı ekibin beyni yönetmen ise yöneticisi yardımcı yönetmen olarak görülmektedir (Alkan Kırıcı 2023). Eski sistemde setin ikinci yönetmeni olarak geçen yönetmen yardımcısı, yurt dışındaki ekiplerde de bazı ayrıntı çekim gibi planları, yönetmenin zamanını daha verimli kullanması adına çeken kişidir. Fakat yeni sistemde bunun için ikinci yönetmen diye bir görev bölümü açılmıştır. Böylece aslında oldukça fazla sahneyi (kimi zaman senaryonun yarısından fazlası) daha uygun kaşeye ikinci bir yönetmene çektiren bu sistem ortaya çıkmıştır (A. B. Kılıç 2023). Ayrıca Sinema Televizyon Sendikası’na göre birinci yönetmen yardımcısının tanımı şu şekildedir: “İSG ve çevre koruma önlemlerini uygulayarak, kalite gereklilikleri çerçevesinde, iş organizasyonu yapan, sinema, dizi, belgesel, klip, reklam ve kısa filmi projelerinde film çekimi hazırlığı ve organizasyonunu yaparak film çekimini yürüten ve mesleki gelişime ilişkin faaliyetleri yürüten nitelikli kişidir. Meslek genel olarak Dünyada “First AD” (First Assistant Director) olarak da adlandırılır.” (Sinema Televizyon Sendikası, Birinci Yönetmen Yardımcısı (Film) 2017)

- **Reji Koordinasyon:** Ekibin ve oyuncuların programdan haberdar olmasını sağlamak temel görevidir. Günün işleyişinde gerekli olan tüm oyuncu, ekip ve malzemelerin sette olması gereken zamanda olduğundan emin olmak ve bütün bu süreçte kişilerle birebir iletişimde olmak zorundadır (Alkan Kırıcı 2023). Oyuncularla iletişim kurulması, gereken e-postaların atılması, ekiplerin organizasyon iletişimlerinin sağlanması ve ileri tarihli yapılan programların ekiplerle birlikte konuşulması yine reji koordinasyonun işidir (A. B. Kılıç 2023). Yardımcı yönetmenle birlikte günlük çekim takviminin¹⁷ (programının) çıkarılmasını sağlar.

¹⁷ Callsheet.

- **Devamlılık Asistanı:** Sahne içi veya sahneler arası dekor, aksesuar, kostüm, saç ve makyaj bağlantılarını tutar. Sahne içindeki oyuncuların hareket ve sahneler arası duygu devamlılığını sağlar (Alkan Kırıcı 2023). Yine altındaki asistanların denetiminden sorumludur. Ayrıca senaryo içindeki mantık ve tarihsel devamlılıkla da ilgilenir. Devamlılıktan sonrası büyük (şef) asistanlığa geçiş aşamasıdır (A. B. Kılıç 2023).
- **Timecode Asistanı:** Sette çekilen plan görüntülerinin sayısal olarak kaydını tutan kişidir fakat bunun yanında ekiplere göre laf takibi yani söz devamlılığını da sağlayan kişidir. Ayrıca hazırlık tarafına da yardımcı olur (A. B. Kılıç 2023). Devamlılık asistanıyla birlikte oyuncunun saç, makyaj ve kostüm devamlılığını da tutar. Sahne içindeki laf karşılıklarını hatırlatır ve varsa telefon konuşması karşılıklarında diyalogları seslendirir. Yönetmenin onay verdiği planları ve sahne içi notlarını alıp (bkz. Tablo 19) bunları kurgu ve diğer post prodüksiyon ekipleriyle paylaşır (Alkan Kırıcı 2023).
- **Hazırlık Asistanı:** En alt basamaktaki asistandır. Oyuncuların sete hazırlanmalarıyla ilgilenir. Oyuncular kostümlerini giyerken diğer ekiplerle iletişim sağlar ve kostüm, makyaj devamlılıklarıyla ilgili diğer kişilere bilgi verir (A. B. Kılıç 2023). Özetle oyuncunun sete gelip sahneye girdiği anına kadar tüm kontrol hazırlık asistanındadır. Oyuncuyu sahnenin gerektirdiklerine göre hazırlar (Alkan Kırıcı 2023).

YÖNETMEN:		TARİH: 4.9.18
YAPIM:		ÇEKİM GÜNÜ:
PROJE:		SAYFA: 1
		SAHNELER:

SAHNE	PLAN	TEKRAR	KART	KLİP	LENS	AÇIKLAMA	ONAY	SAHNE	PLAN	TEKRAR	KART	KLİP	LENS	AÇIKLAMA	ONAY
52	1	1	A042	1		Dimmylip - Geniz	+	52	1	1	B050	1		KOL - Toplu	+
"	1	2	"	2		"	-	"	1	2	"	2		"	-
"	2	1	"	3		Dimmylip - Geniz	+	"	2	1	"	3		KOL - Toplu	+
"	2	2	"	4		"	+	"	2	2	"	4		"	+
"	3	1	"	5		SAR40	+	"	3	1	"	5		KOL	+
"	4	1	"	6		SAR40 - 'in gelişi	-	"	4	1	"	6		KOL - 'in bisikletlere çarpış	-
"	5	1	"	7		SAR40 - 'in Gelişi (50 kare)	+	"	5	1	"	8		KOL - 'in bisikletlere çarpış (50 kare)	+
"	6	1	"	8		" geldi iste... (40 kare)	+	"	6	1	"	9		" geldi iste... (40 kare)	+
"	7	1	"	9		(50 kare)	-	"	7	1	"	10		(50 kare)	-
"	7	2	"	10		(50 kare)	+	"	7	2	B051	1		(50 kare)	+
"				11		B05 KLİP									

Tablo 19. Time Code Notları, Post Prodüksiyona İletilen (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Yardımcı yönetmen Ahmet Burçin Kılıç'a göre iş tanımının sınırlandırmasındaki temel sorun Türkiye'de rejî ekibinin sınırlarının ortalama bir şekilde belli olması fakat bu sınırların olması gerekenden çok fazla görev içermesidir. Sınırın genişliği Kılıç'a göre o kadar büyüktür ki yardımcı yönetmenin yapmaması gereken bir sürü işi kişi yapmak zorunda kalmaktadır. Herhangi bir ekibin yaptığı bir hatanın sorumlusu ya da cevap vereni yine yardımcı yönetmen olmaktadır (A. B. Kılıç 2023). Bu durumla ilgili Sevgi Alkan Kırıcı da *“Rejî ekipleri genel olarak setlerin günah keçileridir. Herkesin yaptığı tek bir iş varken rejî ekipleri tüm bu birimlerin kontrol edildiği merkezdir”* diyerek Kılıç'la aynı fikri belirtmiştir (Alkan Kırıcı 2023). Production Designer'ın karar vermesi gereken aksesuarlar vb. konularda da yine yardımcı yönetmene sorumluluk yüklenmekte, fakat bu konuda yardımcı yönetmenin direkt muhatap değil, yardımcı olması gerekmektedir (A. B. Kılıç 2023).

Kılıç'a göre hiyerarşik yapıdaki sorunların temelinde egonun sınırlarının aşılması bulunmaktadır. Medya mesleğinde çalışanların belirli bir düzeyde egosunun hali hazırda olması gerektiğini savunan Kılıç'a göre bu durum aşıp kimi zaman mobbinge dönüşebilmektedir. Bazı kişilerin yükselmek için birine muhtaç olarak görülmesi durumunun da mobbinge yol açtığını bildirmektedir. Ayrıca bir birime yeni başlayan kişilerin *“ya dur bakalım sen de yeni başladın”* gibi cümlelere maruz kaldığını da iletmektedir. Kılıç, kişilerin yaşlarının genç olması ya da kişinin genç göstermesinin daha üst görevlerde yer alanlar için sorun sebebi olduğunu söylemiş, alt basamakta çalışan kişilerin mesleki yeterlilik sorgulamaya çalıştığını ve bu konularda bizzat kendisinin de problem yaşadığını iletmiştir. Bu tarz sorunların düzelmesi için mesleki yeterlilik sınavları yapılması ve bu konuda sendika sisteminin ciddi bir yasal zemin üzerine oturtulması gerektiğini bildirmiştir. Sendikanın şu anki durumunda siyasal ya da kurumsal bir desteğinin ve denetlemelerin olmaması sebebiyle sorunların çözülmediğini, mesleki yeterliliğin belirsizliği nedeniyle problemlerin olduğunu söylemiştir. Yurt dışı platformlarla gelen bazı sektörel düzelmeleri, yurt dışı firmalarının Türkiye temsilcilerinin Türk olması sebebiyle, bu kişilerin bozmaya çalıştığını da gözlemlemiştir (A. B. Kılıç 2023).

Genel sektör sorunlarına farklı bir noktadan değinmeye başlayan Kılıç'a göre kişilere yaptığı işin seviyesiyle alakalı imtiyazlar sağlanmaktadır. Örneğin önemli oyuncular için karavan, ekibe gölgelik alan yapması için şemsiye açılırken yardımcı

oyuncular sıcak havalarda güneş altında bekletilmekte hatta bu kişilere su dağıtımı gibi basit bir durumda bile hala sorunlar yaşanmaktadır. Ayrıca Kılıç, ekipler normal yemek yerken yardımcı oyunculara gün boyu sandviç verilmesini de yine temel bir problem olarak görmektedir. İnsani şartlar konusunda gördüğü bu sıkıntılar dışında kişilerin kaşelerinin de hak ettiğinden düşük olduğunu söylemiştir. Yurt dışı dijital platformlara yaptıkları işlerde Türk Lirası cinsinden ödeme almalarının ve günümüz enflasyonist durumun yaşamlarını olumsuz etkilediğini, 5 gün çalışıp 2 gün repo durumunun ekonomik sebeplerle uygulamaya geçemediğini bildirmiştir. Çok fazla çalışıldığını söyleyen Kılıç, 12 saat görünen günlük çalışmanın yol, trafik ve telefon konuşmaları gibi durumlar eklenince çok arttığını ve bu durumun da insani şartlar olmadığını iletmektedir. Bu gibi genel sorunların düzelmesi için işlevsel bir sendika ve kanuni zemine oturtulmuş kurallar olması, meslek tanımlarının doğru ve tam yapılması gerektiğini bildirmiştir. Çünkü mesleki yeterlilik ve tanımlamaların tam olmadığı bir yapıda, sadece tanıdığı olan bazı kişilerin hak etmedikleri yerlere gelebildiğini iletmiştir. Türkiye’deki çalışanların kendilerini ikinci sınıf vatandaş yerine koyduğunu düşünen Kılıç’a göre bu durumdan da vazgeçilip, yurt dışındaki standartların Türkiye’ye getirilmesi gerekmektedir (A. B. Kılıç 2023).



Şekil 65. Dijital Platforma Yapılan Bir Seriyalde Set Ortamı, Karavanlar ve Şemsiye, Beykoz Kundura Platoları (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Reji Koordinasyon asistanı Sevgi Alkan Kırıcı'ya göre reji ekiplerinin iş tanımının gereğinden geniş olması sebebiyle reji ekipleri daha önce bahsedildiği gibi sette “günah keçisi” olmakta ve bu durum hiyerarşik yapıdaki ilişkilerde tartışmalara sebep olmaktadır. Hatta bu tartışmalar Kırıcı'ya göre zaman zaman iş bıraktıracak derecede mobbinge sebebiyet vermektedir. Ego sorununa Kılıç gibi değinen Kırıcı'ya göre de bu egosal sorunlar, bazı oyuncu ve ekip çalışanlarının tavır ve davranışlarında çeşitli yanlışlıklara sebep olabilmektedir. Bu durumların düzelmesinin temelini herkesin işini düzgün yapması olarak gören Kırıcı'ya göre herkesin “*pastanın bir malzemesi*” olduğunu kabul etmesi gerekmektedir. Ayrıca yapımcı önünde herkesin eşit tutulmasının sorunları çözmede bir yol olabileceğini ve sette hayatı kolaylaştırabileceğini iletmiştir (Alkan Kırıcı 2023).

Genel sektör sorunların başında Kırıcı'ya göre projelerin hazırlık aşamalarında ne kadar zaman gerektiği ile ilgili fikir ayrılıkları yer almaktadır. Ekipler oluşturulurken gereğinden az kişi alınmakta ve kişiler yapılacak işlere yetişememektedir. Ayrıca kalifiye ve yeterli ekip kurmak yerine bütçeyi kısma amaçlı daha sınırlı çalışanla yola çıkıldığında, bu durum sette aksiliklere sebep olmaktadır. Çalışma saatlerinin 6 gün günde 12 saat, hatta ulaşım ile birlikte 15 saati bulduğunu ve bu durumun yorucu ve yıpratıcı olduğunu bildiren Kırıcı'ya göre önemli olmayan konular bile bu sebeple büyüebilmektedir. Bu sorunların çözümü için Kırıcı, öncelikle yapımcıların reji ekibini bile işe başlatmadan önce projeleri okutup kabaca program yapabilen, ortalama set süresini doğru hesaplayabilen kişilerle çalışması gerektiğini bildirmiştir. Böylece oluşacak takvimlerde anlaşmaya daha kolay varılabilecek, bu da hazırlık aşaması ve diğer aşamaları rahatlatacak bir adım olacaktır. Oyunculara “*kral*” muamelesi yapılmasından vazgeçilmesi gerektiğini bildiren Kırıcı, herkesin ekibin bir parçası olduğu kabullenildiğinde birçok insanın bugün yaşadığı oyuncu mobbinginin biteceğini düşünmektedir. Günde 12 saat çalışmayı kabullenen ekiplerin set içinde konforlarının (yemek vb.) sağlanmamasının da gerginliklere sebep olduğunu belirten Kırıcı'ya göre bu şartların da düzeltilmesi gerekmektedir. Kalifiye ekip elemanlarının yetiştirilmesi için bir sistem kurulmasını öneren Kırıcı'ya göre bu mesleki yeterlilikleri denetleyen bir sistemin de kurulması şarttır. Böylece hak eden insanların doğru yerlerde çalışması sağlanacaktır. Ayrıca Kırıcı, 5 gün çalışma 2 gün

repo sisteminin çalışma şartlarını daha iyi hale getireceğini bildirmektedir (Alkan Kırıcı 2023).

3.3. Kamera Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri

Kamera ekibinin görevi yönetmenin talimatlarını göz önünde bulundurarak çekimlerin kompozisyonunu ve kadrajını sahneye uygun şekilde kayda almaktır (Billings 2011). Işık ve renk dengesinde de sorumlu olan ekibin teknik malzemeleri seçerken sahnenin gerektirdiklerine dikkat etmesi gerekmektedir (Hayward 2012, 187). Yapım ekibi de kamera ve teknik ekipten senaryonun gerektirdiklerinin doğru bir şekilde kayıt altına alınmasını beklemektedir (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). Kamera ekibinde ekip görüntü yönetmeni (çizgi üstü ekipte yer alır fakat bu başlık altında bahsedilecektir) kamera operatörü, birinci asistan (fokus), ikinci asistan, üçüncü asistan olarak özetlenebilmektedir (Bilecioğlu 2022).



Şekil 66. İstanbullu Gelin Seriyali Görüntü Ekibi ve Ekipmanları (Görsel Orijinaldir, 05.2019)

- **Görüntü Yönetmeni:** Görüntünün alınmasıyla ilgili hiyerarşik yapıda en üstteki kişidir. Yapımcının beklentilerini ve yönetmenin taleplerini, yapım koşullarının belirlediği imkanlar çerçevesinde, görselliğe dikkat ederek ışık, grip ve kamera ekiplerinin yönetimini sağlayan, görüntünün uygun kaydedilip işlendiğini çekim öncesi, çekim ve çekim sonrası süreçlerde denetleyen, yaratıcı ve teknik kararları veren nitelikli kişi olarak Türkiye Radyo Televizyon Kurumu tarafından tanımlanmaktadır (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) 2017).

- **Kamera Operatörü:** Yönetmen ve görüntü yönetmeninin verdikleri direktifler doğrultusunda istedikleri görüntüyü en verimli şekilde görselleştirmekten sorumlu kişidir. Çerçeveleme, kamera hareketleri ve kadrajda yer alacak unsurlar yine yönetmen ve görüntü yönetmeninin direktifleri doğrultusunda kamera operatörü tarafından hazırlanmaktadır (Sağlık Terleme 2003, 99-100).
- **Kamera Birinci Asistanı:** Görüntü ekipmanlarının sağlıklı kullanımından ve denetiminden sorumlu, lensleri (objektifleri) takıp çıkaran ve mizansen sırasında netliğin takibi yapan (fokus, focus puller) asistandır. Ayrıca oyunculara netlik alanlarına göre duracağı yerleri göstermekte ve işaretlemekte, bunlara göre kamerada netlik ayarlarını hazırlamaktadır (Singleton 2004, 37).
- **Kamera İkinci Asistanı:** Kamera birinci asistanının yardımcısıdır. Kamera malzemesini hazırlayıp depolama birimlerinin değişiminden ve kamera raporlarını yazmaktan sorumludur. Her çekimin başında ve sonunda klaket çakan (clapper/loader) kişidir (Singleton 2004, 82).
- **Kamera Üçüncü Asistanı:** Kamera ikinci asistanının yanında duran, setin kurulumuna yardımcı olan ve teknik malzemeden anlayan asistandır. İkinci asistan ile birlikte set öncesinde malzeme hazırlığına gidip malzemeleri kontrol eder (Bilecioğlu 2022).
- **Set Fotoğrafçısı-Videographer'ı:** İstenilen konfigürasyonlara göre sette arka plan fotoğraf ve videolarını çeken kişi ya da kişilerdir. Ayrıca sanat ekibine gereken bazı dekorda kullanılacak fotoğrafları, sosyal medyada paylaşabilmek için gereken materyalleri çekmekten de sorumludur (Fırat 2022). Bu kişiler Türkiye’de kamera ekibinin altında yer alsa da direkt yapım şirketine bağlıdır (M. Çoban 2022).

Kamera üçüncü asistanı Burak Bilecioğlu’na göre iş tanımlamalarında sıkıntılar bulunmaktadır. Yapım grubuna göre diğer ekiplere nispeten görev tanımları Türkiye’de daha oturmuş olan görüntü ekibinde hala görevlerde yurt dışındaki ekiplere göre farklılıklar bulunmaktadır. Bilecioğlu, örneğin malzeme taşınması görevinin yurt dışındaki ekiplerde başka birim tarafından yapıldığını fakat Türkiye’de kendilerinin

yaptığını bildirmiştir. Fakat diğer ekiplere göre görev tanımlarının daha sınırlı ve tutarlı olduğunu da iletmiştir. Ayrıca ulusal televizyon kanallarında üçüncü asistan çoğu zaman bulunmamakta, diğer asistanlarla hatta bazen sadece tek asistanla işler yürütülmektedir. Ayrıca Bilecioğlu'na göre kameranın hareketlendirilmesi konusunda da ulusal televizyon kanallarına üretilen yapımlarda zaman daha dar olduğu için omuzda kamera çekimleri daha fazla yapılmaktadır. Ulusal kanallara üretilen yapımlarda daha az asistan çalışmasına ve daha çok iş yapmasına rağmen kaşeleri dijital platformlara göre daha düşüktür. Hiyerarşik yapıda Yeşilçam ekolünden gelen kişilerin daha katı, sert ve yönlendirici bir üslupta olduğunu ve bazı durumlarda sinirlerini başkasından çıkaracak yer aradıklarını bildiren Bilecioğlu, daha önce çalıştığı bir reklam setinde bu sebepten dolayı tartışma yaşayıp işi bırakmıştır. Hiyerarşik yapıdaki bu sorunların çözülebilmesi için herkesin kendi iş tanımını çok iyi anlaması gerektiğini, bu iş tanımlarının da çalışılan set içerisinde yapılabileceğini söylemiştir. Yaşanılan sorunların kişilerin kendi karakterlerinden de kaynaklandığını bildiren Bilecioğlu'na göre bu durumu sendikanın çözmesi zordur. Hali hazırda sendikanın bu durumdan önce çözmesi gereken başka çok konu olduğunu da bildirmiştir. Çalışılan saatlere göre ödenen kaşelerin yurt dışındakilere kıyasla düşük olduğunu ileten Bilecioğlu, dijital platformlara üretilen yapımlarda günde 12 saat çalışmayı hala uzun bulsa da bir kazanım olarak gördüğünü fakat ulusal televizyon kanallarında günde 12 saatten de fazla çalışıldığını, saat sınırının olmadığını iletmiştir. Özellikle ulusal televizyon kanallarına üretilen yapımlar için bu gibi sorunlarda sendikanın belirlediği kuralların bir önemi kalmadığını belirten Bilecioğlu'na göre sendikaya erişimde de sorunlar bulunmaktadır. Kamera asistanlarının dijital platformlara üretilen yapımlarda kendi şirketleri üzerinden yapım firmasına fatura kestiğini belirten Bilecioğlu kazançlarının dışarıda görüldüğünden farklı olduğunu, hem giderlerinin fazla olması hem de iş devamlılığının garantisi olmamasından dolayı aya bölündüğünde kaşelerin aslında yüksek olmadığını bildirmiştir. Bu şartlara rağmen fiziksel olarak hassas ve bazı durumlarda ağır bir iş yaptıklarını bildiren Bilecioğlu, ileri yaşlar için hiyerarşik yapının alt basamaklarında çalışabilmenin pek mümkün olmadığını iletmiştir (Bilecioğlu 2022).

Set fotoğrafçısı Nazım Serhat Fırat'a göre eskiden olmasa da şu anda meslek sınırları nispeten daha nettir. Bazı durumlarda yaptıkları çerçeveye başkalarının

karışması gibi sorunlar yaşadığını belirten Fırat'a göre set fotoğrafçısının diğer ekiplere göre sette daha bağımsız bir çalışma durumu mevcuttur. Uzun çalışma saatleri, sigorta sistemi ve prim yatırma problemleri, düşük kaşeler gibi genel sorunların olduğu bildiren Fırat'a göre bu sorunların çözülmesi için sendika ve örgütlenme dışında bir çözüm bulunmamaktadır (Fırat 2022).

Set fotoğrafçısı ve arka plan videocusu Mürsel Çoban'a göre set fotoğrafçısının kendi makinesiyle gelmesi ve kira bedeli almaması en temel problemlerden biridir. Bazı projelerde gereken fotoğraf ya da video konfigürasyonunu karşılamak için ekipmanlarını başka modellerle yenilemeleri gerektiğini ileten Çoban, set fotoğrafçıların ve arka plan videocularının sette görevleri olmayan bazı aksesuar ya da tanıtım fotoğraflarının da çekimini yapmak zorunda kaldıklarını bildirmiştir. Sendikada hala tanımı yapılmamış bir birim olan set fotoğrafçılığının Çoban'a göre sınırları belli olmadığı için bu durum kendilerinin yapmamaları gereken ek görevlere sebep olmaktadır. Çalışma saatlerinin uzunluğu ve bunu kontrol eden bir yapının olmaması, yemeklerin bazı setlerde kötü olması, sigortanın çoğu projede tam kaşe üzerinden yatmaması, küçük ölçekli yapım firmalarının ödeme düzensizliği, haftalık değil bölüm başı ücretlendirilme gibi sektörel sorunların olduğunu belirten Çoban'a göre örgütlenme sağlanmalı ve sektörde devlet denetimi olmalıdır. Özellikle medya şirketi yapımcıları ve patronlarının çok örgütlü olduğunu ve birlikte hareket edebildiklerini söyleyen Çoban'a göre emekçilerin de bu şekilde örgütlenmesi ve ortak tavır alabilmesi gerekmektedir (M. Çoban 2022).



Şekil 67. Set Arka Plan Videocusu Mürsel Çoban'ın Atatürk Seriyali Setinde Kullandığı Ekipmanları, Sony a7iv slr kamera ve objektifler, kamera üstü mikrofon (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

3.4. Ses Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri

Ses ekibi, sette mümkün olduğunda en iyi sesi kaydetmekle yükümlüdür. En gürültülü koşullarda bile alınması gereken sesin (diyalog vs.) net duyulmasını sağlamak durumundadır. Bunun için gerekli ekipmanları temin etmekte ve kullanmaktadır (Weisenberger 2022). Genel olarak ses ekibi ses teknisyeni ve boom operatöründen¹⁸ oluşmaktadır (Has 2022).

- **Ses Teknisyeni:** Çekim gününde ses kaydetmekle yükümlü kişidir. Ekibin başıdır. Kayıt esnasında dinlemekte olup ses kalitesinin yeterli olmadığı durumlarda yeniden çekimi önerir. Ortam sesi kaydedilmesini de denetler (Thomas 2022).
- **Boom Operatörü:** Set içerisinde malzeme kurulumunu yapan, oyunculara gereken ses ekipmanlarını takan (yaka mikrofonu vb.), alınan sesi vericilerle mikse gönderen ve ortama göre gereken çeşitte boom mikrofonunu¹⁹ kullanan kişidir (Has 2022).



Şekil 68. Seriyal Setinde Ses Kayıt Ekipmanları, İstanbullu Gelin Seriyali (Görsel Orijinaldir, 05.2019)

¹⁸ Bazı setlerde kablolardan sorumlu olması için bir asistan daha bulunmaktadır.

¹⁹ Şekil 75'te set içerisinde kullanılan boom mikrofonu ve ses alıcı-mikser masası görülmektedir.

Boom operatörü Latif Has'a göre teknik ekip olduklarından dolayı meslek tanımları ve iş sınırları nettir. Ekipleri için meslek yeterlilik kurslarının yapıldığını söyleyen Has'a göre henüz yeterli düzeyde olmasa da sendikalaşma süreci devam etmektedir. Sertifikasyon sürecinin önemli olduğunu belirten Has'a göre kazanılan ücretlerin biraz daha iyileştirilmesi gerekmektedir. Sette daha programlı çalışmanın işi kolaylaştırabileceğini belirten Has, kişilerin hiyerarşik yapıda sorun yaşamaması için donanımın, diğer bir deyişle kendini geliştirmenin çok önemli olduğunu vurgulamaktadır. Hiyerarşik yapıdaki ast üst ilişkilerinde sertifikasyon eksikliğinden dolayı şefle altındakiler donanım ve bilgi konusunda güven eksikliği sebebiyle sorun yaşayabilmekte, bu durum şahsi bir probleme dönüp sinirini astından çıkarma durumlarına dönebilmektedir. Gerek dijital platformlarla gelen şikayet birimi gerekse iş güvenliği uzmanları ve denetimler sayesinde ilişkiler arası sorunların biraz rahatladığını bildiren Has'a göre ufak bir durumda bile geri dönüş yapıldığında yapım grubunda bir karşılığı bulunabilmektedir. Sektöre atılan genç bireylerin kötü muameleye tahammülü olmadığını bildiren Has'a göre bu sorun zamanla daha iyi çözümlere kavuşacaktır (Has 2022).

3.5. Sanat Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri

Sanat ekipleri bir sahnenin geçeceği setin görünümünü hazırlar ve karakterlerin rol gereği içinde bulunacağı dünyayı daha içselleştirmelere yardımcı olur. Hikayenin gerektirdiklerini anlatabilmek için gerekli aksesuar ve ayrıntıları sağlar (Thomas 2022). Dekor yapılması ya da hazır yerin sahneye uygun hale getirilmesi için gereken her şeyi yapan sanat ekiplerinde kişi sayısı projeden projeye çok değişmektedir. Bunun hem yapılacak işle hem de bütçeyle alakası vardır. Yurt dışındaki ayrımlara göre Türkiye'de sanat ekiplerinde iş dağılımları net değildir. Temel olarak bir sanat ekibi sanat yönetmeni²⁰, sanat yönetmeni yardımcısı²¹ ve asistanlardan (sanat koordinasyon²², aksesuar sorumlusu, aksesuar yardımcısı, aksesuar yardımcısı satın alma, set aksesuar sorumlusu²³, set aksesuar yardımcısı, aksesuar tasarımcısı, set giydirme, set

²⁰ Bazı projelerde genel sanat yönetmeni ve sanat yönetmeni görevlerinde farklı kişiler çalışmaktadır.

²¹ Bazı projelerde şef asistan olarak adlandırılır. Proje büyüklüğüne göre yardımcı ve şef asistan ayrı kişiler olabilir.

²² Sanat bölümü koordinatörü olarak da adlandırılır.

²³ Bazı projelerde 1. asistan olarak adlandırılır.

giydirmeye yardımcı, set dekoratörü, set dekoratörü yardımcısı, her birim için 2. ve 3. yardımcı) oluşur. Bazı dekor gerektiren projelerde dekor şefi de bulunmaktadır (Film ve Sahne Tasarım Ekipleri Derneği, Film ve Sahne Tasarım Ekipleri Derneği Taban Ücret Instagram Postu 2023).

- **Sanat Yönetmeni:** Projenin ön hazırlık sürecinde senaryoyu analiz ederek gereken dekor ve aksesuarları listeleyip hazırlayan, mekanları hazırlayan, gerekirse dekorları kuran, gereken ekipman ve aksesuarların teminini denetleyen, sahnenin geçeceği ortamı organize eden kişidir (Sinema Televizyon Sendikası, Sanat Yönetmeni (Film) 2018).
- **Sanat Yönetmeni Yardımcısı:** Sanat yönetmeninden gereken bilgileri alıp bunları yaptırıp kontrol eden ve yapım aşamasında sanat yönetmeniyle birlikte çalışan kişidir. Sahnenin sanatsal açıdan tüm hazırlıklarındaki sorumluluk sanat yönetmeni yardımcısına aittir. Sanat koordinasyon için ayrı bir çalışan olmadığı takdirde bütçesel yönetime ve malzemelerin teminine de bakar. Sanat yönetmeninin daha önemli sahne, dekor ve detaylara odaklanması için arkada olan hazırlıkları yönetir. Sette genel sanat yönetmeni var ise onun yardımcısı olup sanat yönetmeni ile arasında köprü görevi de üstlenebilmektedir (Şaş 2022).
- **Sanat Yönetmeni Asistanları:** Proje durumuna göre değişen asistanlarda şef asistan ve diğer asistanlar bulunmaktadır. Türkiye’de iş tanımlamalarında en sorunlu birimlerden biri olan sanat ekiplerinde şef asistan en üst asistandır ve bazı setlerde sanat yönetmeni yardımcısı olarak geçer. Genel olarak birimlere bakacak olursak; sanat koordinasyon, malzeme koordinasyonundan ve bütçeden sorumludur. Aksesuar²⁴ sorumlusu ve yardımcıları senaryo dökümünü yapıp aksesuarları araştıran ve temin eden, çekim sonrasında ise iade süreçlerini yürüten çalışanlardır. Set aksesuar sorumlusu çekim esnasında sette bulunan ve aksesuarlardan sorumlu kişidir. Set giydirmeye çekim esnasında sette bulunan ve kumaş ya da plaka içeren, giydirilebilen (mobilya, halı, perde

²⁴ Prop adı da kullanılır.

vb.) objelerden sorumlu kişidir. Set dekoratörü setin dekorundan yani sette görünen mobilya vb. objelerden sorumludur²⁵.

TV DİZİSİ SANAT EKİBİ TABAN ÜCRETLERİ 1 3/9		TV DİZİSİ SANAT EKİBİ TABAN ÜCRETLERİ 2	
haftalık		haftalık	
Sanat Yönetmeni	14.750 TL	Set Aksesuar Yardımcısı	5.450 TL
Sanat Yönetmeni Yardımcısı (1)	9.830 TL	Aksesuar Tasarımcısı	7.900 TL
Sanat Bölümü Koordinatörü	7.280 TL	Set Giydirme	7.900 TL
Aksesuar Sorumlusu	8.600 TL	Set Giydirme Yardımcısı	5.450 TL
Aksesuar Yardımcısı	5.450 TL	Set Dekoratörü	8.950 TL
Aksesuar Yardımcısı (Satin Alma)	5.700 TL	Set Dekoratör Yardımcısı	5.620 TL
Set Aksesuar Sorumlusu (2)	8.430 TL	Dekor Şefi	7.900 TL
(1) Dizî projelerinde kullanılan şef asistan (tanımlaması) sanat yönetmeni yardımcısıdır.		Her Birim için 2. yardımcıları	4.600 TL
(2) Dizî projelerinde kullanılan 1. asistan (tanımlaması) set aksesuar sorumlusudur.		Her Birim için 3. ve üzeri yardımcıları	4.400 TL
2023 OCAK		2023 OCAK	
fs FİLM VE SAHNE TASARIM EKİPLERİ		fs FİLM VE SAHNE TASARIM EKİPLERİ	
3		4	
SİNEMA FİLMİ & DİJİTAL PLATFORM PROJELERİ SANAT EKİBİ TABAN ÜCRETLERİ 1 3/9		SİNEMA FİLMİ & DİJİTAL PLATFORM PROJELERİ SANAT EKİBİ TABAN ÜCRETLERİ 2	
haftalık		haftalık	
Sanat Yönetmeni	16.760 TL	Set Aksesuar Yardımcısı	6.200 TL
Sanat Yönetmeni Yardımcısı	11.175 TL	Aksesuar Tasarımcısı	8.980 TL
Sanat Bölümü Koordinatörü	8.800 TL	Set Giydirme	8.980 TL
Aksesuar Sorumlusu	9.780 TL	Set Giydirme Yardımcısı	6.200 TL
Aksesuar Yardımcısı	6.200 TL	Set Dekoratörü	10.180 TL
Aksesuar Yrd Satın Alma	6.490 TL	Set Dekoratör Yardımcısı	6.380 TL
Set Aksesuar Sorumlusu	9.580 TL	Dekor Şefi	8.980 TL
		Her birim için 2. yardımcıları	5000 TL
		Her birim için 3. ve üzeri yardımcıları	4.400 TL
2023 OCAK		2023 OCAK	
fs FİLM VE SAHNE TASARIM EKİPLERİ		fs FİLM VE SAHNE TASARIM EKİPLERİ	
3		4	

Şekil 69. Film ve Sahne Tasarım Ekipleri Derneği'ne Göre Ocak 2023'te Yayınlanan Sanat Ekibinde Taban Ücretler

Genel sanat yönetmeni yardımcısı Gökben Şaş'a göre iş tanımlarında ve sınırlılıklarda sıkıntılar bulunmaktadır. Sanat ekiplerinde çalışanlar aslında yapmamaları gereken birçok iş yüküyle karşı karşıyadır. Sanat ekibinde dönem işleri, plato işleri, günümüz işleri gibi birçok ayırım olduğundan eleman yetişmesinin ve kalifiye olmanın zor olduğunu belirten Şaş'a göre hakkıyla seviye atlamak sanat ekiplerinde uzun yıllar almaktadır. Ulusal kanallara üretilen yapımlarda sanat ekibinde temel güdünün çok ticari ve işi yetiştirmek üzerine olduğunu, drama kurduğunu

²⁵ Tanımlamalar yapılırken yazar kendi sanat ekibi iş deneyimlerinden ve araştırmalarından faydalanmıştır.

hissetmediğini ileten Şaş, bu gibi sebeplerden ulusal kanallara üretilen yapımlarda çalışmayı bırakmıştır. Sektörde bir hata olduğunda kimsenin kabullenmemesi ve neden olduğuyla değil kimin yaptığıyla ilgilenilmesi sebebinin mobbinge sebep olduğunu belirtmiştir. Sektörde ayrıca hiyerarşik basamakların haksız yükseldiği ekiplerin de olduğunu ileten Şaş, bazı kişilerin düşük kışelerle üst görevde çalışmaya gittiğini ve o setlerde çalışırken kendisinin zorlandığını belirtmiştir. Bazı asistanlarda hızlı yükselme hevesinin olduğunu ve bu kişilere kendini dinlettirmenin zorluğundan bahseden Şaş, bazı asistanların da işi öğrenmek isteyip saygı duyan kişilerden olduğunu, sonuçta asistanların net bir şekilde ikiye ayrıldığını belirtmiştir. Ayrıca Şaş, hızlı yükselme hevesinin bir diğer sebebinin de ekonomik durumlar olduğunu da eklemiştir. Sanat ekibinde yükseldikçe sorumluluğun arttığını ve daha çok çalışıldığını belirten Şaş, üst basamaktaki kişilerin set bittikten sonra bile diğer günleri düşündüğünü, bu durumun başka bir zorluk oluşturduğunu söylemiştir. Bu durumların düzelmesi için de hiyerarşik yapıda birimleşmenin öneminden bahsetmiştir. Yavaş yavaş birimleşilmeye başlansa da bu durumun hala çok minimum seviyede olduğunu belirtmiştir. Setin başlangıcındaki kişi sayısı, bazı durumlarda, ilerleyen zamanlarda azalınca kalan kişilerin üzerine ek yükler bindiğini belirten Şaş, ekibe sonradan biri dahil olduğunda alışma sürecinin teknik ekipler gibi ekiplere göre zorlu olduğunu, bu sebeple ilk başta kurulurken ekibin “sağlam” olması gerektiğini iletmiştir. İş sözleşmesi durumunun iki taraflı dezavantaja dönüşebileceğini, işi aksatabileceğini belirten Şaş, aksi bir durumda yaptırımın yine de olması gerektiğini belirtmiştir. Örneğin pahalı ve üst düzey ekiplere işi kurdurup ucuz ekiplerle devam eden sıkıntılı şirketler de bulunmaktadır. Kişinin kendini geliştirmesinin sanat ekibinde çok önemli olduğunu vurgulayan Şaş, bu durumu şu şekilde örneklendirmiştir:

“Onlar (Hakan Yarkın, sanat yönetmeni) Arif 216 dekoru kurarken ben böyle 10 yıllık asistan olmama rağmen gidip ben dedim ki ben sizinle çalışmak istiyorum. Ve ben oraya son asistan başladım şef asistanken, çünkü tek açıklık son asistandı.” (Şaş 2022)



Şekil 70. Sanat Kamyonu İçi
(Görsel Orijinaldir, 11.2022)



Şekil 71. Dekor Örneği, Beykoz Kundura
Fabrikası (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Genel sektör sorunlarına değinecek olursak Şaş'a göre sette daha fazla sayıda kadın çalışan çalışmalıdır. Kadının seti yumuşatan bir birey olduğu belirten Şaş'a göre setlerde çok fazla sayıda erkek çalışmaktadır. Bu çözümün zorunluluğa dönüşmesi gerektiğini belirten Şaş, setteki bu erk durumun, oluşan erkek dilinin kadın çalışanları zorladığını belirtmiştir. Çalışma saatleri ve repoların iyi bir şekilde evrilmeye başladığını belirten Şaş, insanların mutlu çalışmasının işe de pozitif yansıdığını belirtmiştir. Bu durumun her yapım için geçerli olmadığını da belirten Şaş'a göre işlere ya iyi koşullara giden çok vasıflılar ya ne iş olsa yaparım diyen çok vasıfsızlar devam etmektedir ve aradaki makas açılmaktadır. Ulusal kanallara üretilen yapımlarda çalışmayı bırakmasının bir sebebinin de bu olduğunu söylemiştir. İnsanların haklarına internetin de desteğiyle artık daha fazla sahip çıktığını belirten Şaş, ulusal kanalların da bu sebeple değişmeye başladığını belirtmiştir. Mesai dışında çalışmanın bazen ulusal kanallarda da dijital platformlarda da olduğunu belirten Şaş, sanat ekibinin mekan hazırlığı dolayısıyla bunu yapmak zorunda kaldığını iletmiştir. Bu sorunun çözümünün çalışan kişi sayısının arttırılarak sürenin dengelenmesi ile olabileceğini iletten Şaş ayrıca günde 12 saat çalışmanın içine sete gidilirken geçen yol sürelerinin de dahil edilmesi gerektiğini bildirmiştir. Sendikalaşmanın artık bütün birimlerde olduğunu ve güzel bir yöne evrildiğini bildiren Şaş, sendikanın verdiği taban ücretlerin

etkisinin olduğunu fakat yine de herkesin bu ücretleri alamadığını, çeşitli sebeplerle daha düşük bütçeli işleri kabul ettiğini iletmiştir. Şaş, sendikanın en azından repo günlerinde çalışmanın 2 kaşe gibi yüksek ücretlendirilmesi gibi kurallar almasının yapım şirketleri açısından caydırıcı olabileceği önerisini söylemiştir (Şaş 2022).

Rahat konuşabilmek adına isminin gizli tutulmasını isteyen sanat asistanı²⁶, dijital platformlara dahi yapılsa ekiplerde kişi eksikliklerinin sorun yarattığını iletmiştir. Ekip eksiklikleri sebebiyle diğer çalışanlara ek yük bindiğini ileten asistana göre iş sırasında ekip değişimleri çok fazla yaşanmaktadır. Hazırlık sürecinde olunamayıp ekibe sonradan dahil olunmasının çalışan üzerinde büyük bir bilgi eksikliğine sebep olduğunu bildiren asistana göre iş tanımları ve sınırlamalarında teknik ekip dışında belirsizlik hakimdir, hatta sanat ekiplerinde kesinlikle bir netlik söz konusu değildir. Hiyerarşik yapının ekipte mutlaka olması gerektiğini savunan asistana göre işin yürümesi için emir komuta zinciri önemlidir. Fakat bunun mobbinge dönmemesi gerektiğini ileten asistan, özellikle dizi ve seriyal setlerinde bazı yönetmenlerin tutumlarında sorunlar olduğunu iletmiştir. Bu sorunların çözülmesi için eğitimin şart olduğunu belirten asistana göre burada kastettiği eğitim sadece üniversite eğitimi değildir.

Genel sorunlara gelecek olursak asistan, ulusal televizyonlara üretilen işlerde bölüm sürelerinin çok uzun olduğunu ve bu sürelerde iyi çalışma şartlarının sağlanmasının mümkün olmadığını, bunun düzelmesi için bölüm sürelerinin kısalmamasından başka çare olmadığını iletmiştir. 12 saat çalışma süresinin yol ve kahvaltı eklenince yaklaşık 16 saate tekabül ettiğini belirten asistana göre bu süreler çok fazladır. Ulusal televizyon kanallarına üretilen yapımlarda durumun daha vahim olduğunu ileten asistan, açıklamak için şu örneği vermiştir:

“Ben edho diye bir işte çalıştım yani of, şunu biliyorum yani, paydos edeceğiz arkadaşlar dileyen bir sonraki mekâna geçip uyuyabilir diye bir mesaj geliyordu gruba. Ben bunu yaşadım. 3 saat aramız var. Çünkü neden diziyi yetiştirmemiz lazım, yetiştirmemiz lazım ne? O zaman ona göre bir matematik kurmamız gerekmiyor mu arkadaşlar, yok! Ekip orada 3 gün yeri geliyor 2 gün eve gitmeyen insanlar var.” (Sanat Asistanı 2022)

²⁶ Yapılan 25 görüşmenin sadece 1’inde ismin gizli tutulması istenmiştir.



Şekil 72. Yazarın Kaderimin Yazıldığı Gün Seriyasında Sanat Asistanıyken Satın Almasından Yerleştirmesine Kadar Yaptığı Taş Yürüme Yolu (Görsel Orijinaldir, 09.2014)

Ödemeler hakkında da bazı şirketlerde sorunlar olduğunu ileten asistan, ödemeleri düzenli yapmayan firmalarla çalışmayı kabul etmemektedir. Medya sektöründe “4 kaşe içeri atma” diye bir kültürün varlığından söz eden asistana göre bu durum sorunlu bir durumdur. Ayrıca sektörün çalışma şartlarının ağır olduğunu ileten asistana göre birçok kişide sağlık sorunları (fitik, ağrılar vb. gibi) mevcuttur. Türkiye’de ileri yaşlarda asistan olarak kalmanın şartlar itibarıyla pek mümkün olmadığını ileten asistana göre deneyimlediği yurt dışındaki işlerde ileri yaşlarda asistanlar bulunmaktadır (Sanat Asistanı 2022).

3.6. Kostüm Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri

Kostüm ekibi dizi ve seriyalarda sahnenin gerektirdiklerine uygun kıyafet ve oyuncu aksesuarlarından sorumlu ekiptir. Dramanın gerektirdiğine göre yaratıcı ekiple yapılan toplantılar sonrasında renk ve tasarımlar dahil olmak üzere birçok konuyu belirleyip hazırlamaktadır. Kostüm ekibi projeden projeye değişmek üzere genel olarak kostüm tasarımcısı, kostüm tasarım yardımcısı, kostüm devamlılık sorumlusu, gardrop sorumlusu ve yardımcısı gibi çalışanlardan oluşmaktadır.

SİNEMA FİLMİ & DİJİTAL PLATFORM PROJELERİ KOSTÜM EKİBİ TABAN ÜCRETLERİ		TV DİZİSİ KOSTÜM EKİBİ TABAN ÜCRETLERİ	
haftalık		haftalık	
Kostüm Tasarımcısı	14.670 TL	Kostüm Tasarımcısı	12.900 TL
Kostüm Tasarım Yardımcısı	9.380 TL	Kostüm Tasarım Yardımcısı	8.250 TL
Kostüm Devamlılık	7.580 TL	Kostüm Devamlılık	6.675 TL
Gardrop	6.280 TL	Gardrop	5.530 TL
Gardrop Yardımcısı	4.990 TL	Gardrop Yardımcısı	4.690 TL
Her birim için 2. ve üzeri yardımcılar	4.600 TL	Her Birim için 2. ve üzeri yardımcılar	4.400 TL

Şekil 73. (Film ve Sahne Tasarım Ekipleri Derneği, Kostüm Ekibi Taban Ücretler 2023)

- **Kostüm Tasarımcısı:** Kostüm sorumlusu olarak da geçen kostüm tasarımcısı senaryonun gerektirdiklerine göre karakterlerin kıyafetlerini hazırlayan, alışveriş ya da dikiş vb. işleri organize eden, karakterlerle provalarını gerçekleştiren ayrıca takılar ve ayakkabılar gibi aksesuarlardan da sorumlu olan kişidir (Şahin 2022).
- **Kostüm Tasarım Yardımcısı:** Projelerde kostüm tasarımcısının bilgilendirmeleriyle gereken kostüm ve aksesuarların üretim ve temin basamaklarını yürüten, çekimler ve provalar esnasında düzenlemelere katkıda bulunan ve kostüm ekibinin koordinasyonundan sorumlu kişidir (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).
- **Kostüm Devamlılık Sorumlusu:** Aldığı notlar ve dökümlerle sahne ve planlar arası kostüm devamlılığını sağlayan, ikili ilişkileri kuvvetli, olası durumlarda sorunları çözebilen kişidir. Gardrop sorumlusu yoksa kostüm kamyonunun düzenlenmesinden de sorumludur (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).
- **Gardrop Sorumlusu:** Sahne ve planlara göre karakterlerin giydirilmesinden, kostüm kamyonundan, çekim sonrası kostüm kontrolünden ve kostümlerin depolanıp çekim alanına ulaştırılmasından sorumlu kişidir (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).



Şekil 74. Kostüm Kamyonu (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Kostüm sorumlusu (tasarımcısı) Arzu Şahin’e göre iş tanımları ve sınırları net değildir. Çekim günü öncesi ve sonrası hazırlıklar dolayısıyla ekip olarak günde 12 saatten fazla çalışmak zorunda kaldıklarını ileten Şahin, iş sınırlarının gidilen işe göre değiştiğini, teknik ekibin paydosunun kendi ekipleri için paydos olmadığını iletmıştır. 12 saatin üzerindeki çalışmalar için herhangi bir ek mesai ücreti almadıklarını belirten Şahin, üst görevdeki kişilerin “*istiyorsan gidebilirsin*” gibi tepkileriyle karşılaştığını da eklemiştir. Ayrıca “*ben yapımcıyım, çok talebin olursa kovarım*” gibi hiyerarşik sorunlar yaşadığını da belirten Şahin, işe başlanan ekip ile bitişteki ekibin farklılaştığını, yapım ekibinden “*artık çıkarmamız gerekiyor, çünkü gerek yok artık*” gibi cümlelerle ekiplerinde küçülmeye gitmek zorunda bırakıldıklarını belirtmiştir. Bütçeye göre gereken kişi sayısından genelde az kişi alındığını ileten Şahin’e göre ekipteki çalışanlar gereğinden fazla efor sarf etmektedir. “*Yukarıdaki ne derse öyle ilerleyen bir sistem*” olarak adlandırdığı medya sektöründe bu durumun düzelebilmesi için yapımcıların biraz daha az para kazanmayı göze almaları gerekmektedir. Çalışma saatleri ve kaşelerin düzgün yatmaması sıkıntılarından da bahseden Şahin, bu durumda yaşanan sıkıntıların iş verimini olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Sendika olsa da genel bir birliğin olmadığını ileten Şahin’e göre çok fazla insanın çalıştığı bir sektör olduğu için medya sektöründe genel kuralların oturması zordur. Şahin, dijital platformların

Türkiye’de faaliyete başlamasıyla olumlu yönde gelişmelerin olduğunu iletmiş fakat erkeklerin kostüm ekibi haricinde sette daha fazla sayıda yer aldığını, kostüm ekibinde çalıştığında da tercihlerinin farklı anlaşılması gibi bir ön yargının hakim olduğunu söylemiştir. Yapımcısı ve yönetmeni kadın olan bir işte de deneyimi olan Şahin, o sette kendini daha iyi ve güvende hissettiğini aktarmıştır (Şahin 2022).

3.7. Işık Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri

Işık ekibi, görüntü yönetmenine bağlı olarak sahne ve planların, senaryonun gerektirdiği şekilde aydınlatılmasını sağlayan ekiptir. Genel olarak ışık şefi²⁷, asistanları ve jeneratör sorumlusundan oluşmaktadır (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).

- **Işık Şefi:** Senaryo ve görüntü yönetmeninin taleplerine göre ışık ekipmanları ve aparatlarını belirleyen, çekim sırasında kurulumunu yapan, ışık devamlılığını koordine eden, ışık tasarlayan ve gereken güç kaynaklarını düzenleyen kişidir (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).
- **Best Boy:** Işık şefinin altında bulunan ve asistanları koordine eden kişidir. Asistanlara neler yapacağını ayrıntısıyla belirtmek ve paylaşmakla, şef ile asistanlar arasındaki bağlantıyı kurmakla görevlidir (Anaç 2022).
- **Işık Asistanları:** Birinci ışık asistanı gereken ışık kaynak ve aparatlarını toplayan, sete ışık şefinin doğrultularında yerleştiren, güç kaynaklarını kuran ve çekim bitince toplayıp kontrolünü sağlayan asistandır. İkinci ışık asistanı ise birinci asistan ile birlikte çalışıp ekipmanların taşınmasına yardımcı olan ve güç kaynağından gerekli kabloları çeken kişidir (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020). Dekorların ön plana çıkmasını sağlayan ışığı ayarlayan ekiplerin, yüksek güçte elektrikle çalışması sebebiyle tehlikeli ve ağır bir iş yapması söz konusudur (Anaç 2022).
- **Jeneratör Sorumlusu:** Işık şefinden aldığı bilgiler doğrultusunda güç kaynağını kullanan ve gerekli müdahaleleri yapacak teknik bilgiye sahip olan kişidir (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).

²⁷ Bazı ekiplerde ışık şefinin altında Best Boy görevinde bir çalışan bulunmaktadır.



Şekil 75. Seriyal Setinde Işık Uygulaması ve Işık Kamyonu (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Işık asistanı Muhammed Enes Anaç'a göre ışık kurulurken elektrikle uğraşılmasından dolayı bir tehlike söz konusudur ve gelip panolardan elektrik kullanmak isteyen diğer ekip çalışanları bu durumu bazen anlamamaktadır. Işık asistanının çok fazla görevi olduğu belirten Anaç, ast üst ilişkilerinde kimsenin kendisine saygısız davranmasına izin vermemektedir. Kendi ışık şirketini işveren olarak gören Anaç, yapımcının diğer ekiplere göre teknik ekiplere daha sınırlı karışabildiğini iletmıştır. Sendikalaşma sürecine yeni yeni giden ışık asistanları Anaç'a göre haklarını yavaş yavaş almaktadır. Kişiler arası ilişkilerdeki sorunları yetiştirme sırasındaki hatalardan kaynaklandığını ileten Anaç, sorunlu kişilerin artık iş alamaması sebebiyle sektörden uzaklaşmaya başladığını söylemiştir. Yeni akıllı teknolojilerin çıkmasıyla (led teknolojisi vb.) yeni ve genç kalifiye elemanların ışık ekiplerinde yer almaya başladığını bildiren Anaç'a göre üstler altlarına kötü muamele yapamamaktadır. Sendikanın ışık ekibindeki çalışanları ölçme sınavlarıyla seviyelendirme yapması gerektiğini belirten Anaç, oldukça pahalı ekipmanlarla çalışılması sebebiyle de tekrar sertifikasyonun önemine değinmiştir. Tüm hava şartlarında ağır işler yaptıklarını söyleyen Anaç, iş tanımlarında yurt dışına göre farklılıklar olduğunu, Türkiye'de bir kişinin birçok iş yaptığını belirtmiştir.

Bütçelendirme yapılırken oyunculara yüksek ücretler verilirken arka planda çalışan kişilere düşük kaşeler verildiğini ileten Anaç, dijital platformlara üretilen yapımlarda sendikanın belirlediği taban ücretin altında çalışmadıklarını fakat ulusal televizyonlara üretilen yapımlarda çalışanların taban ücretin altında çalışabildiklerini, kanallara üretim yapan şirketlerin sendika kurallarına uymayabildiklerini söylemiştir. Kendileri yapım şirketine fatura kesip hizmet satan kişiler oldukları²⁸ için ücretlerini fatura kestikten bir gün sonra alabildiklerini ileten Anaç, ulusal televizyonlara üretilen yapımlarda çalışan asistanların bu şekilde anlaşılmadığını ve ödemelerinde aksamalar yaşayabildiklerini belirtmiştir. Ayrıca çalışma şartlarından dolayı giderlerinin de olduğunu (fatura kesme giderleri, kıyafet, bot vb. giderler) ileten Anaç'a göre iş devamlılığı medya sektöründe diğer sektörlerle göre daha sıkıntılıdır. Dijital platformlara üretilen dizi ve seriyallerde 12 saat kuralını aşmadıklarını bildiren Anaç, ulusal televizyonlara üretilen yapımlarda çalışma saatleri sorununun devam ettiğini iletmiştir. Dijital platformların Türkiye'ye girmesiyle sektörel düzelmelerin başladığını belirten Anaç ayrıca pandemi sürecinde sadece Netflix platformunun sendika üzerinden çalışanlara yardım yaptığını belirtmiştir. Türkiye'deki dijital platformların bütçelerini yurt dışındakilere kıyasla düşük bulan Anaç, bazı setlerde yemeklerin kötü olduğundan söz etmiştir.

Işık asistanı İsmail Bayram devlet nezdinde iş tanımlarının çok eksik olduğunu belirtmiştir. Sektörde ise iş tanımının aslında net olduğunu belirten Bayram, bazı çalışanların üstüne vazife olmadan çeşitli sebeplerle ek işler yapması sebebiyle bu durumun normalleştiğini ve çalışanlardan beklentilerin arttığını, iş sınırlarının gereksiz bir şekilde genişlediğini belirtmiştir. Örneğin “*yemek yenecek ışık yakar mısın?*”, “*ütti yapacağım uzatma verir misin*” gibi beklentilerle karşı karşıya kaldıklarını iletmiştir. Ekipmanları zimmet ile aldıklarını belirten Bayram'a göre görevleri olmadan yapılan her iş aksi bir durumda maddi bir külfete sebep olabilmektedir. Ödemelerin geçmişe göre sıkıntılı olduğunu belirten Bayram, fazla mesailer eskiden ücretlendirilirken şu an öyle bir durum olmadığı ve ayrıca ödemelerde fatura kestikleri için giderlerinin arttığını, bazı setlerde kaşe ödemelerinin düzensiz olduğunu iletmiştir. Üstleriyle

²⁸ SMM'li olarak adlandırılır. Açılımı; serbest meslek yapan kişilerdir ve serbest meslek makbuzu kesmektedir.

ilişkilerinde ışık ekibi ve yapım grubuyla bir sorun yaşamadığını ileten Bayram, gündüz çekimlerinde bazen lamba yakma gereksinimi duyulmayıp küçük ekipmanlarla işlerini halledebildiklerinden dolayı bazı çalışanlardan “*bugün de yatiyorsunuz*” gibi şaka amaçlı cümlelerle baskı hissettiğini belirtmiştir. Sorunların çözülmesi için çalışanların kendilerini diğer çalışanlarla eşit görmesi gerektiğini belirten Bayram, sendika faaliyetlerinin artması, birlik olmanın sağlanması ve sertifikasyonun (mesleki yeterlilik sertifikalarının) yapılmasının öneminden bahsetmiştir. Üstün astına kötü davranması durumunda astın set sırasında üstünü zor duruma sokabileceğini belirten Bayram, kişilerin saygılı olmaları halinde bu durumun tersine döndüğünü, birbirlerinin hatalarını kapattıklarını ileterek, ikili ilişkilerin önemine değinmiştir. Çalışma saatlerinin düşürülmesi ve repo sayılarının artması gerektiğini ileten Bayram, şu anki koşulların gerginliklere sebep olduğunu ve çalışanların işten zevk alamaz hale geldiklerini iletmıştır (Bayram 2022).

3.8. Set Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve Önerileri

Set ekibinin Türkiye’de görev tanımı ve iş sınırları çok netleşmiş değildir. Yurt dışındaki karşılığı grip ekibi olan set ekibinin yurt dışındaki setlerde görevi, sahne çekimi esnasında kamera ekibinin teknik anlamda ihtiyaç duyduğu tüm ekipmanları hazırlamaktır. Fakat Türkiye’de set ekibi aynı zamanda yönetmen çadırını açmak, oyuncuya yemek götürmek, oyuncuya içecek servisi yapmak gibi farklı rolleri de üstlenmektedir. Türkiye’de kendini grip ekibi olarak belirtip bu gibi ek istekleri reddedip, bu işler için grip ekibinin yanında kendilerine bağlı “facility” çalışanları diye alt ekip dahil eden firmalar olsa da genel olarak set ekibinin iş tanımı sorunludur (Çinelioğlu, Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı 2023). Set ekibi genel olarak set amiri, kamera taşıyıcı sistemleri operatörü, Jimmy Jib operatörü ve set asistanlarından oluşmaktadır (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).

- **Set Amiri:** Setteki kamera hareketlerinden, bazı efektlerden ve ayrıca setin sevk ve idaresinden sorumlu kişidir (Aydın 2022).
- **Kamera Taşıyıcı Sistemleri Operatörü:** Kameranın istenilen hareketleri yapabilmesi için özelleşmiş ekipmanları gereken yüzeylere monte eden, kuran ve kullanan kişidir (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).

- **Jimmy Jib Operatörü:** Jimmy Jib olarak isimlendirilen, kameraya birçok hareket yeteneği kazandıran vinç düzeneğini kuran ve kullanan kişidir (Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi 2020).



Şekil 76. Jimmy Jib ve Panther, Kamera Hareketlendirme Ekipmanları (Kaynak: Google Images)

- **Set Asistanı:** Setin çekim öncesi hazırlığında aktif rol oynayan, gereken ekiplere çadırları açan, kamera hareket ekipmanlarının kurulumu yapan, kısacası kimin ne ihtiyacı varsa onun hazırlığına destek veren kişidir (Tutuş 2022).



Şekil 77. Sette Set Ekibi Tarafından Açılmış Çadır Örneği (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Set amiri ve Set Pozitif firmasının kurucusu Adnan Aydın'a göre görev tanımlamalarında sorunlar bulunmaktadır. Eskiye nazaran daha teknik konularla ilgilenmeye başlayan set ekibi, 25 yıllık bir süreçten sonra ancak bu aşamaya gelebilmiştir. Eski dönemlere bulaşık yıkama, çorba yapma gibi görevlerinin olduğunu ileten Aydın'a göre görev tanımlamalarının yetersizliği sebebiyle yeterli mesleki ilerleme kaydedilememiştir. Eski dönemlerde kim ne yardım isterse giden bir ekip olan set ekibi şu an projenin sorumluluğunda yer alan, çekime katkı sağlayan bir ekip haline gelmeye başlamıştır. Meslek tanımlamalarının tam olmaması sebebiyle sektördeki ilk 10 yılında sanat yönetmenleriyle büyük sorunlar yaşayan Aydın, hala diğer ekiplere göz kulak olmaya çalıştıklarını ifade etmiştir. Aydın, hiyerarşik yapıdaki sorunları şu şekilde özetlemiştir:

“Ast üst ilişkilerinde film setlerinde sorun var, eskiden üstler astlarına mobbing yapıyordu. Şimdi alttakiler mobbing yapıyor. Çünkü çok azlar, ekip yetiştiremedik. Birden hızlı büyüdü. Artık elemanlar, genç çocuklar daha değerli, daha böyle nazlılar ondan sonra. Ama ben hep onları destekliyorum. Çünkü onlar niye tek kişi kalmıyoruz? Niye bu kötü yemeği yiyoruz, ondan sonra, niye 12 saatin üstüne fazladan 15 dakika çalıştık? Niye ulaşım bu kadar kötü falan diye geliyor. Biz eskiden bunlar hep boyuna yerdik. Şimdi haklarını savunuyorlar ve onlar değerli.” (Aydın 2022)

Yapım ekiplerinin para pay etmenin merkezi olması sebebiyle bazen seviyesizce konuştuğunu ileten Aydın, patronun parasının kişilerin kendi parasıymış gibi davranmasını yanlış bulmaktadır. Piyasadaki krizler ile güçlü olanların günümüzde ayakta kalabildiğini ileten Aydın, dizi ve seriyal ekiplerindeki hızlı değişimin, gözden hızlı çıkarılabilmenin korkuya sebep olduğunu belirtmiştir. Üst ekiplerin iyi çalışması ile setin daha düzenli olabileceğini ileten Aydın, üst ekiplerde oluşan bir sorunun silsile halinde diğer kişilere de yansıdığını söylemiştir. Yurt dışından gelen yayın mecralarının prodüksiyon işlemlerinin farklı olmasından dolayı işin hak eden ekiplere verilebildiğini ileten Aydın, paranın kontrolünün Netflix gibi platformların elinde olmasının iyi bir durum olduğunu belirtmiştir. Gelecek hakkında ümitli olan Aydın, düşüncelerini şu şekilde iletmiştir:

“İyi bir gelecek bizi bekliyor, iyi bir nesil var. Gençler soruyor, sorguluyor, eksik mi fazla mı diyor? Boyun eğmiyorlar. Asgari ücretle çalışacağına, parasız kalacağına, hiç çalışmayıp parasız kalmayı tercih eden bir nesil var. Akıllı çocuklar, iyi çocuklar. O yüzden iyi çocuklarla iyi bir gelecek kurabiliriz... ilk defa karşılaştık böyle bir şeyle.” (Aydın 2022)

Set asistanı Medet Tutuş'a göre de iş tanımları net değildir. Bunu en net şu cümlesiyle ifade etmiştir: *“Kimin ne ihtiyacı varsa onu görüyoruz”*. Sette çoğunlukla karşılaştığı, en önemsedığı sorunu yemekler olarak ileten Tutuş, 4 aydır çektikleri dizide en fazla bir buçuk ay catering²⁹ ekibinden yiyebildiğini, diğer günler kendi parasıyla dışarıdan yediğini iletmiştir (Tutuş 2022).



Şekil 78. Beykoz Kundura Seti'nin Kendi Catering Şirketinin Verdiği Set Yemeği (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Tutuş'a göre ödemelerle ilgili sıkıntılar da bulunmaktadır. Örneğin set çekime ara verdiğinde o günlere ait ödemeleri yarım kaşe şeklinde yapabildiklerini, bu durumun çalışanları zor duruma düşürdüğünü belirtmiştir. Erken ya da geç saatlerde servise ulaşmak için taksi kullanmaları gerektiğini ileten Tutuş, taksi ücretlerinin ödenmesinde de sorunlar yaşadıklarını, verilen süreden beş dakika önce taksi tutulmasının bile probleme sebep olabildiğini iletmiştir. 6 gün çalışıp 1 gün repo yapmanın dinlenmek için yetersiz olduğunu söyleyen Tutuş'a göre repolar 2 güne çıkmalıdır. Şehir dışında yapılan çekimler için gidildiğinde kendi ekiplerindeki çalışanlardan üç kişinin bir odada kalmasının sorunlara sebep olduğunu ayrıca ekipten ekibe kalınan otelin kalitesinin ve odada kalınan kişi sayısının değiştiğini ileten Tutuş'a göre bu durum hiyerarşik yapıyı ilgilendiren bir sorundur. Genel kaşelerin günümüz ekonomik şartlarına göre düşük kaldığını ileten Tutuş, bütçesel sorunların çözülmesi ve kişiler arası ayrımcılığın yapılmaması gerektiğini belirtmiştir (Tutuş 2022).

²⁹ Yemek şirketi.

Tablo 17’deki verilere göre **Hijyen Elemanı** ve **İş Güvenliği Uzmanı** da set ekibinin içine dahil edilmiştir. Hijyen elemanı temizlik önlemlerinden sorumludur. İş güvenliği uzmanı ise devlet tarafından zorunlu kılınan bir pozisyonudur. İş güvenliği uzmanı tam zamanlı şekilde sette yapılan tüm çalışmalarda bulunmak, onları gözetlemek, denetlemek, riskleri en aza indirmek için işverene bilgi vermekle yükümlü kişidir. Ayrıca çekim başlamadan önce hazırlık aşamasında dekor kurulumlarında bulunmak, orada günlük raporlar oluşturmak, risk analiz raporunu yapmak ve bunları işverenle paylaşarak riskleri minimize ederek çalışanların bu şekilde sete gelmesini sağlamak gibi görevleri de bulunmaktadır. İş güvenliği uzmanı Emre Göral’a göre iş sınırları medya için tam net değildir. İşverenin iş güvenliği uzmanlarının arkasında daha fazla durması gerektiğini belirten Göral, dijital platformların iş güvenliğini daha çok benimsediğini belirtmiştir. Alınması gereken önlemlerin alınma zamanları konusunda üstlerle bazen sorunlar yaşanabildiğini ileten Göral, bu durum dışında hiyerarşik yapıda bir sorun yaşamamıştır. Sendikaya dair eksikliklerin olduğunu ileten Göral, işverenin yapım şirketi olmasından dolayı sorunlar yaşandığını da belirtmiştir. Çalışma saatleri ve günleri hakkında sıkıntılar olduğunu da ekleyen Göral’a göre recceelerde farkedilmeyen sorunlar, sette çalışanlar açısından problemlere sebep olabilmektedir. Verilen efora göre kaşelerin de düşük olduğunu ileten Göral, iş güvenliği konularının önemsenmesinin meslek hastalıklarının³⁰ erken çıkmasının önüne geçilmesi için oldukça önemli olduğunu belirtmiştir (Göral 2022).

³⁰ Meslek hastalıkları, çalışıldıkça ilerleyen dönemlerde çıkan hastalıklardır. Örneğin bel ağrısı, akciğer sorunları, görme ve duyma bozuklukları gibi.

3.9. Sa-Makyaj Ekibi Görev Tanımları, Sorunları ve nerileri

Dizi ve seriyal sektörü oyuncularla birlikte bir hikaye ve karakterler üzerinden ilerleyen alandır. Sa-makyaj ekibi ise oyuncuların bu karakterlere ve dramanın gerektirdiği dünyaya entegre olmalarına yardımcı olmaktadır (Keizer 2023). Genel olarak projeden projeye sayıları çok değişmekle birlikte sa-makyaj ekibi kuafrlerden (sa tasarımcısı), makyaj tasarımcısı, makyz şefleri ve asistanlarından oluşmaktadır.

- **Kuaför:** Sahnenin gerektirdiği sa ve sakal tarzını yapan, yaratıcı ekiple yapılan toplantılarla belirleyip karakter şekillendirmesi onaylandıktan sonra kesim ve ekleme (montaj, peruk vb.) işlemleriyle uygulayan kişidir (Gl 2022).
- **Makyaj Tasarımcısı:** Genel karakter makyaj tasarımlarını yapan kişidir (nal Nayır 2022).
- **Makyöz-Makyaj şefi:** Dizi, seriyal, film vb. yapımlarda senaryodaki karakterler ortaya çıkartıldıktan sonraki tüm makyaj uygulamalarını yapan kişidir (nal Nayır 2022).
- **Makyöz-Makyaj Asistanı:** Karakterin makyajı için gereken tüm malzemeyi hazırlayıp şefi için hazır hale getiren kişidir. Bazı projelerde yan karakterlerin makyajlarını da yapabilmektedir (Eren 2022). Ayrıca makyaj şefi, asistanın set için çok önemli olduğunu, malzeme takibi, düzen, set takibi, devamlılık gibi birçok görevi asistanın yaptığını iletilmiştir (nal Nayır 2022).



şekil 79. Makyaj Karavanı (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Saç tasarımcısı Şahin Gül'e göre kendi ekiplerinin okumaktan ziyade deneyime çok ihtiyacı bulunmaktadır. Eski sektörel koşullarda hiyerarşik koşulların daha sert olduğunu ileten Gül, dört yıl asistanlık gibi zorunluluklar olduğundan bahsetmiştir. Set şartlarının da geçmişte daha sert olduğunu ileten Gül, tuvalette saç taradığı günler olduğunu iletmıştır. Hiyerarşik yapılarda sorunlar olduğunu ileten Gül, brifle emirin karıştırıldığını, üste saygı konusunda astların da abartılı davrandığını söylemiştir. Hiyerarşik yapı olmadan sektörün yürüyemeyeceğini ileten Gül, ikili ilişkilerdeki sınırlara daha fazla dikkat edilmesi gerektiğini bildirmiştir. Gül'ün ilettiğine göre dijital platformlardan Netflix "*Kulüp*" adlı seriyalde çekim öncesinde yönetmenden yapımcıya kadar setteki bütün birimlerin şeflerini toplayıp şu şekilde açıklama yapmıştır: "*Biz kesinlikle dikte, emir kipi ve tehdit gibi ve mobbing uygulamak gibi baskı tarzı, rejim zihniyet, kesinlikle buna izin vermiyoruz ve bu yazılı olarak şimdi bütün birim şeflerine yönetmen yapımcıya sözlü, bütün ekibe ise yazılı olarak geçilecektir*". Bu toplantıdaki kişilerin hepsini bir arada görmenin normalde mümkün olmadığını ileten Gül, dijital platformların bu durumlar için şikayet hattı oluşturduğunu ve sorunlarla ilgilenme konusunda da garanti verdiklerini iletmıştır. Merkeze işin alındığını ve insanların yardımcı konumunda olduğunu ileten Gül'e göre bu durum da sorunludur ve dijital platformlar bu konuyu gözlemleyip önlemlerini³¹ almışlardır. 6 gün çalışıp 1 gün repo yapmanın setteki çalışma temposuna göre yeterli olmadığını ileten Gül, özellikle ulusal kanallara üretilen yapımlardaki setlerde repo öncesi gün, gece çok geç saatlere kadar set konulduğunu iletmıştır. Günde 12 saat çalışma kuralının dijital platformlarla birlikte sektöre geldiğini ileten Gül, dijital platformların pandemi döneminde sektöre destek olduğunu bildirmiştir. Sendika ve bağlı olunan devlet birimlerinde eksikler olduğunu ileten Gül, bazı kurallar olsa da denetleyen birimlerin olmadığını iletmıştır. Ulusal kanallardaki yapımlarda çalışırken ödeme, mobbing vb. sorunlarda muhatap bulunamadığını bildiren Gül, herhangi bir sorun durumunda ulaşılabilecek bir yer olmadığını söylemiştir (Gül 2022).

Erkek kuaförü Ahmet Güner de set çalışma saatlerinde sıkıntılar bulunduğunu, 2 gün reponun sektör açısından daha doğru olduğunu iletmıştır (Güner 2022).

³¹ Örneğin sette koşturmak yasaktır.

Makyaj Şefi Alev Ünal Nayır'a göre Türkiye'de medya sektöründe iş tanımlarında sıkıntılar bulunmaktadır ve bunu şu cümleyle ifade etmiştir:

“Türkiye’de şöyle ki, yani hem kozmetik yaparsınız, hem efekt makyaj yaparsınız, hem plastik makyaj yaparsınız işte hem yeri geldiğinde sakal bıyık uygulamaları yani bu böyle geniş bir yelpaze. Tabi bunların hepsini yaptığınız zaman aslında hani kendinize sektörde iyi bir yer bulabiliyorsunuz.” (Ünal Nayır 2022)

Ulusal televizyonlara üretilen yapımlarda sette ani değişiklik ve istekler gelebildiğini ileten Ünal Nayır bunu şu şekilde ifade etmiştir:

“...işte hani tamamen kozmetik diye başlarsınız ama bir anda senaryo öyle bir yere gelir ki işte ulusalda bu çoğunlukla böyle oluyor işte ne oluyor? Atıyorum bir anda başrolün üstüne kaynar su dökülüyor. Genelde hani genel anlamda aslında hikayenin başlangıcında her şey bellidir ne yapacağınız, ama çıkabilir arada ya da işte yönetmen bi anda işte aa şöyle de mi yapsak, hani yapabiliyorsanız bir şeyi hani onun üstüne gidilir.” (Ünal Nayır 2022)

Hiyerarşik yapıda daha çok yönetmen ve ekibi

yle muhatap olduklarını ileten Ünal Nayır, özellikle sahne hazırlık süreleri hakkında yapılacak makyajın yetiştirilmesiyle ilgili rejî ekibiyle sorunlar yaşadığını iletmıştır. Bazen bu sorunların üslupsal sıkıntılara da dönüşebildiğini ileten Ünal Nayır, sette gergin bir ortamın olduğunu bildirmiştir. Bu tarz sorunların çözülebilmesi için kişilerarası düzgün iletişimin önemini anlatan Ünal Nayır'a göre bu iletişimler mümkün olduğunca yüz yüze olmalıdır. Sektördeki en büyük problemin çalışma süreleri olduğunu ileten Ünal Nayır, gerginliklerin sebebini de buna bağlamaktadır. 1 gün reponun yetersiz olduğunu ileten Ünal Nayır sektörde yemek vb. problemlerin olduğunu, yoğun tempoda çalışan medya çalışanlarının düzgün yemek, yeterli uyku, ödemelerin yeterli ve düzenli olması, gün içerisinde yeterli içecek servisi ve temiz tuvalet gibi konularda sorunlarının olmaması gerektiğini iletmıştır. Geçmiş işlerinden ulusal kanala yapılan bir işte 40 saat sette aralıksız çalıştığını ileten Ünal Nayır, artık 12 saat çalışma süresine daha dikkat edildiğini iletmıştır. Ayrıca kadın olmanın hiyerarşik yapıda kendilerini biraz geri plana ittiğini ileten Ünal Nayır, ancak işinde çok iyi olunduğu sürece bunun aşılabildiğini söylemiştir. Dizi ve seriyal süreleri kısalmadığı, yapımcıların insanı düşünmediği, üretime sadece ticari bakılmadığı sürece sorunların düzelmeyeceğini düşünen Ünal Nayır'ın sektörün düzelmesi

konusunda (çok uzun süredir sektörde olması ve gözlemleri sebebiyle) pek umudu kalmamıştır (Ünal Nayır 2022).

Makyöz asistanı Semra Eren'e göre de iş tanımlarında sorun bulunmaktadır. Çalışma saatleri yüzünden ulusal televizyonlarda çalışmayı bıraktığını ileten Eren'e göre dijital platformlara üretilen yapımlarda günde 12 saat çalışma kuralına uyulmaya çalışılmaktadır. Eren, ulusal televizyonlara üretilen yapımlarda yemek saatlerinde *“ama ya hadi yemeğin bittiyse hadi şu makyajı yapsana arada sıkıştıralım”* gibi cümlelerle dinlenme arasını bile rahat kullanamadığını iletmıştır. Türkiye'deki setlerde bir önceki gün set erken biterse diğer gün o kadar saat ek çalışma talep edilebildiğini ileten Eren, dijital platformlarda kaşelerin ulusallara göre daha iyi olduğunu iletmıştır. Hiyerarşik yapıda kişilerin konuşmalarına daha dikkat etmesi gerektiğini ileten Eren'e göre çalışanlar sinirlerini birbirlerinden çıkarmamalıdır. İngilizlerle çalıştığı işte bir deneyimini ileten Eren, o setlerle Türkiye'dekilerin şartlarının çok farklı olduğunu iletmıştır:

“Çalışma saatlerinde yorgun veya küçük bir yorgunluğunu hissettiklerinde hasta mısın diye sormuyorlar. Çok yorgun gözükiyorsun, istersen geç dinlen ve hayır iyiyim falan, çünkü alışık olmadığımız bir sistem olduğu için yok hayır iyiyim... Hayır geç falan yaptı yani yabancı bir şefimiz var bizim, geçti oturtturdu, gelip üzerime şeyini montunu örtüp kalkıp uyuyacaksın sen falan dedi veya ne bileyim yapımdan izin alıp gönderiyorum ben falan dedi. Kadın tek başına çalıştı.” (Eren 2022)

3.9. Diğer Dizi ve Seriyal Çalışanlarının Sorunları ve Önerileri

Bu bölümde önceki ekiplerde yer almayan kişilerle yapılan 2 derinlemesine görüşmeye değinilecek ve yazarın 2018 yılında çalıştığı ulusal kanallardan TRT1'de yayınlanan *“Tozkoparan”* isimli seriyaldeki iş deneyimi³² ile gözlemlediği post prodüksiyon aşaması akış ve sorunları derlenecektir.

Şoförlük de yapan ulaşım tedarikçisi (firma ortağı) Nurettin Üstündağ'a göre dijital platformların Türkiye'de faaliyete başlamasıyla bazı şeyler düzelmeye başlamıştır. Bazı durumlarda ulaşım dışında işler için de yardım talepleri geldiğini ileten Üstündağ'a göre çok uzun olan çalışma saatleri insanları agresifleştirebilmektedir (Üstündağ 2022).

³² Post prodüksiyon sorumlusu, 1'den 7. bölüme kadar.

Karavan ve Mobil Tuvalet Tedarikçisi (Kiralayıcısı) Yasin Özel'e göre işlerinin tanımı medya sektöründe nettir. Aracı getirip kurulması ve şoförlerin ayrılmadan araç başlarında durması şeklinde bir iş akışları olduğunu ileten Özel'e göre sektörde çalışanlar herkes bir hatasında hemen işinden olabilmektedir. İş başlangıcında anlaşılanların dışında çekim sürecinde bazı şartların değişebildiğini ileten Özel, sorunların düzelmesi için belki daha kurumsal bir yapı oluşturulabileceğini iletmıştır. İşlerin sözleşme yapılsa da daha çok sözle yürüdüğünü ileten Özel, işlerin daha resmi bir boyutta ilerlemesi gerekliliğinden bahsetmiştir. Yemeklerin kötü olması ve çok uzun çalışma saatlerinin sektöre dair genel sorunlar olduğunu ileten Özel, ulusal televizyonlara üretilen yapımlardaki günlük programın dijitale göre daha sorunlu olduğunu fakat tüm yapımlarda rejinin programı daha iyi yapması gerektiğini söylemiştir (Özel 2022).



Şekil 80. Set Ortamında Karavanlar (Görsel Orijinaldir, 11.2022)

Post prodüksiyon aşamasında günlük çekilen görüntüler post prodüksiyon stüdyosuna geldikten sonra genel olarak sırasıyla ses eşleme, (gerekirse) convert³³, kurgu, kurgu revizeleri, ses miksaj, renk ve sonrasında sesli final çıktısı, (gerekirse) kaset basımı ya da sözleşme şartlarına göre olan formatta teslim şeklinde ilerleyen bir iş akışı bulunmaktadır. Bu aşamalarda genel olarak her basamak için çalışan ayrı bir ekip ya da kişi bulunmakla birlikte akışı denetleyen post prodüksiyon sorumlusu ve varsa yardımcıları bulunmaktadır. Post prodüksiyonda çalışan kişilerin çalışma gün ve saatleri settekilere farklı olmakla birlikte oldukça düzensizdir. Özellikle ulusal platformlara üretilen dizi ve seriyallerde bölümün yetişmesi adına ses miksaj için

³³ Kurgu uygulamasının desteklememesi (Avid gibi) sebebiyle çekilen ham görüntülerin desteklenen formata dönüştürülmesi işlemidir.

örneğin gece 11’de program koymak zorunda kalınırken renk işlemi için bazen daha da geç saatlere iş konabilmektedir. Bölümün ses, renk ve teslim çıktısı işlemlerine geçmeden önce kurgunun kilitlenmesi (bitmesi) gerektiğinden dolayı kurgu şefleri ve asistanları bazen post prodüksiyon stüdyosunda kalabilmektedir. Uyunabilmesi için kurgu setlerinde büyük koltuk bulunması, bu durumun en belirgin göstergesidir. Ayrıca sürekli işte olunması sebebiyle yiyecek için dışarıdan söylenen gıdaların tüketildiği kurgu setlerinde, hareketin de az olması sebebiyle post prodüksiyon çalışanları için (özellikle kurgu ekibi) çeşitli sağlık sorunları söz konusu olabilmektedir.



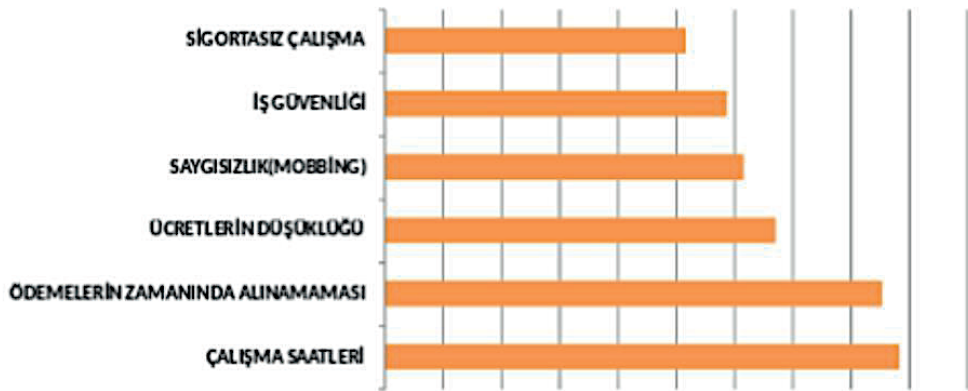
Şekil 81. Kurgu Setinde Dinlenilmesi için Bulunan Koltuk ve Tüketilen Gıdaların Paketleri
(Görsel Orijinaldir, 10.2018)

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Medya üretim hiyerarşisindeki en temel basamaklanma olan “çizginin altı” ve “çizginin üstü” kümeleri ve kendi altlarındaki dikey ve yatay hiyerarşik basamaklanmalar sebebiyle birbirlerine yabancılaşan emekçiler gerek bu yapıdan gerek sektörel şartlardan dolayı aslında ürüne de yabancılaşmaktadır. Görev tanımlamalarındaki eksiklik ve yanlışlıklar, etkileşim rollerindeki belirsizliğe sebep olmakta ve birçok sorunu art arda tetiklemektedir.

Dijital platformların Türkiye’de üretime başlamasından önce T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Rehberlik ve Teftiş Başkanlığının 2018 yılında yayınladığı “Dizi Sektöründe Çalışanların Çalışma Koşullarının İyileştirilmesi Programlı Teftişi” adlı raporda bazı sorunlara değinilmiştir. Bu raporda 2016 yılında Sivil Düşün AB Programı ile akademisyenlerin saha çalışmasından veriler kullanılmıştır. Bu veriler 23 Ağustos – 23 Eylül 2016 tarihleri arasında internet ortamında anket şeklinde elde edilmiştir (T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı 2018)³⁴. Bu veriler;

EN ÖNEMLİ SORUNLARIMIZ



Bu rapordaki verilere bakılırsa katılımın çoğunluğu dizi-seriyal sektörden gelmiştir. Çalışma saatleri ortalama 15.2 saat süre görülmektedir. Sorunlar ise; çalışma saatleri, ödeme sorunları, maaş düşüklüğü, mobbing, iş güvenliği ve sigortasız çalışma olarak sonuçlara yansımıştır.

³⁴ Erişim: https://www.csgb.gov.tr/medias/11980/dizi-sektoeruende-%C3%A7a%C4%B1%C5%9Fanlar%C4%B1n_press.pdf (12 Mayıs 2023)

Tezin ikinci bölümünde ulusal televizyon kanallarına üretilen dizi ve seriyaller ile dijitalle yapılanların hazırlık (çekim öncesi), çekim ve çekim sonrası basamakları ayrıntılarıyla incelenmiş, benzerlikleri ve farklılıkları ortaya konmuştur. Özetle; çok hızlı değişen ve gelişen sektörde gereken çalışan vasıflarının sürekli değişmesi ve artmasından kaynaklı olarak en başka çalışanların kendini sürekli geliştirmesi gereken bir yapı ortaya çıkmıştır. Dijital platformların girmesiyle değişen kâşe miktarları ve ödeme sistemleri, bütçesel anlamda çeşitli karışıklıklara yol açmıştır. Yaratıcılık konusunda da dijital platformlar daha özgür bir yapıya sahip ve denetimden daha uzak bir durumda olmalarından kaynaklı, ayrıca bölüm yetiştirme telaşının nispeten ulusallara göre belirgin derecede az olmasıyla birlikte biraz daha yaratıcı şartlar sunmaktadır. Senaryo konusunda da belirgin farkları olan iki platforma üretilen yapımlarda dijital platformlara üretilen yapımlarda senaryonun sete çıktığında aksi bir durum olmadıkça değişmemesi, kilitli kalması, ekibin elini rahatlatmakta ve planlamanın daha verimli olmasını sağlamaktadır. Paranın harcanması konusunda da denetim üzerine kurulu sistemleriyle çalışan yabancı dijital platformlar her kaleme ne kadar harcadığını kontrol etmektedir.

Tez amacıyla yapılan 25 derinlemesine görüşme sonucunda elde edilen veriler daha detaylı olmakla birlikte genel olarak iki çalışma arasından ortalama 5 yıl geçmiş olmasına rağmen birçok sorunun hala çözülemediği görülmektedir. Görüşmeler sonunda en temel elde edilen veri dijital platformlara üretilen dizi ve seriyaller ile ulusal kanallara üretilenler arasında belirgin farklar olmasıdır. Üretilen medya çeşidi aynı olmasına rağmen çalışma saatleri, kâşeler ve ödeme sistemi şeklinde belirgin farklar bulunmaktadır. Dijital platformlarda çalışanların koşullarında günde 12 saat ortalama 6 gün, ulusal kanallarda benzer görevleri yapanlara göre daha yüksek kâşe, ön hazırlık dahil bölüm başı değil haftalık tam ödeme şeklinde düzeltilmeler görülmüştür.

Dijital platformların Türkiye’de üretime başlamasıyla elde edilen sektörel iyileşme ve kazanımlar, çalışanlarla yapılan görüşmeler doğrultusunda, yurt dışındaki sektör koşullarıyla karşılaştırıldığında yine de yeterli değildir. Ayrıca ulusal kanallara üretilen yapımlarda da bu sırada çalışma saatleri konusunda düzeltilmeler olsa da bu tüm yapımlar için geçerli olmamaktadır.

Genel sektör sorunlarından bütçelendirme sorunu günümüzde de hala devam etmektedir. Oyunculara ayrılan bütçenin arka plan çalışanlarına göre oldukça yüksek olmasından kaynaklı, projenin karlılık oranları benzer oranlarda olmasıyla birlikte, çalışan kaşeleri günümüzde hala düşük bulunmaktadır. Verilen efor ve ayrılan saat doğrultusunda kazançların yeterli bulunmamasının üzerine insani set ortamlarının tam sağlanamaması, günümüzde hala devam eden ve tam çözülemeyen sorunlardan birisidir.

Dizi ve seriyal sektöründe erkek egemen bir ortam olması sebebiyle kadın çalışanların bazı setlerde kendini rahat hissedememesi durumu da gerek ulusal gerek dijital platformlara üretilen yapımlarda var olan bir diğer sorundur. Ayrıca kişiler arası ilişkilerde çeşitli sınırların aşılması ve tartışma durumu, yeni neslin hakkını daha savunan yapıda olması, ayrıca şartlara göre işi bırakıp gitme şeklinde tepkiler verebilmesi sebebiyle bir miktar çözülmüş olsa da hala yaşanabilmektedir. Dijital platformların şikayet hattı adı altında bir sistemlerinin olması ve yaptırım yapabilme gücü, hiyerarşik yapıda üstlerde bulunan ve genelde mobbingi yapan taraf olan kişiler üzerinde bir baskıya yol açmış, gözetim toplumu örneğini yansıtan bu sistem sayesinde sektörel yapıda bir miktar düzelme görülmüştür.

Dijital platformlara yapılan üretimlerde platform yetkililerinin her aşamaya ulusal televizyon kanallarına üretilen yapımlarda olduğundan çok daha dahil olması, teknik çalışma standartları açısından olumlu bir çizgi çizse de içerik ve anlatım öğeleri açısından sıkıntılı bir durum oluşturabilir. Projenin her aşamasında söz hakkı olan yetkililer, ayrıca senaryonun tüm bölümleri dahil onaylamadan sete çıkılmaması prensibiyle, senaryonun şekillenmesinde çeşitli yönlendirmeler yapmaya, ekibin “isteklere” daha fazla maruz kalmasına sebep olabilir.

Uzun yıllardır faaliyette olan ve ihracatta önemli bir kalem haline gelen dizi ve seriyal sektöründe bahsedilen sorunların uzun yıllardır var olsa da birçoğu, yapılan görüşmelerden elde edilen verilerde ortaya çıktığı üzere, sektörün denetimden uzak ve “sahipsiz” bir yapıda olmasından kaynaklı çözüme kavuşamamıştır. Çözümler konusunda genel fikir sendikaların daha aktif bir rol oynaması ve devlet denetiminin daha sınırları belirlenmiş şekilde olmasıdır. Ayrıca insan kaynakları biriminin olmamasından kaynaklı dizi ve seriyal ekiplerinde sorunlar çıkmakta, yapım ekipleri bu konuda problemler yaşamaktadır. Bu konuda da çalışma yapılması çözümler için

önemli görülmektedir. Uzun çalışma saatlerinin, yol ve kahvaltı sürelerinin çalışma saatlerine dahil edilmemesiyle aslında yapılan ekstra mesainin oluşturduğu gerginlik setin birçok noktasında hissedilmekte, 1 gün repo ile oluşan bu yorgunluk geçmemekte, ayrıca yine 1 gün repoda kişiler şahsi işlerini halledememektedir. En temel sorunlardan biri olan bu durumun da çözülmesi en elzem maddelerden bir tanesidir. Yapılan bu çalışma, dijital platformların kendi kurallarını Türkiye şartlarını da göz önünde bulundurarak uygulamasının, sektörel olarak olumlu bir adım olarak görüldüğünü, çalışanların neredeyse hepsinin bu iyileşme durumunu fark ettiğini ortaya koymuştur. Sırada olması beklenen gelişme ise çalışma saatleri, düzen, kaşe ve diğer konularda (bölüm süreleri revizesi vb.) ulusal televizyon ve dijital platform farklılığının ortadan kalkması yönündedir. Ayrıca tekrar bahsedilmesi gereken temel farklardan biri olan ödeme sisteminde bölüm başı değil haftalık ödeme yapılması gerekliliği ulusal televizyonlara üretilen yapımlarda da uygulanması gereken önemli noktalardan bir diğeridir. Ancak bu sorunlar çözüldükten sonra tartışılacak nokta, uluslararası medya standartları olabilecektir.

EK1: Nedim Çinelioğlu, Genel Koordinatör, Uygulayıcı Yapımcı Görüşme Deşifresi (N: Nedim Çinelioğlu, G: Görkem Katmer (yazar))

N: Merhabalar, Nedim Çinelioğlu. 43 yaşındayım, 9 Eylül sinema televizyon mezunuyum. 2005 yılından beri sektörde çalışıyorum. İzmirli bir ailenin çocuğu olarak üniversiteyi İzmir'de okudum. Daha sonrasında yaptığım işin İzmir'de yeterli imkanları olmadığı için aslında bir beyin göçü olarak İstanbul'a taşındım. 2009 yılına kadar da 2008, 2009 yılına kadar da reklam sektöründe prodüksiyon alanında çalıştım. Aslında ben de okulumda okuduğum yetkinlik alanı olan reji departmanında çalışmak isterdim ama o departman sektörde karşıma doğru kişilerle çıkmadı ve kendimi bir anda prodüksiyon ekiplerinin içerisinde çalışır buldum. Bundan dolayı mutsuz değilim. Bu işi yapmayı da seviyorum. Ama imkan olsaydı doğru reji ekibi, doğru insanlar karşıma çıksaydı reji yapmak da isterdim.

G: Peki şu anki görev ve pozisyonumuz nedir?

N: Ben şu anda O3 Medya'da genel koordinatör pozisyonunda çalışıyorum. Bu pozisyon benim için yeni bir pozisyon. Daha önce uzun bir süre uygulayıcı yapımcılık, yani line producerlik yaptım. Bu line producer veya genel koordinatör bu iş tanımını ne? Şimdi aslında işin bir yapımcısı var ve o yapımcının organizasyonu ve onayladığı senaryoyu üzerinden bizler line producerlar olarak ya da genel koordinatörleri olarak bir bütçe çalışması yapıyoruz. O bütçeyi yapımcımız sunuyoruz ve yapımcı bu bizden aldığı bütçeyle bunu, bu kaseti herhangi bir kuruma satıyor ve bunun karşılığında bir para kazanıyor, para kazanmayı umut ediyor. Biz bu bütçeyi yaparken tabii ki en önemli yol arkadaşımız yani bir haritamız, daha doğrusu senaryomuz. Düzgün yazılmış bir senaryo, masa üzerinde bitmiş bir senaryo, bütçeyi yaparken senin en önemli yol haritan oluyor. O bütçe, eğer senaryo kilitlenmedi ise bütçe de hiçbir zaman için kilitlenmiş oluyor. Yolda giderken bu bütçeyi oluşturduktan sonra bütün organizasyonu kurmak adına, başta yönetmen, *cast* ve teknik ekibin tamamını bu bütçe dahilinde oluşturmaya çalışıyoruz ve sonra bu bütçe dahilinde işin çekilmesini sağlıyoruz. Aslında bizim görev tanımınız bu.

G: Peki sizce işinizin tanımı ve sınırları net mi? Bundan bize bahsedebilir misiniz?

N: Evet, aslında bizim işimizin sınırları net. Fakat sektör olarak Türkiye'de sinema sektörü veya dizi sektörü gelişme içerisinde. Geliştikçe de insan sayısı da artıyor, insan sayısı arttıkça kalitemiz maalesef düşüyor. İnsan sayısı arttıkça da yeni yeni

pozisyonlar açılmaya başlandı. Aslında belki sektöre ilk başladığımda şu an yaptığım işi 5 kişiyle yaparken şu an belki 10 kişiyle yapar hale geldim. Bu kötü mü? Hayır değil. Ama bu aramıza yeni katılan 5 kişinin yeterliliğinin ne kadar olduğu tartışılır. Çünkü bu sadece bir tane işten bahsetmiyorum. (04:38) Türkiye'de çekilen belki aynı anda sete çıkan 50 tane proje var. 50 proje için 5 asistan dediğinizde 250 yepyeni bir arkadaşımızın sektöre dahil olduğu anlamına geliyor. Burada da en önemli nokta zaten bu yeni katılan insanların yeterliliği.

G: Peki bu pozisyona gelene kadar öncelerde hangi pozisyonlarda kaç yıl çalıştınız?

N: Şimdi ben 9 Eylül sinema televizyon mezunu olarak sektöre geldiğimde aslında bildiğiniz sıfırdan başladım. Nedir bu sıfır, prodüksiyon anlamında? Yani runner olarak sektörde çalışmaya başlamış oldum. İşte yanlış da aslında buradan başlıyor. Yani sinema televizyon mezunu olup 4 sene bunun eğitimini almış bir öğrencinin sektöre geldiğinde başlayacağı alt pozisyonun ya da hangi pozisyonda başlayacağın zaten okul tarafından net olarak belirleniyor olması gerektiğini düşünüyorum. Yani ben eğer okulumda reji dalında eğitim aldıysam çıktığında en kötü ihtimalle rejinin oradaki uygulanacak bir yeterlilik sınavına göre belki time kodunda, belki devamlılığında, belki de şef asistanlığında görev alarak bile başlayabilirdim. Bu şef asistanlık projeden projeye de değişebilir tabii ki, hangi işin şef asistan olduğun çok önemli. Ama eğer eğitim üzerinden bunu kendimize bir harita çıkartacak olacaksak dediğim gibi okuldan çıktığımda ben aslında hangi bu sektörün içerisindeki hangi işi yapmaya daha yatkınım onların belirlenip, yani eğer reji yapacaksam rejide sektöre timecodedan başlayabilir ya da kamera yapacaksam bu arkadaş fokus yapabilir gibi aslında benim okuldan bir yeterlilik alarak sektörün içerisine girmem gerektiğini düşünüyorum. Tabii sektöre okullu olmayarak da giren bir sürü arkadaşımız var. İşte onlar zaten bence durumu çok karmaşıklştırıyor. Herkesin okuldan mezun olmadığı bir bölümden bahsediyoruz ne yazık ki. Bu arada şunu da açık yüreklilikle söyleyebilirim hani biz yaratıcı bir süreçten bahsediyoruz. Bu yaratıcı süreçte eğitim tabii ki çok önemli ama eğitim alma fırsatı bulamamış ama bu yaratıcılığını ortaya çıkartan gerçekten değerli arkadaşlarımız da var. Onları da kaybetmek adına bir cümle kurmuyorum. Ama onların ya da yeni gelen genç yetenekli arkadaşlarımızın doğru bir şekilde sektörün içerisine girmesi gerektiğini düşünüyorum. Ben okulda olarak runner pozisyonunda gidip sigara almaya başlayarak sadece ehliyetim olması özelliğiyle

aslında bu işe başlamış oldum. Kimse bana hangi okuldan mezun olduğumu sormadı. Yani benim ehliyetim vardı, biraz organizasyon zekam vardı ve o organizasyon zekasıyla ve ilk baştaki gençliğin vermiş olduğu uzun saatler çalışmaya dayanabilmenin getirdiği artıyla sektörde kendime yer edinmeye başladım. İşte iş işi doğurdu derken, sektörde de gerçekten gelişmesinden kaynaklanan bir şekilde çok fazla yeni insana ihtiyaç var ki hâlâ var, o yüzden de kısa bir zaman içerisinde aldığın eğitimden dolayı da kendime yer edinmeye başladım. Runnerlıktan başladım, yapım asistanlığı yaptım, ondan sonra yapım amirliği derken orada bir karmaşıklıklaştı süreç. Yapım amiri mi? Yapım sorumlusu mu? Titlelar iç içe girmeye başladı. Bu da çok önemli bir sorun, işte yani yapım amiri yapar ne yapar, yapım sorumlusu ne yapar? Hele günümüze geldiğimizde onlar bir de unit managerlar oldu dijital işlerde, herkes birbirinin işini yaparmış gibi gözükmeye başladı. (09:14) Çok fazla title var. Ama aslında içerik olarak neredeyse aynı şeyleri yapıyorlar Türkiye'de. Ama aslında yurtdışındaki örneklerinde bu böyle değil. Eğer bir unit managersanız kalkıp da location manager'ın işine karışamazsınız. Location manager da zaten bir mekana bakarken yurt dışında lojistiğinde bakarak da bakıyor, iş güvenliğine bakarak da bakıyor. Yani siz kolonları, kirişleri çatlak patlak bir mekanda metruk mekan çekemezsiniz. Ama biz bunu Türkiye'de çekiyoruz. Bu riski alıyoruz. İşte zaten bu hız da tabi ki buradaki en önemli şey. Bu viski almanı sağlıyor diyeyim, ama gereksiz riskler alıyoruz. Ha sektör 5 sene öncesine göre pandemiden sonra da çok başka bir yerde. Yani artık bizim sektörümüzün içerisinde de iş güvenliği arkadaşlarımız var. Ama iş güvenliğini %100 uyguluyor muyuz? Tabii ki uygulamıyoruz. Ama en azından sette artık birileri var. Ve ne yazık ki arkadaşlarımız öldü, ölen insanlar oldu. O insanları kaybetmemek adına da önemli adımlar attık. (10:42)

G: Aslında Türkiye'deki bu iş tanımları bir yandan aslında bir önceki örnekten anladığımız kadarıyla net değil daha hala, herkesin görevi. Şimdi sizin titleda net, ama işte altınızda unit manager, location manager gibi hala daha Türkiye'de tam oturmamış tanımlar var diyebilir miyiz?

N: Yani departman departman değişiyor tabi ki reji departmanında bu çok net. Reji için hazırlık asistanı, time code, devamlılık, şef asistan dediğinde karşılığını buluyor. Ama mesela yardımcı yönetmen için bile aslında bazen karşılığını bulmuyor. Yani yardımcı yönetmen sadece program yapan yardımcı yönetmen de var, hem program

yapıp hem yönetmenin yanında sette olan yardımcı yönetmen de var ya da sadece sette yardımcı yönetmenlik yaparak hiç programa karışmayan arkadaşlarımız da var. O yüzden departman departman bu şey aslında değişiyor. O, projesinden projesine göre de değişiyor. Yani projenin bütçesi, imkanları, şartları doğrultusunda bazı projelerin evet 2 yardımcı yönetmeni olması gerekliliği zorunluluğu karşımıza çıkıyor. Tıpkı benim son yaptığım işte Atatürk projesinde 2 tane line producer olması gibi. Yani bu yanlış bir şey değil projenin büyüklüğüne göre işte muadillerine açıp baktığında yurt dışında, evet bir projenin bir sürü line producerı olabiliyor, bir sürü yapımcısı olabiliyor, bir sürü co producer olabiliyor. Onların hepsinin gerçekten yurt dışında karşılığı var. Aslında bizim Amerika'yı tekrardan keşfetmenize gerek yok. Bu işi doğru yapan sektörel olarak, hiyerarşik olarak da doğru yapan ülkeler var. Bunların en başında İngiltere geliyor. İngiltere'deki sistemi alıp kendimize adapte edebilmeyi başarsak aslında sektör olarak çok doğru bir yere getirmiş olacağız. Bizdeki zorluk sadece şu; şu anda sektördeki olan insan sayısını ben tahmin edemiyorum bile. Kaç kişiyiz bilmiyorum. Ama aslında sendikalar bazında bu sayıların belli olması lazım. Yani Türkiye'de kaç tane görüntü yönetmeni varı ben bir genel koordinatör olarak biliyor olmam lazım. Ama bilmiyorum gerçekten. Aktif kaç tane var, kaç tane emekliye ayrılmış görüntü yönetmeni var, bunların hiçbirisi net değil. Yani bir projede bir arkadaşımızı yardımcı yönetmen görürken bir sonraki projede yönetmen görebiliyoruz. Kim karar veriyor buna? O projenin şartları ve imkanları. Sonra o arkadaşımız yönetmen olduğu için bir daha yardımcı yönetmenlik yapamayıp, yani basamak olarak kendini düşüremeyeceği için çok işsiz kalan ve bu süreçte çok zorlanan arkadaşlarımız oldu. Yani herkes yönetmen olma eşliğini atlamıyor. Gerçekten çok iyi yardımcı yönetmen arkadaşlarımız var, ama hiçbir zaman iyi yönetmen olamadılar. Keşke hep çok iyi yardımcı yönetmen olarak kalabilmeyi başarsalardı. İşte bunları başardığımız zaman da ileriye gideceğiz. Ama Türkiye'deki ekonomik şartlar da işte ne yazık ki seni hep bir basamak, bir koltuk üste itirmeye çalışıyor. Çünkü bir koltuk üste gittiğinde kaşe olarak daha iyi bir kaşe hak edişin oluyor. Fakat sürekliliği ne kadar oluyor, işte o tartışılır. Herkese de her zaman doğru proje denk gelmiyor.

G: Peki ekibinizde kaç kişi var? Bu kişilerin görevlerini söyleyebilir misiniz?

N: Şimdi ben şu anda aktif olarak bir tane ulusala televizyon dizisi yapıyorum. 2 ekip çekiyoruz. Benimle beraber ekip olarak çalışan bir tane uygulayıcı yapımcım var. Onun dışında 2 ekibin başında 2 tane yapım koordinatörüm var. Ama çoğu ulusal işte 2 tane yapım koordinatörü yok. Bütçesel olarak bir yapım koordinatörü tercih eden çok fazla iş var. Yapım koordinatörlerinin altında yapım amirleri var. Yani 2 ekip olarak düşünürsek 2 tane yapım amiri ve onun dışında işin büyüklüğüne göre 2-3 tane yapım asistanı ve 1-2 tane de runnera ihtiyacımız oluyor. Ekip sayıları genel olarak böyle. Projeden projeye prodüksiyon ekibinin büyüklüğü veya küçüklüğü değişiyor. Ama 2 ekip çalışan bir reji ekibinin sayısı çok daha net ve keskin bir şekilde belli oluyor. Burada prodüksiyon ekipleri için enteresan bir durum var. Mesela en son Atatürk projesinde Makedonya'ya gittik. Şimdi Türkiye'de şöyle bir yanlış anlaşılma var. İşte ben de az önce bahsettim ya benim ehliyetim vardı ve o yüzden prodüksiyon yapabiliyor oldum. Şimdi ehliyeti olan herkes prodüksiyon yapabilirmiş gibi bir düşünce var sektörün içerisinde. İşte burada büyük bir yanlış başlıyor. (16:00) Prodüksiyondaki arkadaşlarımız ehliyetleri de oldukları için onlara şirket tarafından bir araç tahsis ediliyor ve aslında işe gelip giderken bu aracı kullandıkları gibi işin lojistik kısmını da bu arkadaşlarımız transferlerle karşılıyor. Fakat bunun yurt dışındaki formülünde ise bu böyle değil. Yurt dışında herhangi bir lojistiği yapan departman driverlar, yani şoförler. Yani runner dediğimiz arkadaşımız aslında bir şoför değil. Runner dediğimiz arkadaşımız prodüksiyonun altında bir adam, ama bizde o iç içe girmiş durumda. Özellikle prodüksiyon ekipleri için konuşuyorum. Yani yurt dışında bir şoför sadece transferini yapıp getirdiği zaman görevi bir sette bitiyor, onun sadece görevi a noktasından b noktasına istenilen kişiyi getirmek veya istenilen malzemeyi taşımak. Fakat bizde Türkiye'de bu böyle değil. Bizde aynı zamanda yapım asistanları, runnerlar aynı zamanda şoförlük de yapıyor. Bu aslında prodüksiyonun şeyinin de küçültüyor, janını da küçültüyor. Yani insanların prodüksiyona bakış açısını ve saygısını da azaltıyor. Aslında hiçbir zaman için bir prodüksiyon bir şoför değil. Bu ayrımın yapmayı başarabilirsek bütçe olarak, bu bir bütçe meselesi. Çünkü şoförler diye bir kalem de açmak lazım. O zaman prodüksiyonda birazcık daha yetkin arkadaşları görme imkanımız artabilir. Çünkü gerçekten şoför olmuş ama adına şoför demeyip runner dediğimiz arkadaşlarımız da bizim prodüksiyon ekiplerimizin içerisinde çalışıyorlar ve bunlar genelde genç arkadaşlar oluyor. Sektöre yeni girmiş

arkadaşlar oluyor. Yeni girdikleri için de delikanlı oluyorlar. Hızlı araba kullanıyorlar. Risk payın prodüksiyonuna böylelikle çok fazla artıyor. Eee kanları hızlı aktığı için kötü araba kullanıyorlar aslına bakarsanız. Yeni yeni emniyet kemeri bağlayan bir ülkede işte orada güvenli transferi yapmak da zorlaşıyor açıkçası ve o yüzden de prodüksiyon ekiplerinin içerisinde kaza yapan ya da arabasıyla tehlike atlatan arkadaş sayımız da çok fazla. (18:32)

G: Peki şimdi runnerlar vardı, onun üzerine prodüksiyon asistanları vardı. Prodüksiyon asistanları ne yapar?

N: Yani aslında şimdi şöyle; uygulayıcı yapımcı sette birebir bulunup bütçenin Genel Koordinatörün ona verdiği bütçe dahilindeki bütün organizasyonu yönetiyor. Uygulayıcı yapımcı bunu yapıyor. Burada ikili ilişkilerini kullanarak, çıkabilecek sorunları önceden sezip o sorunlara müdahale ederek setin programa uygun bir şekilde ve bütçeye uygun bir şekilde çekilmesini sağlıyor. Onun altında 2 tane yapım koordinatörü var. Yapım koordinatörleri, uygulayıcı yapımcıya birebir bağlı olarak çalışıp, rejiye hizmet ediyorlar. Rejinin programının sahada uygulanmasını sağlıyorlar. Onun altında yapım amirleri var. Yapım amirleri, rejiden gelen programı, yapım koordinatörlüğünün onayladığı şekilde sahada uygulayan kişiler. Yapım amirleri de bunları sahada uygularken yapım asistanlarından yararlanıyor. Yapım asistanlarının da altında dediğim gibi runnerlar var. Runnerlar da en altta, artık prodüksiyonun bütün getir götür işlerini yapıyor ve tüm lojistik işlerini yapıyor. Aslında o runnerların bir basamak üste çıkıp o runnerların yerine şoförlerin gelmesi lazım. Lojistiği tamamen şoförlerin yapıyor olması gerektiğini düşünüyorum. (20:02)

G: Peki o zaman bir de üstü konuşsak genel koordinatör ve yapımcı kaldı sanırım değil mi? Onlar ne yapar?

N: Evet, yapımcı aslında bir hayali satın alıyor ve o hayali, bu hayal bir senaristin yazdığı bir şey olabilir ya da yönetmenin kafasında tasarladığı bir şey olabilir, bunu hayata yani kasete dönüştürmek için gerekli olan bütçeyi ve ekibi kurmaya çalışıyor. Yani x bir senaryomuz var, bu senaryoyu başrolünü şunun oynamasını ya da şu yönetmenin çekmesini istiyoruz. Tamam, ona göre ilişkiler kuruyor, bunun için kaynak yaratıyor ve bu kaynağı dönüyor genel koordinatörü ile paylaşıyor. Diyor ki böyle bir senaryomuz var, şu yönetmen çekecek, bu başrol oyuncusu oynamasını hayal ediyorum. Hadi buna bir bütçe yapalım diyor ve oturup aslında beraber genel

koordinatörün yetkinliği ile beraber bir bütçe yaratıyorlar. O çıkan bütçe, 10 birim çıktıysa ve yapımcı ya evet 10 birim çıkartmışsın ama benim buna yaratabildiğim kaynak 8 birim diyebilir. 8 birim üzerinden o bütçeyi tekrar revize ediyorlar. Kimi zaman başrolden vazgeçiliyor, kimi zaman senaryodaki bazı sahnelerden vazgeçiliyor gibi gibi. Tüm organizasyon buna göre, o bütçeye göre yapılıyor. Evet.

G: Peki şimdi yapım ekibi ile prodüksiyon ekibi aynı mı?

N: Aslında aynı.

G: İsmen bir karışıklık var sadece aslında.

N: Evet, ama bu Türkiye'de aynı, yurt dışında aynı değil. Yurt dışında prodüksiyon ekiplerinin yaptığı işle Türkiye'deki prodüksiyon ekiplerinin yaptığı iş birbirinden farklı maalesef. Yani yurt dışındaki prodüksiyon ekipleri her türlü, setin her türlü ihtiyacını karşılıyor. Yani sete gelecek açılacak sandalyeden şemsiyeden çadırdan tutun da gerekli olan her türlü ekip ekipmanı sağlayan departman aslında, ama bizde pek öyle değil. Onu birazcık daha Türkiye'de set ekipleri ya da artık günümüzde fasilite ekipleri karşılar hale gelmiş. Türkiye'de prodüksiyon ve yapım ekipleri aynı diyebiliriz. (22:44)

G: Aynı tamamdır. Şimdi en önemli sorulardan birine geldik. Yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası aşamaları, ulusal televizyon kanalları ve dijital platformlar için, ayrı ayrı, aşama aşama, şekil ve şemayla anlatacağız. Önce ulusal televizyonda bir dizi nasıl var oluyor? Taa yapımcının konuyu bulup kanala satmasından bile başlayabiliriz. Bu ilişkiler nasıl yürüyor?

N: Ya bunun bir tane formülü yok aslına bakarsanız yani ama sonuç itibariyle bir senaryo var ya da bir fikir var. Bu fikir gerek kanaldan da gelebilir, gerek senaristten de gelebilir, gerek yapımcıdan da gelebilir. Yani senarist fikrini yapımcısı olmadan kanalla olan ilişkileri sayesinde kanala da deklare edebilir ve kanal buna Türkiye'deki bu işi yapabileceğini düşündüğü yapım firmalarına “ya bizde böyle bir proje var, bunu yapmak ister misiniz?” diye de yapımcıyı arayıp sunabilir ya da yapımcı senaristten bulduğu senaryoyu “biz bu sene böyle bir proje düşünüyoruz, bu projeyi bu sene sezonda kanalınızın yayın programına yayın akışına alır mısınız” diye de şey yapabilir. Ama sonuç itibariyle ortada bir fikir ve bir senaryo var. Bu senaryoyu fikir üzerinden yola çıkarak bunu kim oynar ve kim çeker, en önemli soru işaretleri. G: Şu an ulusal televizyonları konuşuyoruz, televizyon dizilerini konuşuyoruz?

N: Evet, televizyon dizilerini konuşalım, aslında dijitallerde de bu hemen hemen aynı.

G: Evet.

N: Yani ortada bir fikir var o fikri dijitallerde birazcık daha yapımcı ve dijital platform arasında gidiyor geliyor ilişki, yani senarist direkt yani dijital platformlar çok fazla senaristlerle birebirde aslında muhatap olmuyorlar. Çünkü dijital platformlar aslında yurt dışından yönetilen, Türkiye ofisleri olsa da belli bir yoğurt yeyişleri olan firmalar. Yani öyle çok ahbap ilişkileri olan yerler değil ya da Türkiye'de güvendikleri senarist sayısı o kadar fazla değil. Türkiye'de ciddi bir senarist sıkıntısı var çünkü. O yüzden dijitallerde daha çok yapım firmasının ortaya koyacağı projenin dijitalle satılması üzerinden ilerliyor. Ama ulusallar hem hız anlamında hem de içeriğin daha kolay, ikili ilişkilerin daha hızlı çözülmesi anlamında az önce verdiğim örnek gibi olabiliyor. Sonuç itibariyle bir fikir yapımcı üzerinden kanala veya dijital platforma gidiliyor ve bunun için el sıkışılıyor. Ama ortada daha herhangi bir bütçe yok. Fakat ulusallar için zaten her kanalın kendi kafasından belirlediği bir ortalama bir bütçe var. Yani bir iş 4 milyon liraysa bir işin 8 buçuk milyon olma ihtimali Türkiye'de yok. Yani 4 olmaz da 5 buçuk olur. O hem kanalın aldığı risk olur hem de yapımcının aldığı risk olur. Ama herkes için kafasında Türkiye'deki ekonomik yapıya göre bir bütçe var. (26:50) Sonuç itibariyle senaryo veya fikir yönetmeni bulunuyor, oyuncusu bulunuyor ve 3 aşağı 5 yukarı günümüzde ulusallara yapılan her işin de bütçesi belli. Kast bütçesi de belli. Yani siz bir proje yaptığınızda kast bütçesine hiç daha detaya girmeden “biz şu paraya bu kasti bitirmeliyiz” zaten otomatikman diyorsunuz. Yani atıyorum bu 4 birimse siz bir birimini kasta ayırıyorsunuz zaten, 1 birimini kast alıyor. Bu kast nasıl oluyor? Şimdi evet, başrol oyuncusu dünyanın her yerinde çok önemli bir noktada. Yani başrol oyuncusu yeri geliyor işin ortağı oluyor. Bu yadsınamaz bir gerçek. Ama riski tek başına yapımcı almıyor, oyuncu da alıyor. Yani oyuncu da kendisi CV'sinde kötü bir projede ya da devamlılığı olmayan bir projenin içerisinde yer almak istemez. O yüzden de senaryo burada çok önemli oluyor. Her oyuncuya her sezon belki 20 tane senaryo gidiyor, fakat hiçbirini olmuyor, ya da en sevdiklerinden bir tanesi oluyor. Ama yolda giderken o proje ulusallarda çok değişiyor ve aslında belki de bir başrol oyuncusunun ya da yönetmenin en başta okuduğu senaryoyla ortaya çıkan ürün arasında bir fark oluyor. Bu hem bütçeden kaynaklanıyor hem zamandan kaynaklanıyor. Çünkü ulusallarda çok ciddi bir şekilde zamanla yarışan ve bütçeyle baş etmeye çalışan bir

durum var. Kreatiflik çok tartışılır. Oradaki, ulusallardaki ana beklenti, belli bir bütçenin içerisinde, belli bir gün sayısında, belli bir dakikayı üretmek ve bu da günümüz Türkiye'sinde gerçekten çok acımasız bir noktada. Sektördeki tüm çalışanlar bu süreleri üretmekten bu süreleri yazmaktan mutlu değil. Bunun kanal tarafı da mutlu olduğunu düşünmüyorum. Kanalın kreatif kısmının da mutlu olduğunu düşünmüyorum. Ama ne yazık ki bütçelerimiz bu. Biz bu bütçelere bu işleri yapmak zorunda kalıyoruz. Kanal da bütün gecesinde tek bir dizi yayınlamak aslında istemez. Ama buna onlar da zorunlu kalıyor ve bu Türkiye'nin ekonomik şartlarına kadar aslında geliyor mevzusu. Türkiye'deki şartlar bu acımasızlığı doğuruyor ne yazık ki. Keşke daha az sürelerde daha kaliteli işler yapabiliyor olsak.

G: Peki şu an kaç dakika?

N: Yani şu an 140 dakika ortalamalı diyebilirim ve bu 140 dakikayı günümüzde 6 günde çekmek zorunda 2 ekiple bir dizi. Maksimum 6 günde. Bunu 5 günde çeken ekipler de var, onlar şanslı ekipler. 5 günde, şanslı yapımcılar bu arada yani bir yapımcı 140 dakikayı 5 günde ürettirebiliyorsa bir ekibe, o bir gündeki prodüksiyondan çok büyük save edebiliyor ve o para gerçekten yapımcının çok ihtiyaç duyduğu bir para. Çünkü kanallardan aldığınız parayla günümüz şartlarında bir diziyi mal etmek, üretmek hiç kolay değil. Artık bir dizi, hele eli ayağı düzgün bir ulusal dizinin yurtdışı satışı ve Youtube gelirleri olmadan ayakta kalması, sadece kanaldan gelen parayla ayakta kalması mümkün değil. (30:52)

G: Peki az önce konuştuk, ulusal televizyon dizilerinde senaryonun değişebildiğini, hatta ilk bölümden itibaren değişebildiğini neredeyse galiba söylediniz değil mi?

N: Evet.

G: Peki dijitalde böyle bir durum oluyor mu?

N: Oluyor tabi ki yani şimdi ilk başta yazılanla sete çıkarken yazılan arasında fark oluyor. Fakat oradaki en önemli fark sete çıktığında senaryo kitlenmiş oluyor. Yani dijital platformun senden istediği şey o; bana çekeceğin şeyi ver diyor. Yani senin senaryon sete çıktığında hazır oluyor. O yüzden şimdi sezonda başlayan bir iş ulusallarda birinci bölüm, ikinci bölüm en fazla oluyor fakat iş yayınlandığında seyirciden gelen tepkilere göre senaryoda çalışan akslara daha fazla yazılırken, bazen çalışmayan akslar da aslında senaristin vazgeçtiği bir hikayeye dönüşebiliyor ya da yeni yeni akslar açmak zorunda kalıyor. Ama dijitalde bu böyle değil. Dijitalde başı

sonu belli bir şeyle sete çıktığında kilitlenmiş oluyor. Yani onun değişme ihtimali sette ancak kötü bir şeyin olması sonrasında olabilir. Yani sağlık durumu, oyuncunun başına bir şey gelmesi vesaire vesaire. Onun dışında pek öyle bir şey tercih edilen bir durum değil yani, sete çıktığında çekeceğin şeyi herkes bilir ve ona göre pozisyon alır.

G: Aks olay; olay örgüsü mu demek?

N: Evet.

G: Tamamdır, çok güzel, bunu sonra soracağım. Peki yapım öncesi aşamayı aslında konuştuk. (N: Evet.) Peki yapım aşamasında ulusal ve dijitalin farklarını yine konuşur muyuz ve neler yapıyoruz biz bu yapım aşamasında?

N: Şimdi, dijitalde bütün hazırlık boyunca aslında finalde anlaşılan senaryo elinde var. Ne çekeceğini, hangi mekanda çekeceğini biliyorsun. Dijitalin hazırlık sürecinde yönetmeniyle beraber bütün mekanlara önce mekan gezileri yapıyorsun, sonra teknik recceler yapıyorsun. Ve eğer yönetmenin ki dijitaldeki dijital çalışan yönetmenlerin çoğu bu donanımda, yeterli ve o donanımda bir yönetmense zaten seninle teknik recceye gittiğinde tüm teknik ekibe ne çekmek istediğini aslında anlatıyor. Ulusalda ise bu böyle değil. Ulusalda sen eğer bir bölüm çekim senaryon varsa sete çıktığında bu çok iyi bir şey maalesef ki, ve bazı mekanlara daha hoca hiç mekan gezisi yapmadan sadece çekim yapmak üzerine gittiğimiz çok mekan oluyor. Bu ikinci, üçüncü bölümde sadece yönetmene telefonda ya da bilgisayardan mekan sunumu yapılarak onaylatılıyor. Halbuki dijitalde o mekanların hepsine gidiyorsun, önce mekan gezisi yapıyorsun yönetmeninle, daha sonra teknik ekibin katıldığı teknik recce yapıyorsun. O yüzden de aslında teknik ekip sete geldiğinde o mekan hiç kimse için bir sürpriz olmuyor, herkes teknik malzemesini nereden alacağını, sete hangi sürede getireceğini, tüm hazırlık süresini çok iyi bir şekilde organize edebiliyor. Ulusalda bu böyle değil. Ulusalda bu kara düzen oluyor.

G: Tamam şimdi bir de yapımımız var, yani işte bir günde ne kadar çalışıyoruz, haftada kaç gün çalışıyoruz, kaç dakika bant çekiyoruz ve senaryolarımız kaç sayfa. Bunlardan bahsedebilir misiniz?

N: Şimdi, ulusal için bahsedersek 140 dakikalık bir bant üretmemiz isteniyor. Birinci bölümde tabii ki bunu 6 günde çekmemiz mümkün değil. Ekibin birbirine alışması, oyuncuların hikayeye alışması, rejinin oyunculuğu oturtması vesaire derken, bu süreler yaklaşık 20 günle 30 gün arasını buluyor, birinci bölümün üretilmesi. Dijitalde ise

çekteceğın sayfa sayısı çok daha net ve bütçe çok daha keskin olduğu için, bu zaten çekilecek sayfa sayısı bir total süre üzerinden çekim süresi üzerinden yapım ve reji tarafından el sıkışıyor. Yani biz bu senaryoyu şu kadar haftada üreteceğiz diye el sıkışıyor ve ona göre total bir program yapılıyor. Total programda programın içeriğine göre bu kimi gün 2 sayfalık bir iş olurken kimi gün 6 sayfalık bir iş oluyor ve gün gece dengesi gözetilerek yapılıyor. Çalışma süreleri olarak bir dönüm aşamasındayız, böyle bir evrim geçiriyor sektör. Çok uzun saatler gerçekten setlerde çalışmak zorunda kaldık. Çok daha az sayfa sayısı üretirken de çok daha uzun setlerdeydik bu arada. Yani 90 dakikalık işler yaparken de sette 16 saat 17 saatler çalıştı bu ekipler. Fakat artık günümüzden bahsedersen 140 dakikalık bir işi mümkün mertebe ekipler 12 saatte ve maksimum 6 günde çekmeye çalışıyor. Dijitalerde 2023'ten itibaren bir dönüşüm daha başladı. 5 gün çalışıp 2 gün repo yapmak istiyor dijitalde çalışan arkadaşlarımız da ama röportajın başında da söylediğim gibi bir aslında sektörel bir yetkinlik yok. Yani ben bir önceki işimde dijital bir işte çalışırken bir sonraki işimde ulusalda herhangi bir işin genel koordinatörlüğünü yapar hale geldim. Yani sadece dijital yapan arkadaşlarımız bu tamamen tercihe kalıyor, insanların tercihine kalıyor. Yani siz sadece dijitalde bir iş yapmak istiyorsanız, dijitalde bir iş gelinceye kadar iş beklemek zorunda kalabiliyorsunuz. Ulusalda da yaptığımız projenin devamlılığı önemli. Yaptığınız proje eğer tutarsa o sezonun içerisinde kaza bela yaşamazsanız sezon sonuna kadar çalışabiliyorsunuz. Ama maalesef yeni bir iş kuruyorum, daha ikinci bölümü bitirmek üzereyiz, ikinci ekibimizdeki içecek servisini yapan arkadaşımızı bile değiştirdik, ikinci ekibin ışık ekibini komple değiştirdik. Bu tamamen yapımcıdan ya da benim şeyimden, organizasyonumdan kaynaklanmıyor. Işık ekibini değiştirme nedenim mesela ikinci ekibin görüntü yönetmeniyle frekanslarının uyuşmaması nedeniyle de bir değişikliğe gider hale geliyoruz. Buradan da şuna bağlayabilirim. Yani biz aslında genel koordinatörler veya uygulayıcı yapımcı olarak ekibi kurarken aslında kademeli olarak insanları işe alıyoruz. Önce bir yönetmen, yönetmenle bir araya geliyoruz. Diyoruz ki senin bu projeyi yaparken yol arkadaşı olarak tercih ettiğin bir görüntü yönetmenin, sanat yönetmeninin, kostüm tasarımcın, işin büyüklüğüne göre stylingin, kuaförün, makyözün, makyaj tasarımcın, proje tasarımın var mı diye konuşuyoruz. Orada fikirler çarpışıyor. Yok ben projeye öyle bakmıyorum, o görüntü yönetmeninin bu işi doğru çekebileceğini düşünmüyorum, bunun daha doğru olacağını

düşünüyorum diye fikirler karşılıklı çarpışıyor ve en sonunda bir ekip kuruluyor. (39:28) Aslına bakarsanız ekibin şefleri burada belirleniyor. Yani görüntü yönetmeni belirleniyor. Sonra, bir basamak altında görüntü yönetmenine iniyoruz. Görüntü yönetmenine diyoruz ki hayırlısı olsun, bu projede beraber çalışacağız, imkanlar şartlar bu, senin tercih ettiğin bir ışık şefin var mı? O tercih ettiği ışık şefini bize söylüyor ve biz sonra o ışık şefiyle konuşuyoruz. Fakat ondan sonrası gerçekten bir kara delik. Işık şefinin hangi asistanları projenin içerisine getirdiği konusunda bizim bir aslında işveren olarak söz hakkımız olmuyor. Orada ışık ekibini oluştururken şef de ışık şefi de o anda sektörde hangi asistanlar boşsa o insanlarla, belki hiç tercih etmediğim insanlarla ya da yepyeni çalışacağı insanlarla ekibini kurmak zorunda kalıyor ve biz çekmeye başlıyoruz, iş başlıyor. Aslında işe adamı yani en son ışık asistanını işe ben alıyorum, işvereni benim. Yolda giderken şefiyle herhangi bir pürüz yaşadığında şef “bu arkadaşımızı göndermek istiyorum ben başka bir asistan alacağım” dediğinde aslında sektörde ben çocuğu işten kovan adam pozisyonuna geliyorum. Ama aslında orada bir kırılım var. Bu ciddi bir çıkmaz. Yani ben aslında çocuğu işten kovmuyorum. Yani çocuğu zaten işe de ben almadım. O zaman aslında burada sektörümüzde şuna ihtiyaç duyuyoruz. Bizim sektörümüzde bir insan kaynakları bölümü yok. Eee, yani benim şirketimin yapmış olduğu işlerde çalışan ışık asistanlarının yeterliliğini bilmediğimiz gibi, o asistanların bir sonraki işinde başka bir şirkete gidip x bir işte çalışıp çalışmadığını da kontrol edemiyoruz. O yüzden de biz işten işe noname yepyeni asistanlara çalışmak zorunda kalıyoruz. O yüzden de aslında sektörde yeterlilik çok önemli. Hangi insanla çalıştığımızı bilmeden insanları işe almış oluyoruz. Bizim işe alırken sadece şu anda prosedür olarak kontrol ettiğimiz şey askerlik belgem var mı, sabıka kaydın var mı, bunlara bakıyoruz. Eğer bunlar yoksa bir asistanı işe alıyoruz ama o asistanın yeterliliği nedir, ekibiyle uyumlu nedir, daha önceki işlerinde şefleriyle ya da diğer ekiplerle uyumu var mı, uyumsuzluğu var mı, bunu hiçbir şekilde bilmeden o insanı işe alıyoruz. İşte burada da aslında her departmanın kendi sendikasının olması ve sendikanın da o asistanlara çalıştığı işlere göre bir yeterlilik veriyor olması gerekiyor. Yani ben herhangi bir işe bir ışık asistanı alırken sadece ışık şefinin referansı ile almamam gerekiyor. Dönüp sendikanın da bana ışık ekiplerinin sendikasının da “evet sen bu arkadaşını işe alıyorsun ama bu arkadaş o donanımda değil” ya da “bir önceki işinde bak şu firmada şöyle bir sorun yaşad, işe

alıp almamak senin kararın” diye şeyde bulunması gerekiyor, benimle paslaşması gerekiyor ya da ben onunla paslaşmalıyım. Ama biz bunu hiçbir zaman için yapmıyoruz. Yani yeterlilik sorgulanmıyor, insan kaynakları ne yazık ki bizde yok, ve bununla ilgili de çok fazla sorun yaşıyoruz aslına bakarsan.

G: Peki acaba şöyle bir sistem mi olmalı, bunun sorunuyla ilgili? Acaba sadece hizmet alımı yapmalısınız bilmem ne, işte ışık ekibi kendi şirketiyle gelecek ve siz ödemelere karışmayıp onlara toptan bir, aynı size kanalın para verdiği gibi, siz de ışığa işte haftalık sallıyorum 80.000 TL ödeme. Bu sistem daha sağlıklı olur mu sizce?

N: Bu sistem aslında denendi. (43:44) Işık firmalarının rentalların kendi asistanları vardı. Fakat daha sonra bu sistem çalışmadı ve ışık asistanları rentallardan ayrılıp bireysel olarak çalışmayı tercih ettiler. Bu tamamen aşık ekiplerinin kendi tercihleriydi. Sonuç itibariyle aynı şey kamera için de geçerli. Yani bir kamera firması kamerayı sana kir alıyor ve sorumluluğunu yapımcı olarak sana veriyor. Fakat aslında o kamerayı taşıması, açması, sette çekime hazır hale getirmesinin sorumluluğu bir kamera asistanında. Fakat kamera asistanları da şu anda kamera şirketlerinden bağımsız olarak freelance çalışıyorlar. Yani sektör birazcık daha freelance çalışmayı tercih ediyor, insanlar. Ama burada dönüp hep yeterliliğin ne kadar olduğu, ne derece olduğu tartışılır bir hale geliyor. Yani eğer ben bir kamera asistanını set içerisinde bunun adı 12 saatse 12 saat çalıştırıyorsam kamera malzemesinin başına bir problem geldiğinde sorumluluğu ben almamalıyım. Onun güvenliğinden kamera asistanının sorumlu olması gerekiyorsa eğer, kamera asistanı sorumlu olması lazım.

G: Sigorta yok mu?

N: Evet sigorta var, işine göre ve bütçesine göre. Yani sen bir denizde bir sahne çekiyorsan rentalla konuşarak bunun parasını ben ödüyorum, bu sahnenin riski var, sen bu sigortayı lütfen rental olarak kamerana yaptır, ben bütçeme bunu ekliyorum, bunu da bana fatura et diyebilirsin.

G: Ama her sahne için, her gün için sigorta bedeli yok?

N: Yok. Bu da sektörün önemli bir sorunu. Aslında bu sadece kamera sigortası değil, bu film sigortacılığı. Yani biz filmimizi ne kadar riske karşı sigortalıyoruz? Bunu aslında Türk toplumu olarak kendi hayatımızda da bilmiyoruz. Sadece arabamızı sigortalıyoruz. Onun dışında neleri sigortalayıp neleri sigortalanmayacağımızı biz bilmiyoruz. Yani sağlık sigortası yaptığımızda haklarımızın neler olduğunu da çok iyi

bilmiyoruz. İşte orada da dönüyor mevzu eğitime. Yani sen bunların hepsini aslında film sigortacılığı da dahil olmak üzere okulda aslında öğrenerek okuldan mezun olman lazım. Yani ulusal işlerde zaten bir film sigortası böyle çok büyük sahneler hariç bütçesi olarak mümkün değil. Dijitallerde ise neyi ne kadar satın aldığını bilmeden bir film sigortacılığı yapılıyor, ama neyi ne kadar satın aldığımızı gerçekten yapımcılar olarak çok da hakim olduğumuzu düşünmüyorum. Benim şeflerimin de hakim olduğunu düşünmüyorum. O süreç birazcık daha yaşanan aksiliklere ve sigorta firmasıyla yaşanan prosedür süreçlere kalıyor.

G: Peki neden kiralama yoluna gidiliyor araç içinde, kamera içinde, ışık içinde?

N: E doğrusu bu. Her şeyi satın almak, yapımcının yapması gereken bir şey değil. Sektörün yani o zaman her şeyi yapımcının yapması gerekir. Yönetmen de o olması gerekir, onun oynaması gerekir, kamerası da onun var. Yani bu birazcık şeye dönüyor, top benim, yani top olan çocuk futbol oynardı ya o top benim, bu öyle bir şey değil. Bu tek başına yapılabilecek bir iş değil. Yapımcı o doğru organizasyonu kurmak için doğru kamerayı da bulmak zorunda, doğru kameramanı da bulmak zorunda, o kameramana servis verecek içecek servisini de oluşturmak zorunda, o kameramanı doğru besleyecek doğru proteini doğru enerjiyi alması gereken cateringi de getirmek zorunda. Bütün bu organizasyonu düzgün bir şekilde kurmalı ki o hayal ettiği, yönetmeniyle beraber hayal ettiği projeyi sağlıklı bir şekilde ortaya çıkarabilirsin. O yüzden de zaten Oscar’larda yönetmenler çıkınca ilk başta yapımcısına teşekkür ediyor. Çünkü o hayali hep beraber ortaya koyuyorlar. Yani bu serüven tek başına olan bir serüven değil. Her işin bir bütçe zorunluluğu mevcut. Yani milyon dolarlık yapılan Hollywood bütçelerinde de filmlerinde de bütçe kısıtlılığı var aslına bakarsanız, hiçbir şey sonsuz değil. Siz her şeyi hayalinize göre oldurmak zorunda kalıyorsunuz. Yani Avatar’da bile bir şeylerden mutlaka ki vazgeçmek zorunda kalıyorlar. Hiçbir şey sonsuz değil. Bu bütçesine göre değişiyor, işte Türkiye’deki dijital işlerin bütçesine göre de değişiyor, ulusal kanalların bütçesine göre de değişiyor.

G: Peki o zaman yapımcı parayı verdi, her şeyi genel koordinatöre iteledi gibi bir durum aslında söz konusu değil anlattığınızda göre, yapımcı demek ki aslında düşündüğümüzden daha fazla mı işin içinde? (49:18)

N: Yani tabii ki sonuç itibariyle ana parayı koyan adam, riski en fazla alan adam. Yani buna para anlamında bakıyoruz ama. Yani bazen çünkü çok büyük paralar harcayıp

hayal ettiğiniz şeyi ortaya çıkartmayabiliyorsunuz. Doğru ekipleri kursanız da doğru oyuncularını kursanız da doğru senaryonuz da olsa bazen ortaya çıkan ürün, o hayal ettiğiniz şey olmayabiliyor. O yüzden bu yapımcının karakterine göre de değişiyor. Yapımcının aldığı riske göre de değişiyor. Bazen gerçekten bütçesi çok kısıtlı bir şeyde mucizevi bir şekilde seyirciler için izlerken çok güzel filmler çıkabiliyor. Ama bazen çok büyük paralar harcadınız fakat hüsranlılıkla ortaya çıkan çok da proje var. Para, başarı anlamına kesinlikle gelmiyor bizde.

G: Peki son çalıştığınız 2 işte birinde uygun dijital platformda yaptığınız Atatürk dizisinde uygulayıcı yapımcıyken şimdi yeni başladığınız ulusal televizyon kanalı dizisinde bir üst title olan genel koordinatörsünüz. Neydi dizinin adı?

N: Tetikçinin oğlu.

G: Tetikçinin oğlu. Buna daha önce de denk geldik. Dijital söz konusu olduğu zaman bir alt titleda işe giren çok insan olduğunu fark ettik. Siz bu konuda ne düşünüyorsunuz?

N: İşte bu dönüyor dolaşıyor o yeterliliğe geliyor yani. Şimdi şu an son yaptığım iki işin aslında yapımcısı aynı kişi. Fakat organizasyonu olarak dijital platforma yaptığımız işin genel koordinatörlüğünü bana teslim etmeyi doğru ve uygun bulmuyor aslında, bu tamamen yeterlilikle alakalı ama bu yaptığımız işte bu riski aslında alan kişi o oluyor “evet, Nedim bu işi yapabilir, bu işi Nedime emanet ediyorum” diyor. Ama bu yeterliliğe aslına bakarsanız sadece benim kendi yapımcımın değil, benim bağlı olduğum sendikanın bana veriyor olması gerekiyor. Yani sendika demesi gerekiyor ki “Nedim bu projelerde genel koordinatörlük yapabilir ama şu projelerde henüz bu vasıfta değil” diyebilmesi gerekiyor. Bu kolay bir süreç mi? Kesinlikle kolay bir süreç değil.

G: Peki dakika bazlı baktığımızda şimdi o yaratıcılık bölümünü de eleştirdik. Son çalıştığınız 2 işte kaç haftada kaç dakika çektiniz? Toplam bazen işim bölüm başı konuşmak doğru değil. Çünkü ilk bölümün süresi farklı, çekim süresi ikinci bölümün, bu dijitalde de muhtemelen böyledir. Ne kadar sürede kaç dakikalık bant teslim ediyoruz, bunun böylece yaratıcılığını tartışabilir miyiz?

N: Ya tartışamayız. Çünkü projeden projeye de değişiyor. Yani bizim sektörün içerisinde bazen 0,25 sayfalık bir sahneyi çekmek 2 gün alabiliyor. Yani Atatürk

projesinde böyle sahnelerimiz vardı. Yani 0,25 dediğimiz sahneyi bir gün boyunca çektik.

G: Ama bu olamaz gibi?

N: İşte televizyonda böyle sahneleri yazmamayı tercih ediyoruz, yazdırmamayı tercih ediyoruz. O yüzden bu neye, ne kadar emek ve bütçe ayırdığınla alakalı. Yani dönüp şunu söyleyebilirim, 60 dakikalık bir dijital iş için ya da 45 dakikalık bir dijital iş için projesinden projesine değişen bir hafta sayısı var. Bu kesinlikle sınırsız değil. Yani ama bunun şu kadar dakikaya şu kadar hafta diye de bir kalıbı yok. Bu tamamen çekilecek sahnelerin ve projenin içeriğine göre değişiyor. Yani siz bir işi dış mekanda reel bir mekanda çekmek istemenizle platoda çekmek istemeniz arasında bile zamansal ve takvimsel olarak bir farklılık doğal olarak oluyor. Bütçesel olarak da oluyor. Yani Atatürk'te bir mekanımız vardı. Keşke onu dekor yapsaydık diye çok düşündük ama tüm zorluklarına rağmen onu gittik bir reel mekanda çok aramamıza rağmen bulduk ve çektik. Ama reel mekanda tüm zorluklarına rağmen çekerken bütçe anlamında bir saveimiz oldu. Çünkü dekor yapmak ucuz bir şey değil ne yazık ki.

G: Açık alanda da hava durumu gibi şartlar mı var?

N: Ya sadece dış anlamında da bahsetmiyorum yani, sahne iç olsa da bir ev içi sahnesini de dekorda çekmekle reel bir mekanın içinde çekmek arasında da büyük bir fark var. O işte yapım aşamasında yönetmenle proje tasarımıyla tercih ettiğiniz bütçenize göre tercih ettiğiniz şeyler. Yani bir tren kompartımanının dekorunu yaparken, bir evin salonunu aslında gidip reelde bularak çekmek zorunda kalabiliyorsunuz.

G: Peki ama ortalamaya vurursak her türlü ulusal televizyon kanalları için bir haftada çok daha fazla dakika çekme zorunluluğu var diyebilir miyiz?

N: E tabii ki yani 140 dakika ortalamada dizileri 6 günde çekmek zorundasın.

G: O dijital için söz konusu değil, bir haftayı, peki dijitalde bir bölümü bir haftada bitirmek ileriki bölümler için zorunda mısınız takvim yaparken?

N: Yok, hayır değil. Dijitalde tamamen, yani öyle bir zorunluluk yok. Dijitalde ne kadar kaç bölümlük iş üreteceksin 8 bölüm üreteceksin, işin içeriğine göre onu kaç haftada çekebiliyorsun? 12. Reji onu 13'te çekmek istiyor. Mesela 12-13 bakıyorsun, belki 12+3 günde çekiyorsun, bitiriyorsun. O tamamen proje tasarımında bulacağın mekanlara ve senin aslına bakarsan paranla alakalı bir durum. Eğer senin +3 günü

karşılایacak bir bütçen yoksa ya senaryodan o sahnelerden vazgeçer hale geliyorsun ve 12 haftaya sığışıyorsun ya da bir kaynak daha yaratıp o 3 günün de parasını öder hale geliyorsun.

G: Peki ortalamaya vurduğumuzda, bunu Rtük'ü de göz önüne alıp bu süreyi de göz önüne aldığımızda, dijital platforma yazılan senaryonun daha yaratıcı ve özgürlükçü olduğunu düşünebilir miyiz? Sadece fikir olarak da değil, o patlama sahnesi bütçeli de olsa, evet ben bunu çekmeliyim diyebiliyor musunuz?

N: Dijitalde daha serbestsin evet, yazarken de daha özgürsün. Ama sonuç itibariyle ne yazık ki Türkiye'de yaratıcı bir sürecin içerisindeyiz. Şu anda da o süreç çok şey değil, özgürlükçü değil. Bazı sınırlamalarla karşı karşıya kalıyoruz. Yani hepimizin hayatında olduğu gibi.

G: Dijitalde de var?

N: Dijitalde de var tabii ki. (56:54)

G: Peki şimdi yapım öncesi ve yapımı aslında konuştuk. Bütçesel olarak da dijital bölüm başı ayrılan ve yani dakika bazlı ayrılan bütçe de daha yüksek mi?

N: Ulusal işe göre tabii ki bütçeleri daha yüksek.

G: Çünkü kaşelerde de farklılık olduğunu diğer çalışan arkadaşlar söylemişti.

N: Ama o fark ne kadar reel? Dönüyoruz, geliyoruz, yeterliliğe kalıyor. Yani siz dijital işte çalışan bir arkadaşımızla ulusalda da çalışabiliyorsunuz. O projenin ihtiyacına göre. Ulusalda da bazen o yeterlilikteki arkadaş getirisip çalıştırabilirsiniz. Tamamen dönüyoruz ulusalda bütçe karşılığına. Siz bütçede ona o kadar para ayırmak isteyip istememenizle alakalı bir noktaya geliyor.

G: Evet, peki yapım sonrası yani post prodüksiyon aşaması dizide, anlaştık, hikayeyi bulduk çektik. Post prodüksiyon süreci bandı teslim edene kadar nasıl değişiyor ulusal televizyonlarda ve dijitallerde?

N: Şimdi ikisinde de aslında çektiğin her gün mal şeye gidiyor, stüdyoya gidiyor. Dijitalde şöyle bir fark oluyor. Yönetmenin çektiği mal, her gün üst pozisyondaki belirli kişilerin izlenmesi için açılıyor. Bunlar kimler? Yapımcı, yönetmen, genel koordinatörler, proje tasarımcılar, bu projesinden projesine ve projede çalışan isimlerin yetkinliğine göre değişebilir. Dijitalde ertesi gün bir e-posta ağıyla sana bir önceki gün çekilen malın ham hali geliyor ve sen çekileni görebiliyorsun.

G: Onun için bir cloud sistemi ya da bir uygulama mı var mı?

N: Evet, bir uygulama var. Bu uygulamaya yükleniliyor. Sen accountundan girip, o senin erişmenize izin verilen şeye erişebiliyorsun?

G: Adı ne bu uygulamanın?

N: Ya bunun çok farklı uygulamaları var. (59:20) Yani platformdan platforma değişiyor. Yani Pix uygulaması var, var yani şey, bunun ulusallarda da başka versiyonları var. Mailine vimeoyla gönderebiliyor. O çok daha hızlanıyor mevzu mesela oralarda.

G: Ama hamları izlemek gibi bir fark?

N: Evet hamları izlemek gibi bir fark var, evet.

G: Peki yurtdışı hamları da izliyor mu?

N: Evet yani aslında malın sahibi dijital platformun bağlı olduğu en büyük patron, yani bu kırmızı platformsa kırmızı platformun en üstündeki adam da istiyorsa o gün açıp o hamı izleyebiliyor.

G: Evet, bu da önemli bir fark aslında hamlara bakılması.

N: Evet, burada da şöyle bir fark doğuyor, yani biz Türkiye'de bunu öğrenir hale geliyoruz. Yani bizim için aslında yönetmenler bir malı izlenebilir bir hale getirinceye kadar “mal kutsaldır” diye biliyoruz. Ama aslında yurt dışında böyle değil. Yurt dışında iyi bütçe veriliyor, bir para veriliyor, o paranın karşılığında çekilen mal her gün herkes tarafından, yani bu yetkiye sahip herkes tarafından izlenebiliyor ve sorgulanabiliyor. Yani bu şuna bile geliyor. Yani o gün sizin çektiğiniz sahnede bir hayvan varsa yurtdışındaki o platformun hayvan sorumlusu da o gün çekilen sahnenin içeriğinde hayvanın nasıl çekildiğini kontrol edebiliyor, uygun bulmazsa o sahnenin revizyonunu isteyebiliyor. (G: Çok güzel.) Yaratıcılıktan tamamen bağımsız hayvanla ilgili bir cümle kuruyorum.

G: Evet. Peki kurguya geldi görüntü, kurgu yapıldı. Ulusal kanallarda olan dizide bir yetiştirme söz konusu ve tabii bunun sesi, colorı, işte kasete basımı ya da teslim şartları var. Bu teslim şartlarından da bahsederek, dijital ve ulusal kanalı böyle kıyaslayabilir miyiz?

N: Bir kere aslında ikisinde de bir teslim zamanlaması var. Dijital de özgür değil, dijital de ta yeni tasarım aşamasından ön hazırlık aşamasından başlayarak postun bittiği güne kadar bir bütçeyle beraber yönetiliyor. Yani onun post süreci de böyle ucu açık bir şey değil. Onun da bir yayın takvimi var. Yani adam senden kaseti teslim alacağı günü ta

projenin ilk günü senden takvim oluşturmanı istiyor genel koordinatör olarak. Sen bütçeyi yaparken sadece çekime kadar olan kısmı yapmıyorsun. Post takvimini de adama yapıyorsun ve adama teslim ediyorsun. Diyorsun ki ben sana şu ayın x tarihinde bu kaseti hazır bir şekilde teslim edeceğim ve bütün süreci çekim aşamasında zaten günlük herkes izlediğı için Pix'ten, herkes her şeyin farkında oluyor ve tüm aşamalarda herkes yeri geldiğindeki söz hakkını kullanıp projeye müdahale edebiliyor. Ve proje evrilerek sonuçlanıyor. Ulusalda birazcık daha bu süreç çok hızlı ilerliyor. Yani kaset her gün yine posta geliyor. Postta önce kurgu asistanları bunun kaba montajını yapıyor, daha sonra editör incisini yapıyor, yönetmenle revizyonunu yapıyor, hızlı bir şekilde yapımcının onayından geçiyor, Rtük notları veriliyor işte o yaratım süreciyle alakalı, her şey okey olduktan sonra, sonra kasetin artık hazır hale gelme aşaması başlıyor. Dublajsa dublajla miksajsa miksaj, Sfx ise Sfx, Vfx ise Vfx vesaire vesaire.

G: Color da giriyor burada ve çıktı alınıyor, bir de ses eşleme bölümünü yapan kim oluyor kaset geldiğinde ilk, kurgu asistanı mı yoksa başka?

N: Yok bunun için ses eşitleyici asistanlarımız var. Onlar her gün kaset geldiğinde ham görüntüyle sesi birbirine eşleyip, editörlerin montaj yapması için hazır hale getiriyorlar.

G: Evet, süreç aslında zaman olarak farklı olsa da işleyiş olarak dijitalde de ulusalda da benzer diyebilir misiniz?

N: Benzer evet. (64:08)

G: Evet, peki, şimdi şunu da not aldım. Telif konusuna geldiğimizde kanal, bu tabii yapım öncesinin sorusuydu ama şu an sorma fırsatı buldum, nasıl bir telif hakkıyla ulusal televizyona satıyoruz bunu? Atıyorum işte yurt dışı satış hakkı yapımcıda oluyor da Türkiye hakkı mı kanalda oluyor ya da dijital platformda bunu nasıl satıyoruz? Bandı nasıl alıyor kanal ve bazen kanal kanal değıştiğini de biliyorum ben çalıştığım dönemde. Nasıl bahsedebiliriz bu konudan? N: Bu tamamen yapımcının kanalla olan anlaşmasıyla alakalı. Yani ben sektöre ilk girdiğimde dizi sektörüne ilk girdiğimde yurt dışı satışı diye bir şey yoktu. Yurt dışı satışı sadece kanalların eee belli bir yerden sonra gelir hanelerine yazılan bir gelir oldu. Biz sadece yapım firması olarak kaseti üretirdik kanalın bize verdiğı parayla ve onunla beraber kanala malı teslim ederdik. Mal tamamen kanalının olurdu. Ama sonrasında sektör gelişti, yurt dışı satışları arttı, bunun ciddi bir gelir olduğı görüldü, yapımcı hatta yönetmen, hatta

oyuncu, hatta müzisyen, o yaratıcı kısımda olan herkes yurt dışı haklarından halk talep eder hale geldi. Bu projeden projeye değişiyor. Youtube hakkı talep edenler bile var tabii ki. Yani yapımcıların da Youtube hakları var artık, soundtrack hakları var. Yani alt tarafta yaratıcı ekiplerin doğan haklarını talep etmeleri tabii ki kaçınılmaz yani, herkes hakkını talep eder hale geliyor.

G: Peki dijitalde işte Fransa'da ben yayınlayacağım diyebiliyor muyuz yoksa dijital komple tüm haklarını kendi mi alıyor?

N: Dijital yani tüm haklarını tabii ki kendi alıyor. Aslında dijitaler kabaca sana bir yapım firması gözüyle bakıyor. Sen işi onun adına yapıyorsun, yani o kurumsal kimliğiyle setin başından tasarımın ilk başından son gününe kadar “malın sahibi benim”i sana çok net hissettiriyor. Ulusallarda bu iş böyle değil. Yani uluslarda herhangi bir X kanalı sana işi yaptırıyor ama sadece işi sana yaptırıyor, iş üzerinde bir patron söz hakkı olmuyor. O sadece yayının doğru bir Rük bandı olup olmadığını kontrol ediyor ve o bandın kendi kanalında kendi vizyonunda bir kaset olup olmadığını kontrol ediyor, içerik olarak okeyse onun için okey. Ama yapım aşamasındaki hiçbir zorlukta patronaj olarak yer almıyor ama dijitalerde bu böyle değil. Dijitalerde sette yaşanan herhangi bir sorun aslında dijital platformun kurumsal kimliğine zarar vereceği düşüncesiyle hep bir senin üzerinde bir patronaj baskısı olarak veya desteği olarak adını ne koyarsan koy, bu aslında bir destek bence, hep kendini hissettiriyor. O senle yol arkadaşlığı yapıyor yani projenin sonuna kadar. Çünkü aslında projede malın sahibi o.

G: Bu dijital platformlarda şikayet hattı gibi servislerin olduğundan bahsetti bazı çalışanlar. Bunun hakkında yorum yapabilir misiniz?

N: Ya evet işte bizim sektörün yeni yeni karşılaştığı şeyler bunlar. Ama biz ülke olarak ne yazık ki hak, hukuk öğrenmemiş insanlarız. Yani bu konuda eğitimimiz yok. Yani sektörde çalışan insanların çoğu sektörde çalışırken haklarından bir haber. Şimdi kurumsal kimlikle yurt dışı dijital platformlar Türkiye'ye geldiğinde böyle kendi içlerinde doğal olan süreçleri bize de adapte etmeye başladılar. Ama bu firmalar öncelikle kendi marka bilinirliğine çok önem veriyorlar. Yani X bir işin setinde yaşanan bir kaza, o dijital platformun setinde yaşanan bir kaza oluyor ve bu aslına bakarsanız onların kurumsal kimliğine zarar verici bir noktada oluyor. O yüzden buna önem veriyorlar. Bu nasıl, buna nasıl önem veriyorlar? Yani sete gelen çocuk

oyuncuya “aa çocuğum hoş geldin” diye dokunamazsın diyor. Yani oradaki teması senle engelliyor. Bir hayvana gidip bilinçsizce sevemezsin diyor. Bir asistanına yaklaşırken ya da bir amirinle iletişime girerken belli sınırlarda, belli bir düzeyde iletişime girmen gerekir diyor. Yani bu tamamen aslında insanın kendini eğitmesiyle alakalı bir süreç. Fakat bizde tabii ki böyle bir eğitim olmadığı için, bu sadece bir şikayet hattı olarak algılanıyor. Evet, bir şikayet hattı mı bir şikayet hattı. Ama biz bu süreci hiçbir zaman için sektöre girdiğinden beri doğru bir şekilde yönetmediğimiz için yönetemediğimiz için aynı zamanda bu iş şikayet hattı mı, evet şikayet hattı. Fakat bu şikayet hattı zırt pırt aranılan bir yer değil aslında. Yani bu şöyle bir şey, yani sen bir asistan olarak herhangi bir şekilde mobbinge de uğramış olabilirsin, tacize de uğramış olabilirsin, adı ne olursa olsun, sen aslında bunu ekip şefinle çözmen lazım. Yani sen bir ışık asistanıysan herhangi bir ışık asistanından veya kendi ışık şefinden bir mobbing, bir taciz yaşadın. Onun bir üst pozisyonuyla gidip bu sorunu çözmen gerekiyor, çözemedin mi? Onun bir üst pozisyonuyla çözmen gerekiyor, çözemedim mi? Yani hiç kimseyle çözemedin, yapımcıyla da çözemedin, oraya kadar gittin ve olmadı bu. O zaman beni ara diyor aslında. Ama biz bunu “aa yemek kötü” diye de arayan arkadaşlarımız olabilir, olmuştur. Yani bu öyle bir hat değil aslına bakarsanız. Ya oralara gelmemiz biraz zaman alacak. Kurumsal firmalar da tabii buradaki açtıkları dükkanda aslında çok kibarca şunu söyler hale geliyorlar “ya biz böyle bir şikayet aldık, siz buna bir dönün bakın, hani aslında bu şikayet bize gelmemesi lazım. Bilinçsiz bir şekilde bize geliyor bu şikayetler” diye usturuplu bir şekilde bunu yapımcıya iletiyor. Sen de dönüp kendi içinde bakıyorsun, senin bir hatan varsa değerlendiriyorsun ve olayı çözmekle yükümlüsün, aslında bu tamamen işte setteki uygulayıcı yapımcıdan tut yapım koordinatöründen çık tüm ekip şeflerinin o olan tüm sorunu çözmesi ile alakalı bir durum. (72:16)

G: Aslında biz buna bir gözetim, yani tepede onu dinleyebilme ihtimali olan biri olduğu için, insanların kendine çeki düzen vermesi, bir gözetim toplumu örneği yapabilir miyiz?

N: Evet yapabiliriz, yani biz aslına bakarsan ortada yani dijital platformun sana söylediği şey şu; en kaba tabirle “ben kreatif süreçte bir senaryo okeyledim, bir ekip kurdum. Lütfen bu işi bu bütçeyle, bu zamanda bana çekin ve düzgün çalışma şartlarıyla çekin ve teslim edin. Yani bunu en küçük asistanından, şoföründen çık da

sağlıklı bir çalışma ortamında çekin ve bana teslim edin ve kimsenin burnu kanamadan bana teslim edin” diyor. Yani bu da aslına bakarsan sağlıklı bir çalışma ortamı olsun isteği. Bu da çok normal. Aslında herkes bunu istiyor.

G: Peki? Line isimli bir prodüksiyon çeşidi varmış dijitalerin yaptığı, yani parayı gün gün denetlemesi, nereye ne kadar vereceğini bilmesi, onun hakkında ya bahsedebilir misiniz? Ulusal kanalda bu var mı yok mu?

N: Ulusalda yok yani.

G: Bir de peki ismi ne bunun line mı live mi?

N: Line. Line producer o. Yani o line producer aslına bakarsanız sette bütçenin verdiği imkanlar dahilinde işin çekilmesini sağlayan sorumlu kişi. Bunun tüm organizasyonu da ona bağlı.

G: Bunu siz mi tutuyorsunuz yoksa net işte kırmızı platformun kendi elemanı mı?

N: Hayır, bunu tamamen yapımcının oluşturduğu ekip kuruyor. Evet.

G: Peki oraya gün gün rapor mu veriliyor yani?

N: O işin finans kısmı, tamam mı? Yani bir bütçeye anlaşıyorsun, o bütçenin bir nakit akışı oluyor. Yani 100 birim anlaştın, bu 100 birimin hazırlık etabında ben diyorsun ki 30 birimini harcayacağım. Bu 30 birimi de şu kadar haftada şöyle şöyle harcayacağım. Burada bütçe üzerinde her şey açık bütçe oluyor. Adam, hangi bireyin ne kadar kazandığını, hangi birime ne kadar bütçe ayrıldığını zaten görüyor. Her şey belgeli bir şekilde harcanıyor, belgesiz harcama yapılmıyor. O da Türkiye’de çok zorlaştırıyor işimizi. Sigortasız kimseyi çalıştırmıyorsun. İı bu şöyle zorlaştırıyor; işte yani günümüzde devlet yardımı alan çok insan var. En alt kademede bir hammala ihtiyacın oluyor. Hammal “abi ben devletten elektrik yardım parası alıyorum. Beni sigortalı yaparsaN bu param kesilir” diyor ve o adamı o platformun içerisindeki en basit bir yerden bir yere taşıtacağın bir eşyayı taşıtamaz hale geliyorsun. Çünkü adama sigorta yaptırtamıyorsun. Bu da Türkiye’deki şeylerle eee kurumlarla olan aslında yaşadığımız sorun. G: Tam kaşe maaş yatırmak zorunda kalıyor musunuz peki dijitalde?

N: Evet, bir insanı aldığı kaşe üzerinden göstermek zorunda kalıyorsun. Yani bunu da tercih eden kişi, aslında dijital platform, yani patron. En büyük patron yani.

G: Ve her şeyi denetliyor.

N: Evet ve her şeyi denetliyor tabi ki.

G: Ulusal kanallar parayı veriyor ve aldığı bölüme mi bakıyor peki?

N: Evet, aldığı bölüme bakıyor. Onun dışındaki tüm riskler aslında yapımcının, yani yapım firmasının almış olduğu risk oluyor. Yapım firması adına sen asistanları çalıştırıyorsun ve kaseti ürettiriyorsun.

G: Peki tüm ekiplerden yapım ekibinin beklentileri nelerdir? Yani ben sanat ekibinden şunu isterim, kostüm ekibinden bunu isterim işte reji ekibinden bunu isterim gibi. Bize kısa beklentilerinizi, tüm ekip başlarını düşünerek söyleyebilir misiniz tek tek? (76:42)

N: Tamam yani sen şimdi bir kere yapımcı olarak reji ekibinden senin senaryonun düzgün bir programla sağlıklı bir şekilde çekilmesini bekliyorsun. Reji ekibi programı yaptıktan sonra tüm ekiplere deklare ediyor. Kamera ve teknik ekipten bunun doğru bir şekilde kayıt altına alınmasını bekliyorsun. Kostüm ekibinden senaryoya uygun bir şekilde, yönetmenin ya da proje tasarımcısının hayal ettiği şekilde kostümleri yapmasını, sahneye hazırlamasını istiyorsun. Sanat ekibinden de bunun dekorunu hazırlamasını istiyorsunuz. Saç makyaj ekiplerinden sahne gerekliliğinde olan saç tasarımının ve makyaj tasarımının yapılmasını bekliyorsun.

G: Peki set ekibinden mi bekliyorsunuz?

N: Set ekibi Türkiye'de işte daha görev tanımı çok netleşmiş bir ekip değil. Aslında yurt dışında bunun karşılığı grip ekibi. Grip ekibi kameranın teknik anlamda herhangi bir sahneyi çekerken ihtiyaç duyduğu tüm ekipmanları hazırlaması gereken ekip. Fakat Türkiye'de bunun adı set ekibi, fakat set ekibinin içerisine biz aynı zamanda yönetmen çadırını açmak, oyuncuya yemek götürmek, oyuncuya içecek servisi yapmak vesaire vesaire gibi çok daha farklı rolleri de bu set ekibinin içerisine katıyoruz. Bunları yapmayan firmalar da var, set firmaları var. Onlar kendilerini artık grip firması olarak zaten nitelendiriyorlar ve bu görevleri yapmıyorlar. Bu görevleri yapma için de kendilerine bağlı alt ekipler oluşturdular. Siz bütçeniz dahilinde o alt facility ekiplerini ve facility çalışanlarını, asistanlarını dahil ediyorsunuz.

G: Peki tezimizin en önemli konusu ve başlığından biri bu. İsim vermeniz, dizi ismi söylemeniz, kişi ismi söylemeniz gerekli değil. Ast üst ilişkilerinde yaşadığınız sorunlar var mı? Varsa, gözlemlediğiniz de olabilir, bize bahsedebilir misiniz bu hiyerarşik yapıda?

N: Yani şimdi ben bu sektörde çok az yani ben şimdi 2005'ten beri çalışıyorum. Bu süreç içerisinde çok az firmayla çalıştım. Yani sektördeki birçok insan çalıştığı firmayla çok fazla ve sürdürülebilir bir şekilde uzun süreli çalışmıyor. Bu da işte

sorunlardan bir tanesi. Yani ben 2008'den beri dizi yapıyorum, işte Sis Yapım, Adam Film, O3. Yani benim çalıştığım yapım firması 3. Sis Yapım kapandı, Adam Film kapandı ve yani yapımcılık hayatlarına son verdiler ve o yüzden ben aslında üçüncü yapım firmamda çalışıyorum ve 2014'ten beri de bu şirkette çalışıyorum. Yani yaklaşık 8-9 senedir bu şirkette çalışıyorum. Yani dediğim gibi çok firmayla çalışmadım ve çalıştığım benim şeflerim de hep aslında belli kişilerdi. O yüzden biz de kendimize göre bir yapım, tasarım süreci uyguladık. Bu süreç yıllar içerisinde de gelişti. Hep değişen düzene bizler de ayak uydurmak zorunda kalıp kendimizi geliştirmek zorunda da kaldık. Hâlâ daha da geliştiriyoruz. Bunu zaten geliştirmeyi başaramazsan sistem seni kendi içinde barındırmıyor. Yani ben 3 sene ara verip tekrar gelip çalışmaya başladığımda çok farklı bir televizyon veya dijital dünyayla karşı karşıya kalabilirim, çünkü çok hızlı evriliyor ve değişiyor her şey. Şimdi çok yapım firmasıyla çalışmadığım için ya da çok şef değiştirmedığım için aslında üstlerimle ilgili çok fazla sorun yaşayan bir insan olmadım. Görüş farklılıkları olsa da çalıştığım şefler hep işi geliştirme anlamında yani kavga ediyorsak, iş kavgası yaptığımız bir noktada olduğumuzu biliyorduk. Yani bu anlamda kimse kimseye bir saygısızlık yapmadı. O yüzden de çok fazla şef değiştiren bir insan olmadım. (82:02) Ama sektörün içerisindeki ne yazık ki herkes böyle değil, evet. Yeni gelen genç asistanlar, işte yetkinlik durumlarını da bilmiyorum tabii ki, aslında sürecin içerisinde ta Yeşilçam'dan beri gelen hiyerarşik bir düzen %100 var. Ama bu hiyerarşik düzen demek değil ki bir insana tacizde bulunasın, kötü söz söyleyesin. Artık asistanlar bunlara daha özgürce ses çıkartabilir hale geldi ve iş sayısının da fazlalığından dolayı asistanlar çok daha fazla iş imkanı bulabiliyor. O yüzden de daha önce de bahsettiğim gibi işte ışık asistanını değiştirmek zorunda kalabiliyorsun. Çünkü daha iyi bir iş bulduğunda, hem bütçesel olarak hem belki imkansal olarak, senin işini bırakıp gitmeyi tercih edebiliyor. Bu da işin başka bir noktası oluyor. Biz çalışanlarımızla aslına bakarsanız bir sözleşme yaparak çalışmıyoruz. Yani ben bir ışık asistanıyla kağıt üzerinde belli bir haftayı garantileyen bir şekilde hem onun adına hem kendi adıma bir sözleşmeli çalışabilsem bu tip sorunlar söz konusu olmaz. Ama o sözleşme olmadığı için ışık asistanı ya da herhangi bir arkadaşımız daha iyi imkanlı bir iş bulduğunda işi bırakıp gidebiliyor ya da kendisine kötü davranıldığında bırakıp gidebiliyor. Orada da işte haklar durumu, kimin ne kadar hakka sahip olup olmadığı

durumu bizde henüz daha keskin bir şekilde çok belli değil. Genç arkadaşlar da sektöre yeni giren arkadaşlar da ki genç yaşlarda giren arkadaşlar da var gerçekten, 18-17 yaş, oralara da düşüyor yani, o arkadaşlarımız yaşanan dünya düzeninde çok boyun eğici ya da kabullenici olamayabiliyor, o yüzden sistemin içinde kalıyorlar veya dışına çıkıyorlar. (84:20)

G: Peki sözleşme iyi olabilir dediniz fakat daha önce de uyum sorunlarından bahsettiniz. Sözleşme olursa bu uyum sorunları nasıl olacak? Sözleşmem var deyip sen benimle çalışmak zorundasın dayatması olabilir mi?

N: Ya bu sonuç itibarıyla her türlü karşılıklı ilişkilerden geçiyor. Yani orada işte sendikanın bu durumlarda söz sahibi olması gereken mevzunun bir sözleşme olduğu için hukuksal boyutu doğmuş oluyor. Yani yaşanan sürecin büyüklüğüne göre bu gerekirse mahkemeye kadar giden bir sürece dönüşebilir. Yani ben eğer bir yapımcı olarak sana gerekli tüm imkanları sağlayıp ödemenin zamanında yapıyorsam seninle o süreç içerisinde benim hayal ettiğim ürünü ortaya çıkartabilmem adına senle anlaştığım şartlardaki tüm sorumlulukları yerine getiriyor olman gerekiyor. Yani bu alkol kullanımından uyuşturucu kullanımından tut da eee sosyal setin içerisindeki tüm davranış düzenine kadar geliyor.

G: Ast üst ilişkilerinde oluşacak sorunların düzelmesi için aslında neler yapabileceğimizi çat pat söylediniz. Ekleme istediğiniz bir şey var mı?

N: Şu an için yok.

G: Peki genel sektör sorunlarından bahsedebilir miyiz? Ulusalda dijitalde genel olarak bizim sektörümüzün sorunları maddelersek...

N: Ya şimdi bu dijitalerin gelmesiyle beraber ve Türkiye'nin yaşadığı ekonomik krizle beraber bir kere bir bütçe sorunu var, yani kimin kaşesinin ne kadar olduğu gerçekten belli değil. Sendikalar doğal olarak yaşanan süreç sonrasında belli rakamlar açıklıyorlar. Fakat bu rakamlar o bütçe gerçekliğinin içinde ne kadar reel ee karşılıklı bir uzlaşma yok. Yani aslında sendikalarla yapımcılar arasında ne yazık ki bu kaşeler anlamında bir uzlaşma yok. Yani şu anda çok tek taraflı gibi gözüküyor ama burada dediğim gibi ne yapımcı tek başına bu işi yapabilir ne de asistanlar bir yapımcı olmadan bir işte çalışabilir. Yani bunun bir noktada uzlaşmaya varması gerekiyor. Yani ülkenin de bu yaşamış olduğu krizden dolayı ipin ucu çok kaçtı yani kimin kaşesi ne kadar, kimin yeterliliği ne kadar, gerçekten kimse bilmiyor ama bir şekilde şu anda

işler yapılmak zorunda olduğu için yapılır hale geliyor. Ama bu bir yerde tıkanacak, bir yerde bir sektörel daralma yaşayacağız. Şu anda içinde bulunduğumuz durumda ya mesela geçen sene çok fazla dijital iş üretilirken, bu sene dijital platformlara çok fazla iş üretilmiyor. Ulusallarda belli işler olsa da ulusallarda da kriz var ve belki haftanın her günü bir dizi yayınlanmayacak kanallarda. Böyle olunca sektör de küçülmeye başlayacak. O zaman bir kriz sanki kapıdaymış gibi gözüküyor. Yani şu anda herkes istediği rakamı kolayca telaffuz ediyor, belki haklı olarak talep ediyor, fakat bu ne yazık ki ne kadar reel bunu bilemiyorum. Bizim yurt dışından örnek veriyordum ya yani İngiltere örneği var diye, evet, bizim İngiltere'deki gibi bir bütçemiz yok ama bizim İngiltere'deki gibi Türk halkı olarak bir çalışma şeyimiz de kültürümüz de yok, bilincimiz de yok. Yani bu sadece bizim sektörle alakalı değil. Yani plazada çalışan bir arkadaşımız da sabah dokuzda plazaya gelip full performans işinde çalışmıyor. Önce bir dün akşamki diziyi arkadaşıyla konuşuyor, o sırada sigaraya çıkıyor, geliyor bir çay içiyor derken öğlen yemek arası oluyor, yemeğe gidiyor, eşiyle yaşadığı sorundan bahsediyor falan falan falan ve verimli iş çalışma durumu düşüyor. Bu bizde de var. Bizim sektörde de var. Yani biz uzun saatler çalışıyoruz desek de aslına bakarsan o uzun saatlerin çoğunda aslında sette boş boş vakitler geçiriyoruz. Yani teknik ekiplerin gözünden bakarsak bir focus puller sete gelip uzun saatler boyunca bir başrolün hangi gömleği giyip giymeyeceğinin kararsızlığını beklemek zorunda kalıyor ne yazık ki. İşte özellikle ulusal tarafta bu çok fazla, bu zaman kayıpları çok fazla. Bizim bunları minimuma indirecek organizasyon zekasına gelmeniz gerekiyor. Orada da hep zamanla ve bütçeyle yarışyorsun ne yazık ki. Geliştirmek için de herkes kendince bir şeyler yapıyor tabii ki.

G: Peki ödemeler? Ödemeler ve ödeme düzenleri hakkında yorum yapabilir misiniz? Bu konuyla ilgili çok şikayet geldi çünkü...

N: Ya evet, şimdi aslına bakarsanız biz ben de dahil olmak üzere yani projenin içerisinde proje var olduğu sürece çalışan insanlarız. Bu periyot kimi projede 8 ay kimi projede 4 hafta. Ulusallarda uzun bir süreden beri var olan bölüm başı ödeme sisteminin açıkçası ben de doğru olduğunu ve adaletli olduğunu düşünmüyorum. Fakat bir yandan işin diğer tarafına da bakıyorum. Biz sonuç itibarıyla insanların izlemesi için bir içerik üretiyoruz. Fakat Türkiye'nin de içinde bulunduğu çarpık düzende, yani pozisyon olarak görev alan birçok arkadaşımız bir cerrah parası kazanıyor. (91:24)

Bunun da çok doğru olduğunu düşünmüyorum açıkçası. Bunun muadillerinin bizim İngiltere'deki muadilimizin kazandığı rakamla kendimizi kıyaslamamızın da doğru olduğunu düşünmüyorum. Çünkü ne olursa olsun bu ülke olarak kendimizi ezik gördüğüm için bir noktada değilim ama onların sinema kültürleriyle, onların dünya kültürüyle bizim dünya kültürümüzün arasında bir fark olduğunu düşünüyorum açıkçası. O yüzden İngiltere'deki bir görüntü yönetmeninin yeterliliği ile Türkiye'deki bir görüntü yönetmeninin yeterliliğinin aynı olduğunu düşünmüyorum. Yani ben İngiltere'de gidip kendi işimi yapabilir miyim? Ben de çok büyük soru işareti... Belki yapamayabilirim. Yani ben İngiltere'de herhangi bir işin, herhangi bir TV dizisinin line producerlığını belki yapamayabilirim.

G: Uygulayıcı yapımcılık mı line producer?

N: Evet uygulayıcı yapımcılık.

G: Şu an genel koordinatörsünüz, onun İngilizcesi?

N: Executive producer diyebilirsin eee ama bizde o tipler çok karışıyor işte yani. Genel koordinatör benim çalıştığım yapım firmasının, benim görevimdeki insanlara koyduğu bir title. Bunun başka bir yapım firmasındaki karşılığı idari yapımcılık olabilir, idari menajerlik olabilir. Çok değişiyor, onlar net değil ne yazık ki. Şey rakamlarımız yani kazancımızın bizim aslında haftalık olması gerekiyor. Biz projelerin içerisindeki hafta boyunca var oluyoruz. O yüzden de eskiden gerçekten bir dizinin yapımında hazırlıkta insanlar para almayan bir süreçten geliyordu. Sonra o para almayan süreç 1 kaşe 2 kaşeye geldi. Daha sonra haftalık yarım kaşeye geldi. Şimdi ise haftalık artık tam köşeye doğru zorlanıyorum. Çünkü şunun herkes farkında ki bir işi ne kadar iyi hazırlarsan, sette aslında o kadar konforlu olabiliyorsun. Yarım yamalak hazırlanmış bir işin sahası gerçekten çok çekilmez olabiliyor. O yüzden aslında asıl emeğin verildiği yer hazırlık, asıl kafanın patlatıldığı ve emeğin harcandığı yer aslında hazırlık. Sahadaki kısım onun üretildiği yer sadece.

G: Hazırlık aşamasını soracaktım tam; hazırlık aşamasındaki ödemeleri, dijital ve ulusal kanallara yapılan işler olarak kıyaslayabilir misiniz?

N: Ha dijitalde her şeyi haftalık, her şey haftalık ödeniyor. Haftalık ödenmesi gerekiyor. Hazırlık veya çekim diye bir kaşe farkı olmuyor. Anlaştığın kaşeyi bütün proje boyunca haftalık bazda ve belirli bir ödeme düzeni içerisinde alıyorsun. Ulusalda ise bu yapım firmasından yapım firmasına değişiyor. Yapım firmasının şeyine göre

finansal düzenine göre bir ödeme takvimi çıkıyor. Bu ödeme takvimi gelecek paranın, nakit akışın düzenine göre sarkabiliyor, düzensizleşebiliyor. Bu da tabii ki tüm asistanların bu zorluğu yaşamasına neden oluyor.

G: Peki, çalışma saatlerine değinecek olursak, ulusal ve dijital platformlarda bunu kıyaslayabilir miyiz?

N: Ya şimdi insanlar genel olarak 12 saat çalışmayı kabul etmiş durumda. (95:24) Aslında bu bizim ülkemizin hukukuna göre hukuka aykırı bir durum. Yani 12 saat çalışma diye bir hukuksal anlamda bir saat aralığı yok. Ama genel olarak sektörün uzlaştığı, işleri üretebilmek adına, insani olarak gördüğü çalışma periyodu 12 saat. Şimdi...

G: Buna kahvaltı dahil mi, yol dahil mi, ne zaman başlıyor bu 12 saat?

N: Hayır, bu kahvaltıyı yaptıktan sonra sette artık hazır hale geldim ve ben işimi başlatıyorum. Yani keysi taşımaya başlıyorum, kameramı taşımaya başlıyorumla başlıyor yani ses saatiyle başlıyor daha doğrusu, kahvaltı saati buna dahil değil ama öğlen yemek saati buna dahil. Ya 12 saatin içerisinde öğlen yemek saati de var.

G: Evet. Peki bu 12 saatlik esnemeler dijitalde olabiliyor mu? Esnetmeler artılar, ulusal kanallarda olabiliyor mu?

N: Ya bu projeden projeye değişiyor. Ekipler genel olarak bunu bu esnemeyi yapmak istemese de içinde bulunduğu proje, beraber çalıştığı ekip arkadaşları, yönetmenine göre bunlar belirli ölçülerde esneyebiliyor, esnetmeyen ekipler de var tabii ki.

G: O zaman bu dijital platform ya da ulusal kanala bağlı değil, ekibin duruşuna mı bağlı?

N: Aslında dijital platform yani Netflix özelinde bunu uzatmanı istemiyor. Net bir şekilde bunu senle sınırlandırıyor. Uzattığında neden uzattığının yapım raporunda açıklamasını senden istiyor. Yani o gün oyuncu hasta oldu, geç geldi, ışık, teknik bir arıza yaşadık, vesaire vesaire. G: Yine var fark, ulusal kanal ve dijital arasında aslında küçük de olsa.

N: Evet küçük de olsa bir fark var, ulusallarda bunu yine yapım firması belirliyor. Yapım firması 12 saat ve 5 günde üretmeni isteyen yapım firmaları olduğu gibi bunun ucunu açık bırakan yapım firmaları da oluyor.

G: Peki genel sektör sorunlarına eklemek istediğiniz bir şeyler var mı?

N: Ya aslına bakarsanız en başta bahsettiğim mevzu en büyük sorunumuz, yani yeterlilik ne, insanların eğitim kalitesi ne, doğru insanlar doğru işleri yapıyor mu? Şu anda ne yazık ki bizim sektörümüzde doğru insanlar doğru işleri yapmıyor. Ha problemler de buradan başlıyor. O yüzden de haklarının ne olduğunu bilmeyen bir sürü insan da bu benim hakkım diye hak talep etmeye başlıyor, yeterliliğini bilmeden. O yüzden aslında sendikaların, sendika görevlerini yerine getiriyor olması lazım ve sistemin çarklarının doğru bir şekilde çalışıyor olması lazım. Şu an çok fazla işine, bütçesine, platformuna göre değişen bir düzen var. Aslında bu böyle olmaması gerekiyor. Yani dijitalde öyle dizide böyle, buna hiç gerek yok yani, bu eğer bir yapım süreci ise bunun dijital, reklam, klip, adının net bir şekilde konması gerekiyor Türkiye'de ve buna göre ilerlenmesi gerekiyor.

G: Peki dijitalde de işte Disney plus, Netflix, yani uluslararası dijital platformlar daha önceki yaptığımız röportajlara göre benzer kurallar çerçevesine sahip, değil mi?

N: Ya kendi içlerinde tabii ki farklar var. Yani Netflix'in hayvan hakları için kullandığı kurallarla Disney'inki birbirinden farklı olabiliyor ama genel bakış açıları evet aynı mı? aynı prensipler. Ama arada işletim olarak tabii ki ikisi birbirinden farklı firmalar sonuç itibarıyla, farklı özellikler ve farklı kuralları olabiliyor.

G: Peki, Türkiye'deki dijital platformlar hangisine daha yakın? Yani direkt yurt dışındaki dijitalde yakın ödeme sistemi ya da çalışma şartları diyebilir miyiz yoksa daha ulusala yakın mı diyebiliriz?

N: Yok zaten şey Türkiye'deki dijital platformlar kendi kurallarını kendileri zaten baştan koyuyorlar ve o kuralları çerçevesinde işler üretilir hale geliyor. Yani kural belirleyici patronun ana patron yani. Ana patron diyor ki, ben böyle bir projeye para yatırıyorum ama kurallarımız bu, buna göre üreteceğiz. Yani sen onun adına yapım firmasında çalışan aslında bir birey oluyorsun.

G: Yine dijital şartları ve daha düzenli diyebiliriz Türkiye'deki dijital platformlar için de.

N: Evet diyebiliriz ama işte bu farkın böyle bir farka gerek yok. Bu her üretilen içerikte aslında olması gereken bir standart olması lazım. Yani 12 saat çalışıyorsan dizide de 12 saat çalışmalıyız. Yani 140 dakika çekmememiz gerekiyorsa 140 dakika çekmemeliyiz. Dizide dijitalde bütçesi daha fazlaysa 10 birim kazanan bir asistan, tercihen TV dizisine gelip 8 birimi kabul etmemeli. Ediyorsa da bunu sorgulamamalı,

aslında da gelmemeli çok pardon bu arada (laf bölündü). Yani yeterliliği, iş kabiliyeti neyse orada üretmesi gerekiyor.

G: Peki genel sektör sorunlarının düzelmesi için ne gibi çalışmalar yapılmalıdır?

N: Ya bunun için sektörün büyük oyuncularını, bireyleri, yani aslında her bir sendikanın birbiriyle çok iyi iletişimde olması lazım. Ama bu şu anda hiç yok. Yani yapımcılar tarafı bambaşka bir yerde, onun dışındaki tüm alt ekip sendikaları birbirlerinden de farklı düşünceler içerisinde, kesinlikle bir birlik ve bir ortak bakış açısı yok. O yüzden de dijitalerde öyle, dizilerde böyle, reklamlarda şöyle diye bir kaotik bir durum var. Bu ta ki büyük bir sektör krizine kadar böyle gidecek. Ne zaman ki bir kriz olacak o zaman bir şeyler kırılmaya başlayacak. O kırılma da çok uzakta değil.

G: Peki devlet denetimi olmalı mı?

N: %100 olmalı. Yani devlet denetimi niye olmasın ki? olmalı tabii ki. Ama öyle bir devlet denetimi ne yazık ki yok. Bunu sektör de istemeli, sektör de istiyor mu? Sektörde istemiyor bunu belli ki. O yüzden de işte bu uzun çalışma saatlerini devlet gelip denetlediğinde “yok biz halimizden çok memnunuz” diyen çok arkadaşımız oldu. Çünkü bizim kazandığımız paralar az önce dediğim gibi bir cerrah parası kazanan şeyler var teknik ekipten arkadaşlarımız var. Bunun doğru olduğunu düşünmüyorum. Yani çalışma saatleri belli saate evliliğinde o kazancın da otomatikman düşmesi gerektiğini düşünüyorum. Yani ama bu tamamen ülkenin sosyo ekonomik durumuyla da alakalı. Orası da kaotik olduğu için sen de bu kaotik durumu yaşıyorsun. Yani en basit örneğiyle herhangi bir çay ocağında çay görevi yapan bir birey, asgari ücret alırken sana senin projende çalışan, aynı hizmeti veren arkadaşımız çalışma saati fazla olduğu için asgari ücreti kazanan adamdan bir buçuk kat 2 kat fazla kazanır hale gelmemeli. Yani çalışma saatlerini tartışıyorsak o rakamların dağılımını da tartışıyor olmamız lazım.

G: Peki...

N: Ama Görkem şey önemli yani kesinlikle hakediş haftalık olmak zorunda. Proje şeyi ayrımı gözetmeksizin, hak ediş haftalık olmalı.

G: Peki, beyaz yakalı insanlarla kendimizi kıyasladığımızda medya sektörü olarak, onlar 55 60 yaşına kadar çalışabiliyorlar. Bizim sektörümüzde bu mümkün mü?

Kendinizde böyle bir enerji görebiliyor musunuz? Şimdi bu çalışma şartı saatleriyle bununla alakası var mı?

N: Ya bu kendine, hayatına nasıl baktığınla da alakalı. Evet 55 60 yaşına kadar bizim sektörde çalışabilirsin, çalışanlarımız var.

G: Peki asistan titleında çalışabilir mi? Sektör bunu kabul eder mi?

N: Asistan titleında bizde çalışması mümkün değil zaten. Sen yirmili yaşlarında sektöre girdiğinde zaten otuzlu yaşlarına geldiğinde çoktan amir olmuş oluyorsun. Ekonomik olarak olmak zorunda bırakıyor seni sistem. Eğer sen hala daha girdiğin pozisyonda atıyorum bu prodüksiyon runnersan sen hala 55 yaşına gelip runnerlık yapıyorsan zaten Türkiye'de geçinemezsin. Böyle bir durum söz konusu değil. Sen 55 yaşına geldiğinde çoktan yapımcı olmuşsundur zaten runner olarak girdiğin sektörde.

G: Herkes yükselebilir mi ama? O kadar yapımcı, o kadar sayıda yapımcıya, o kadar sayıda sanat yönetmenine, o kadar sayıda görüntü yönetmenine ihtiyaç var mı?

N: Tabi ki yok ama herkes yükselebiliyor. Bu yanlış bir şey işte zaten, yeterlilik orada bu yeterliliğe karar veren birilerinin olması lazım, ama evet hiçbir donanımı olmadan sıfırdan bu sektörle hiç alakası olmayan bir kişi eğer biraz kabiliyetliyse, organizasyon zekasına sahipse, girdiği herhangi bir departmanda bizim sektörümüzde şef olabilir.

G: En azından diyorsunuz ki ileri yaşlarda asistan olmasa da şef kadrosunda ya da amir kadrosunda çalışabilir.

N: Yani şöyle düşünün, herhangi bir berber çırağı bizim sektöre gelip çırak olarak başladığında asistan olarak başladığında belki 5 proje sonrasında bir başrolün saçını tarayabilir hale gelebilir, yeteneği de varsa. Bunun asistanlık ile alakası yok tamam mı yani?

G: Evet ama yaş, burada konuştuğumuz sadece yaş. Şimdi dediğim gibi bir banka personeli 60 yaşına kadar çalışabiliyor.

N: Ama işte orada da tamamen kendine iyi bak... Ama biz bir bankacı değiliz, o zaman bankacı olmayı tercih etmelisin, o da tercihlerle alakalı. Sen bir masa başı işi yapmıyorsun. Yani masa başı işi yapıp, o stresi kaldıramayıp sektörü bırakan da çok insan var. Yani bankacılık doğru ve düzgün bir sektör görüldüğü gibi aslında değil.

G: Yok örnek olarak beyaz yaka, genel.

N: Tamam, şey sen bizim sektörümüzün içerisinde de ne yazık ki uyuşturucu veya alkol kullanımı çok yüksek. Sen oralarda kendini nerede konumlandırıyorsun da çok

önemli. Yani bizim sektörümüzün içerisinde ne yazık ki uyuşturucu çok fazla. Bunu hepimiz biliyoruz. Kimlerle, nasıl ekiplerle çalıştığın o yüzden çok önemli. Yani o yüzden benim ekibimde uyuşturucu kullanarak çalışması bir insanın pek mümkün değil.

G: Peki son olarak geçmişten günümüze değişimleri iyi ve kötü yönleriyle sektörel olarak kısaca özetle yorumlayabilir misiniz?

N: Kısaca özetlemek çok mümkün değil. Konuştukça konuşursun da ama yani şimdi yaptığımız işlerin sayısı arttıkça rekabet fazlaşıyor. Yapım firmaları arasında ciddi rekabetler var aslına bakarsanız. Bu rekabet de doğal olarak kaliteye yansıyor. Ve ee bir yönetmenin ürettiği x işinden sonraki yapacağı iş o X işinin üzerinde bir iş olma zorunluluğunu yönetmene doğal olarak getiriyor. Yani herkesin kariyerinde yapmış olduğu, her yönetmenin en iyi filmi diye bir şey vardır. Her projesi de onun bir üstüne çıkması zorunluluğunu getirir. Onu hayal ederek o projeyi yapar. O yüzden ee iş sayısının ve yapım firmalarının sayısının ve bütçelerinin artması bu rekabeti gerçekten körüklüyor. O yaratımı da körüklüyor. Bu iyi bir şey. Ama bunu yaparken ne kadar sağlıklı yaptığımız tartışılır tabii ki. Orada işte kapitalizmin acımasızlığıyla karşılaşabiliyorsun. Ama sonuç itibarıyla evet bir şeyi, bir üretimi, yani bir sanat filmi ya da düşük bütçeli bir bağımsız film yaparken de bir bütçeyle yapıyorsun aslına bakarsan. Bütçe hep, hep var. Bütçeyi görmeden bu işi yapmak mümkün değil. Yani bir ressam da bir tabloyu yaparken aslında bir bütçeye bağlı kalarak yapıyor. Zaman, mekan, kullandığı boya, geçirdiği o tasarımdaki süreç, yemesi içmesi, bunların hepsi aslında o ressamın üretimindeki bir bütçeyle kaynaklanıyor. Aynı tabloyu 2 haftada da yapabilir. 2 yılda da yapabilir ama 2 haftada yaptığı tablo 2 yılda yaptığı tablo değil. Bunu hep beraber biliyoruz. Bizde de aynısı söz konusu. O yüzden bütçe önemli, bütçeyi doğru yönetmek önemli.

G: Peki genel olarak eklemek istediğiniz bir şey var mı?

N: Ya aslında bakarsan bütün işim içerisinde yaşamış olduğum tüm streslerde doğru iletişim en önemlisi. Kimse kusursuz değil. Herkesin artı yönleri ve eksi yönleri var. Ben kendi adıma bir yapımcı olarak insanların artı yönlerini alarak o projenin içerisine dahil ederek o hayali üretmeyi tercih eden bir konumdayım şu anda. Yani senin de eksiklerin var ama senin de artıların var. Ben o proje için senin artılarından nasıl yararlanabileceğimin peşinden koşuyorum. Aslında bunun peşinden koşabilirsek doğru

ve güzel şeyler yaratabiliyoruz. Yani Türkler olarak kesinlikle bu tüm yaratım sürecinde gerçekten bir şeyleri başarabiliyoruz. Başarabileceğimiz için yurt dışında bir yerlere satabiliyoruz ve izlettirebiliyoruz. Şunun peşinde koşmalıyız, daha fazla nasıl izlettirebiliriz? Bunu elin Amerikalısı elin İngilizisi başarmış, elin Hintlisi de başarmış. Biz sektör olarak nasıl geliştirebiliriz kendimizi, yani bizim ülkemizde bir stüdyo yok. Bizim stüdyolarımızın olması lazım. Yani biz Beykoz Kundura'da çalışmak zorunda bırakılmamalıyız sektör olarak, biz onu hak etmiyoruz. Yani artık rakamlar da küçüldü ama benim başrol oyuncum Beykoz Kundura'nın ısıtması olmayan bir deposunda bir sahne çekmek zorunda kalmamalı. Ben oraya ait değilim. Yani ben daha iyi çalışma şartları derken bundan bahsediyorum. Yani ısıtması, tuvaleti, yemesi, içmesi, oturması, kalkması olan sağlıklı çalışabileceğimiz stüdyolara ihtiyacı var sektörün. Bu yatırımı kim yapar? O yatırım sonrasında bu diziler dijital platformlar gidip oralarda içerik üretebilir miyiz? Bunu kovalamalıyız. Ama biz kesinlikle Beykoz Kundura'yı hak etmiyoruz. Yani biz orada çalışmamalıyız çünkü orası bir filmciliğe uygun bir mekan değil. Gerekli alt yapısı ve donanımının olduğunu düşünmüyorum. Vizyonunun olduğunu da düşünmüyorum açıkçası, ki çoğu içerik orada üretilse bile.

G: Evet. Peki isminizi tezimizde geçirebiliriz ve tezimize ek olarak görüşmemizin deşifresini koyabilir miyiz?

N: Koy, koyabilirsin.

G: Tamam, çok teşekkürler.

N: Sevgiler.

EK2: Gökben Şaş, Genel Sanat Yönetmeni Yardımcısı Görüşme Deşifresi (G: Gökben Şaş, GK: Görkem Katmer (yazar))

GK: ...Öncelikle adınız soyadınız, sizi tanıyabilir miyiz?

G: Gökben Şaş. Ankara iletişim mezunuyum. Ortalama 13 14 yıldır sektördeyim. İlk stajla başladım, ilk stajım TRT İstihbarat sonra sanatla devam ettim. O gün bugündür de işte çeşitli işlerde sektörde devam ediyorum.

GK: Çok güzel. Şu anki görev ve pozisyonunuz nedir?

G: Şu anki görevim prodüksiyon designer yardımcısıyım aslında. Son 7 yıldır Hakan Yarkın ile çalışıyorum.

GK: Türkçesi ne oluyor onun peki?

G: Genel sanat yönetmeni yardımcısı.

GK: Evet, şef asistan olmuyor o zaman bu. Sizin altınızdaki şef asistan oluyor?

G: Şef asistan olmuyor, aslında sanat yönetmeniyle şey arasındayım ben genel sanat yönetmeni arasında. O bütün genel sanat yönetmeninin bilgisini dekoru biraz daha böyle şey pozisyonu gibi düşünelim. Alt üst olarak söylemek istemiyorum ama yani sanat yönetmenin de üstünde kalabiliyor bazı durumlarda, aslında kalıyor. Çünkü doğrudan genel sanat yönetmenine bağlı olup onun briflerini yapıp kontrol edip, yapım aşamasında da birlikte çalıştığımız için böyle bir pozisyonu oluyor bunun.

GK: Peki iş tanıtımınızı yani ne işler yaptığınızı bize madde madde anlatır mısınız?

G: Bütün olarak mı yani kendi deneyimi mi? Bu işte?

GK: Bu işte, şu an şimdi işte genel sanat yönetmeni yardımcısısınız ve bu ne demek?

G: Tamamdır, tabii ki, şöyle; projenin ilk tekniği de var, draması da var, çatısı da var, ana hikayesi de var, kurulumda da var, işte “bu karakter bu çakmağı kullanır mı” dan işte “bu karakterin evinin ne renk olması”na kadar işte perdelerinin desenine kadar. Yani böyle yelpazesi çok geniş bir şeyden bahsediyoruz aslında. Hani ben dışarıdan duyduğumda bazen yabancılaştığımda hatta kendime nasıl bu kadar aynı şeyi bir arada bütünde tutabiliyorsunuz ya da...

GK: Bu sadece sizin title’ınız mı? Yoksa genel sanat yönetmeni ile birlikte mi bunlara karar veriyorsunuz? Yoksa sizin harici karar verdiğimiz noktalar var mı?

G: Birlikte, harici karar verme yükü şurada şey olabiliyor. Sonuçta asiste etmem gerektiği için biraz daha böyle benim paranoyakça ve şey olmam gerekiyor antipatik.

(02:42) Yani bunların hep kurulumu, takibi, takipten sonra sonucu bunlar da beni

ilgilendiriyor. Yani dünya yaratıldı, işte karakter ya da mekan kitlendikten sonra bunun finish haliyle ilgili, yani o son ana kadar mesela sorumluluk bende oluyor yani.

GK: o zaman %100 net bir iş tanımından da aslında bahsetmiyoruz gibi burada.

G: Bahsedemiyoruz yani şey bahsedemiyorum. Ya perde eksikse mekanda ona da, böyle biraz daha şey akut gibi ben bu işte kendimi gerçekten tanımlıyorum.

GK: Perde alabiliyorsunuz yani, boya yapabiliyor musunuz arada?

G: Evet evet, ya arada şöyle buralarda onlar olmadı ama bir kere kalifiye, çok garip bir şekilde bir de yani sıfırdan asistanlıktan geldiğim için ben 14 15 yıldır, şey yapıyorsun, her birimde böyle o hiyerarşiyi aslında yaşayarak ben buraya kadar gelmiş oldum. Zaten bu vakıflık olmasa şey olur, patlarım, net bir şekilde yani sorun çıkacak yeri biliyorum. Orada da çalıştığım için, orada durduğum için. Burada işte dekor yapılırken mesela iç giydirmeler yani mobilyası, dükkan, nereden kiralanıyor, nereden ne alınıyor işte recceler, ölçüsü, onun takibi, ben bütün bunları raporunu genel sanat yönetmenine veriyorum. Bunun uygulama işleyişiyle işleyişinden sorumlu olan benim aslında. Keza aynı şekilde bütçesel kısmı da bunun içine giriyor. Yani kiralanan malzemenin yerleşimi, ondan sonra kamyonun kaçta nerede olacağı, bazı birimlerde aslında bu 2 iş gibi; sanat koordinasyon var, bazı değil böyle büyük işlerde sanat koordinasyonun işi bu. Böyle, yavaş yavaş aslında biz böyle merdiven gibi yani şeyler eklenmeli, branşlaşmamız gerekiyor, (04:50) İlk durum bu. Bu aslında sağlandı. Bazen işte şey gibi bu kendi öz eleştiri olarak da bakabiliriz. Bazen anlatmak yapmaktan daha hızlı gelebiliyor bana. Böyle kötü kötü yanları oluyor bunun. Onu da çözüyorsun. Yani böyle yani kamyondaki aksesuardan da mesela, işte orada sette bir şey yoksa bu bu garip bir pozisyon, zor bir pozisyon aslında. Başka neyi anlatabilirim, yani at arabasının işte eğrinin bilmem nesinin problemi de yani genel problemi o çözme ile ve temin etmeyle.

GK: Genel sanat yönetmenine gitmeden önce sizin çözebileceğiniz şeyleri siz kendiniz çözüyorsunuz.

G: Tabii. Çünkü genel sanat yönetmeni dediğin şey o bütün resimden çok kopmalı. Bu detaylarda boğulmamalı ki o büyük genel resim çıksın, yani o zaman yani şey gibi ya bu...? kendi işini yapamamasıyla alakalı. Mesela şu an işte Dolmabahçe'nin dışı yapılıyor mesela. İşte onun çizimini yapmalı, sütununu yapmalı yani eğer

Dolmabahçe'nin de içi kuruluyor. Yani içiyle ilgilenirse bu sefer başka bir yer aksayabilir. Benim böyle bir pozisyonun var bunda.

GK: Evet, çok güzel. Peki özetle bu pozisyona gelene kadar öncelerde hangi pozisyonlarda kaç yıl çalıştınız?

G: Şöyle, stajla birlikte 14 yıl oluyor. Yani okul ne zaman 2008 2010 yani 2008'den beri aslında bir fiil çalışıyorum şey yani meslek artık mesleğim olarak, son stajyer stajyer olarak başladım hatta. İlk işim staj Türkan'dı. Yine bir dönem işi. Ondan sonra işte son asistanlık, bayağı böyle title title yani şey olmadı hiç benim böyle birden şef asistanlık, ben de kabul etmedim bu arada. Çünkü çalıştığım işler de hep dönem işleri, kalabalık işler, zor işlerdi. Böyle işlerde şey yapamazsın. Yani bu sene seti bildikten sonra işte şef asistan aslında olabilirsin günümüz işlerinde daha hafif işlerde devam edebilirsin buna, ama böyle büyük projelerde hemen patlarsın. O biraz şey, böyle tecrübe, böyle yapı taşı gibi ona ekleyerek ilerlemen gerekiyor. Yani dönemi öğreniyorsun, bir bakıyorsun 50'ler yaptığında artık 50'leri biliyorsun, 90'lar yaptığında doksanları biliyorsun. Onun için ben böyle hep yani son asistan, işte 5. asistan, dördüncü asistan öyle öyle devam etti. Yani muhteşem yüzyılda 3 yıl çalıştım mesela. Yani 9 kişilik ekipte en alt asistandım, ama iş yükü yine aynıydı. Sonra sonra işte 5 6 sene böyle 6 yedinci seneden sonra artık şef asistan diyebiliyordum kendime. Ya benimki biraz böyle dönem işleri büyük işler olduğu için, yani şeyi uzun sürdü hemen şef asistan olmadım, biraz tercih etmedim. Bir de dediğim gibi o işlerde şey dengesi de bazen bunu belirliyor maalesef. Şimdi maddi temelli de bizim işler yapıldığı için tatmin noktası oluştuğunda sen doğal olarak onda profesyonelleşme onu öğrenmeyi sindiriyorsun. Level atlamaya çalışmıyorsun. Bizim en büyük handikabımız bence o. Yani şef asistan olunca paran artıyor. Bu mantıkla bakılınca maalesef şey olmuyor ya bu okul gibi çünkü nasıl birinci sınıfı okumadan beşinci sınıfa geçemezsin. Gerçekten hani tecrübe ama şu da değil yani mesela ben ilk defa 1900'ler yapıyorum. 15 14 senelik tecrübeme asistanlığıma rağmen. Hani bu böyle bir şey aslında her işte yeni bir şey öğrenip keşfediyorsun ama başka bir deneyimle geliyorsun. (09:00) Zaman bunun için önemli.

GK: Bu şimdi 1920'ler gibi mi oluyor?

G: Yani 1888'lerle başlıyoruz aslında yani. Finalimiz 1919 şu an. Yani her işte, yani zengin işinde başka bir şey deneyimliyorsun, dönem işinde başka bir şey

deneyimliyorsun. Aslında çok heyecanlı bir şey yapıyoruz. Bunun için de hazırlık süresi çok önemli. Benim için en önemli noktalardan biri. Hazırlık süresi verimli geçtiğinde sen yani sette çok rahat ediyorsun.

GK: İş de çıkıyor.

G: İş çıkıyor. Yani karakter yaratıyorsun, drama kurabiliyorsun, yani film yaptığını bir şey yaptığını düşünüyorsun yani şey esnaflık yapmıyorsun, yani ticari bir şeyi yetiştirmek yani bizim temel güdümüz bu olmamalı. Böyle olunca güzel işler çıkıyor. Mesela ben çok uzun vakit dizi yaptım. Diziyi bırakma sebeplerimden biri oydu yani. Çünkü artık o yapılmasın değil yine yaparım, yapılır. Eleştiri gibi değil ama.

GK: Ulusal kanal dizilerinden bahsediyoruz değil mi?

G: Evet, evet, çok ciddi yani hem de çalıştım. Ay yapımla çalıştım. Ondan sonra Tims'le çalıştım, Kanal D iç yapımlarla çalıştım. Şu, bu benim şeyde bu ya neredeyse boşu olmayarak asistanlığım geçti benim yani böyle ara verdim, gittim geldim kısmı yok.

GK: Çok güzel. Peki bu setten örnek vermeniz gerekmiyor. Ya da isim vermeniz de gerekmiyor. Ast üst ilişkilerinizde yaşadığınız sorunlar var mı? Çünkü araştırmamızın temeli bu. Astlarınız ve üstlerinizle ilgili yaşadığınız sorunlar. (10:40)

G: Ben şimdi çok uzun vakittir aynı ekiple çalıştığım için güvenli bölgedeyim. Ondan sonra yani şey isteyebileceği şeyi biliyorum. Birbirimizi yormuyoruz tanıdığımız için. Ama daha önceki deneyimlerimde çok zorlandığım, mobbinge uğradığım, ondan sonra, ara ara bunlar oluyor. Bizim işin en kötü yanı bu. Bir şeyleri yetiştirmeye çalışıyorsun. Herkes birim, birim ve maalesef şu olmuyor. Kimse hatasına bir hata varsa kabul etmiyor. Ne olarak bakılmıyor bizim işlerde neden olduğuyla kimse ilgilenmiyor. Kim yaptığıyla ilgileniyor. Kim olunca da bu sefer yani mobbinge uğruyorsun. Aslında bu bir sebep sonuç ilişkisi olarak ilerlediğinde, yani şahıs üstünden yürümeli işte bu tarz şeyler. Bir sebebine inilmediği sürece alt üst ilişkisi, o dengesizlik, böyle ben bazen kendimi böyle klan savaşı gibi ringte hissediyorum. Sanki hani şey olursa bunu yapamayacağım. Bazen o maskeyi takınıyorsun hatta, tavır geliyor. Yani kişilik sapması da diyorum ben hani, böyle hiç olmadığın bir insan gibi oluyorsun çünkü her tarz insanla hitap ediyorsun yani çünkü nakliyecisi ile de ben hitap ediyorum, taşıyıcıyla da yönetmenle de yapımcıyla da oyuncuyla da. Bu böyle aslında çok sosyolojik bir durum. Yani herkese anlıyor olmak, her dile inebilmek. Yani bunu

dezavantajı çok oluyor sende. Herkesi anlamaya çalışmalısın, herkesle iletişim kurmak zorundasın. Yani şey kısmı bu, zor kısmı bu.

GK: Peki bu hiyerarşik yapıyı, biraz önce de konuştuk, hızlı yükselenler var demiştik vesaire işte insanlar para odaklı yapıyorlar. Peki bu bir sorun mu? Yani mesela siz yetersiz birileriyle çalıştınız mı ve onun sorunlarını yaşadınız mı?

G: Evet çalıştım, şu an mesela benim kendi nezdimde yaşadığım sorunlardan biri, kibir olarak lütfen algılamayın, mesela sanat yani sanat yönetmenliği yapıyorum, yapabilirim, bazı işlerden mesela dekor kurulumuna yani Hakan abiyle uzun vakit uzun projeler çalıştığım için aslında bir yere kitlemiyorum kendimi hep önümüzde bir şey oluyor, es'lerim oluyor. Ama bazen şey yapmak istiyorum. Farklı insanlarla çalışayım, bir gideyim falan. Gittiğim vakit mesela altına gittiğim insanın üstünde hissediyorum kendimi, bu şeyi yani nasıl oluyor bunu anlamıyorum, ya nasıl falan diyorum ya bu kadar çabuk sanat yönetmeni olunmamalı dediğim noktalar oluyor yani. Ama bunu da nasıl dengelerim onu da açıkçası bilmiyorum. Yani üçüncü işte şef asistan, beşinci işte sanat yönetmeni olunca böyle olunuyor. Bunun sebebi de dediğim gibi tamamen işte biraz yürütüyorsa, set aksamiyorsa işte sen tamam gel, çünkü hak edişini de almayarak yani böyle devam ediliyor.

GK: Aslında ucuz paraya, aslında şef asistan parasına belki sanat yönetmeni oluyor.

G: Zaten direk öyle oluyor yani hani. Öyle olunca da şey yapıyorsun, yani saygı duymamak demeyeyim de mesela ait hissetmiyorsun ve orada mesela zorlanıyorum böyle. (14:06) Hani bir de onun dezavantajı şu oluyor bir süre sonra altına gittiğin insan şey olabiliyorsan biraz daha bilgili isen o denge çok önemli. Önceden bunu ben bunu başaramıyodum. Bir şeyler söylüyorsun ve aslında karşı tarafı o kadar bir şey bilmeni istemiyor. Bunun dezavantajı oluşuyor. Mesela ben gittiğim işlerde kabul ettikten sonra susmam gerektiğini kendime söylüyorum. Yani şey kabul ettin geldin, bu susman gerekiyor, istenileni yapman gerekiyor. Yani hani bu anlaşmayla geldin. Bunu yapabilirsin diye. Burda mesela en çok ezilme noktası üstümle değil de eğer biraz daha yetersiz bir insansa oradan çok mobbinge uğruyorsun aslında yani o şey hali yok. O yetersizlik halini bastırarak herkes kapatmaya çalışıyor. Aslında her insan her şeyi hemen bilemez, bilmek zorunda da değil ve biz şey gibi değiliz. Bu hiyerarşiye ve bir şey bilmiyorum demeye çok kapalı olduğumuz için en büyük sorun bence bu, bilmiyorum atladım, benden, bu cümleler yok bizde artık.

GK: Peki altlarımızla ilgili sorun yaşıyor musunuz? Üstler tamam, bu hiyerarşik yapıda bir de altınızda var. Bu altınızla ilgili iletişimdir, görev tanımıdır, ilgili sorunlar var mı?

G: Tabii ki bu ikiye net bir şekilde ayrılıyor. Bir kısmı şu; bir an önce yükselmek isteyen bir kısım geliyor. Seni sabote eden, aksileşen, dinlemeyen, itibarsızlaştırmak isteyen ki hani ben ben yapabiliyorum bunu ya o ne yapıyor ki kısmı oluyor. Benim çoğunlukla pozisyon olarak biraz yaşadığım şey bu oluyor. Çünkü herkes iyi bir şefle çalışmayı istiyor, iyi işlerde çalışmayı istiyor ve biz de dediğim gibi aslında çok kalabalık ekiplerle çalışılan işlerde herkes birbirinin üstüne basarak ilerlemeye çalışmasa, yani kolektif bir iş yapılıyor, yan yana yapılması gereken ve herkes ... sağlamak istediği için ilk yaşadığım problem bu oluyor. Yani hani bir böyle gelir gelmez şey kısmı ya da bir süre sonra, biraz daha iş öğrendiğinde, yani tabiri caizse kötü bir caviz yerine geçme hevesi. Yani “hani bu ne yapıyor ki ben bunun yerine...” duyuyorum da mesela bunları çeşitli aralıklarda, başkalarına da söylerken vesaire sonra ama akışta ilerleyince aslında onun öyle olmadığını da fark ediyor. Ama bu benim için çok yorucu oluyor çünkü birine kendini dinletiyor olmak çok zor bir kavram. Yani bunun için ya şiddet, yani şöyle sözlü şiddet, sözlü sert davranman gerekiyor kendini dinletebilmek için ya da insanı yok sayman gerekiyor. Bu da senin gösterdiğin şiddet oluyor. Bu noktada ikiye ayrılan bir durum var. Yani hop öbür türlü de çok tatlı böyle sana saygı duyan, iş öğrenmek isteyen hiç zorlanmadığın, “aa bunu nasıl düşündün” diyen insanlar da var. Bu da dediğim gibi tamamen kişisel hırslar ve yine döneceğim maalesef o ekonomik durumda biraz belirliyor olabilir. Herkes temelde biraz yırtmak istiyor.

GK: Daha fazla para kazanmak istiyor.

G: Evet, yani şey yani meslek olarak bunu, ya donanım sağlamak yerine bir yırtalım, yani herkes birbirinin taklidi oluyor, başka bir şey oluyor, öyle ilerliyor yani.

GK: Ama süre olarak bir yırtmadan burada bahsedebiliyor muyuz? Sonuçta herkesin çalışma saatleri aslında yakın değil mi şu an? Hani alttaki asistanla üstteki asistan hepsi aynı saatlerde sette oluyor.

G: Tabi o hiç değişmiyor. Hatta ben şöyle söyleyeyim, ben hadi üst asistan diye düşündüğümüzde bu hafta mesela bizim ekip repo yaptı, ben yapmadım. Yani hatta

yükseldikçe aslında şey kısmı bu. Zaten ondan sonra bir dönüş oluyor bizde. Yükseldikçe sorumluluğun artıyor, daha fazla çalışıyorsun.

GK: Süre de artıyor böylece aslında özünde. (18:16)

G: Süre de artıyor yani şöyle çünkü onun sorumlusu sensin, o mekânı kuracak insan sensin bu kadar basit yani hani. Öbür insan sette aksesuardan sorumlu olduğunda, onun onu da şartel inebiliyor eve gittiğinde. Yani sabah ben bu fincanı önüne koyuyorum ve onun sette devam ediyor, eve gidince fincanı düşünmüyor?? Ama ben mesela o fincanı almayı düşünüyorum. Fincanın içindeki çayı düşünüyorum, tabağını düşünüyorum ya hoca bunun yanında işte atıştırılmalık bir şey de ister mi diye düşünüyorum. Fiziken evet bazen şey noktaları oluyor, daha az yorulabiliyorsun ama zihnen tamamen kapalısin artık. Hayır, yani şey esi yok yani hani.

GK: Eve gittim rahat uyuyayım esi yok.

G: Yok, ertesi günü, bir sonraki günü, hatta minimum ben ya öyle olmak zorunda oluyor. Çünkü hafta sonu var, yasağı var, dükkan açık, dükkan kapalı, 3 günün programını yapmadan uyuyamazsın. Yani şartel inmez.

GK: Peki sizce bu durumun, bu hiyerarşik yapıdaki sorunların düzelmesi için nasıl çalışmalar yapılmalı?

G: Şöyle, biz de mesela acaba ne yapılmalı diye ben bile düşünüyorum ekip kurunca, ekibe insanlar dahil olunca ya da öğrendiğim şeyleri unutmaya çalışıyorum. Çünkü önceden hiç birimleşilmiyordu. Mesela o kadar analitik olmayı, böyle övgü gibi bahsettim ama aslında kötü bir şey bir yerde de. Çünkü her işi bir insan yapamaz. Ben hem satın alma yapıp, hem malzeme getirip, hem sette durup, hem devamlılık yapıp, o zaman şey oluyor ucuz işçilik çıkıyor ortaya.

Hiyerarşik durumlarda birimleşilmeli. Hiyerarşinin başı bunu sağlamalı, satın almacı yani Avrupalı böyle çalışıyor satın almasıyla, dressing ekibi var, Türkçe isimleriyle söyleyelim aksesuar satın alıyor. O an ihtiyacı satın alıyor. Sette duran sette duruyor. Satın alınan getirip malzemeyi ona teslim ettiğinde artık o ondan sorumlu, o onun işleviyle ilgileniyor. Öbürü set paydosunda gelip o bardağı topluyor. Böyle kişi sayısı ve bilimlerin ayrıştırılıp artması gerekiyor.

GK: Artması en temel sorunlar, hala yeterli değil, değil mi?

G: Değil değil, yani şey olarak, yavaş yavaş bu başarıyor, ya evet dipsiz kuyu, ama minimum yani minimum seviyede tutulabilir noktaları var yani. Bir insan her şeyi yapamaz. (20:54)

GK: Peki sizin ekibiniz sanat ekibiniz kaç kişi şu anda?

G: Şu an bu kötü bir soru, çünkü biz şu an 3 kişiyiz. Ondan sonra Hakan abiyi saymıyorum, desteklerimiz oluyor, işin sonuna doğru yani hani kayıplar oldu, ayrılanlar oldu, dahil edilemeyenler oldu.

GK: Onların yükünü siz mi almış oldunuz?

G: Bir de böyle büyük işlerde... evet, şu an onun için mesela ben tam tanım yapamadım her şeyden bahsettim. Normal şartlarda işin başında şu olacaktı, ben denetim yapacaktım. Aksayan bir şeyi neden aksadığı ile ilgilenecektim ya da işte dönemine uygun değil bir şey diyebilecektim, uyarabilecektim, bu şekilde olacaktı. İşte kişiler azalınca, bunun da 2 noktası oluyor. Şimdi bilgiyle hazırlıktaki insan gittiğinde çok büyük kayıp yaşıyorsun. Bilgiyle gidiyor çünkü bu insan. Yeni gelecek insana bilgi aktarımı yapana kadar zaten iş bitiyor. Tutup dönem işine ya bugün başlayan insan projenin son haftasında yani verim olarak evet orada durabilir, onu alabilir, kişi sayısı olarak artabilir ama çok zorlanılan noktaya geliyorsun. Dil bilmiyorsun, dilini bilmiyorsun ne kadar neyi yapabileceğini bilmiyorsun. Bir de bizimki böyle kural yazılı bir kural yok, özellikle sanatın, teknik eleman değiliz biz. Yani işte sen diyorsun ki işte buraya bir canlı çiçek, onun canlı çiçek anlayışı farklı, seninki farklı, diğerinki farklı. Bu çok uzun bir süreç. Bu sefer şey diyorsun o getiriyor diyor ki, canlı çiçek, evet canlı çiçek ama diyorsun ki ya bunu nasıl alabilir bu? Yani sonra diyorsun ki “ya ben bunu nasıl buna tam söylemedim? Neden güvendim ki?” böyle şeysel krizler, hiç göremediğin krizler oluşabiliyor. Onun için iş başında sağlam ekip, sonrasında o sağlam ekibi yıpratmadan devam ettirmek. (22:56) Az insan başladığında işteki insanlar yıpranıyor. Yani yük biniyor, yıpranıyorsun, yıpranan insan da gidiyor.

GK: Peki bu sizce şimdi bu dediğiniz cümlelerden şu varsayıma çıkıyorum ben. Acaba sözleşme mi olmalı böyle bir durumlarda yani? Çünkü gelen kişi hazırlıkta durdu, parasını da aldı ve gitti, iş başlarken. Bu durumda bir sözleşme yetersizliğinden bahsediyoruz. Gidememeli mi normalde?

G: Evet, aslında bunlar biraz sağlanıyor. 2 hafta önce sana haber vermesi gibi bir durum var. Zaten işin başındaki büyüklerin sözleşmeleri oluyor, o işi bitirmekle sorumlu. Belki altlardaki insanlarda bu arttırabilir. Ama mesela onun da ben açıkçası ne kadar yeterli olup ne kadar caydırıcı olup olmadığını çok anlamıyorum. Çünkü şu da olabiliyor ya bizde, yani anlaşıyor ve, ya kovulabilirsin, gidebilirsin. Bu 2 taraflı dezavantaja dönüşebilen bir durum olarak çıkabilir karşımıza. Yani sözleşmen olduğu için buna kötüye de kullanabilirsin. Bu noktada nasıl bu açıklıkların bulunması gerekiyor, ne olmalı diye yani.

GK: Sizin var mı bir öneriniz peki?

G: Yani bu nasıl olabilir; ya bir yaptırımı olmalı diye düşünüyorum ben. Ama mesela yani rahatsızlandı, başka bir şey oldu ya da şeye de suiistimale de çok açık bir durumu var. Sabote edebiliyor işi. Yani malzemeyi geç getirmesi, unuttum demesi, almaması, zaten hani sen onun bir süre sonra kovmak zorunda kalıyorsun, çekemiyorsun, yani şey olarak ya göndermek yani burada biraz daha yani kişilik, dürüst olma, baştan konuşma haliyle yani bu da pedagojik bir şeye giriyor yani, bu da çok büyük bir şey. Sözleşme bunu biraz önleyebilir. 2 taraflı da önleyebilir. Çünkü kötü yapım şirketleriyle çalışıp ciddi böyle hazırlık dönemlerinde az para kazanıp tam para kazanacağım deyip işten ayrıldığı vakitler de oldu. Yani pahalı insana işi kurdurup ucuz insanla işe devam eden.

GK: İki farklı kavram çünkü aslında, kurmak ve devam ettirmek.

G: Tabii ki. Tabii. Zaten bizim en temelimiz ya da mesela bizim dekor kuran insanların en büyük temeli mesela yerinin dolmayacağı insanlar oluyor sektörde. Yani benim mesela şanslı hissettiğim Hakan abi ile Hakan Yarkın'la çalışma sebeplerimden biri. Yani büyük dekorlu işler, birkaç tane, yani alttan yetişiyor, çok güzel insanlar geliyor ama mesela o benim mesela okulda hep şeyimdi böyle, ya nasıl girebilirim, nasıl çalışabilirim? Ben resmen bir işte çalışıyordum ve onlar Arif 216 dekoru kurarken ben böyle 10 yıllık asistan olmama rağmen gidip ben dedim ki ben sizinle çalışmak istiyorum. Ve ben oraya son asistan başladım şef asistanken, çünkü tek açıklık son asistandı.

GK: Evet ve görmek istiyordunuz...

G: Evet, çünkü deneyimlemek istiyorum. Yani şey mesela ya böyle durumlar da oluyor işte. Bu senin biçtiğin yolla alakalı ya yani hani ne var 2 ay para kazanmayım, staj gibi

düşüneyim, bu biraz işte şahsileşiyor durum, işini sevmenle alakalı oluyor yani, bununla başka bir şey diyemiyorum.

GK: Tamamdır. Çok teşekkürler, son konumuz var. Genel sektöre dair sorunlar, şimdi hiyerarşik yapıyı konuştuk. Genel sektöre dair sorunlar sizce neler?

G: Bir- kadınlar çok daha fazla çalıştırılmalı. Kadın seti yumuşatan bir şey. Biz çok fazla erkekle çalışıyoruz. Çok fazla erkek var, bana göre mesela zorunlu koşulmalı. Her birimde 2 kadın. Yani reji, kamera, sanatta oluyor, sanat, ışık, (27:06) biraz daha zor bir şey kabul ediyorum ama gerekirse ışık, yok yani hani şey olarak hani ama kesinlikle kadınlar yani çünkü bu şey oluyor böyle çok erk çok başka bir şey, onun şeffaf olarak mesela ben kadın olarak şeffaf bir şekilde hissediyorum, sana bir şey anlatamam hani bir deneyim söyleyemem ama başka bir dil oluyor yani. Erkek dili oluşuyor bir süre sonra. Yani sonra mesela ben bir kadın olarak erkekleştiğimi görüyorum yani ve bu farkında olmadan oluyor yani konuştuğum konu değişiyor, başka bir şey değişiyor ve o şey dilini kesinlikle yumuşamıyor. Yani sen oradayken 5 erkek konuştuğunda küfürlü konuşuyor, kaba konuşuyor, kaba davranıyor, çünkü onun normali o oluyor. Top sahasına dönüyor iş ortamı. Kesinlikle kadınlar artırılmalı. En benim şeyim bu son zamanlardaki olmazsa olmaz, eksik olarak düşündüğüm. Çünkü kadın olarak çok zorlanıyorum.

GK: Evet. Peki devam edelim mesela önceki hep okuduğumuz şeylerden, bu çalışma saati ücretlendirmeler ile ilgili ne yorum yaparsınız?

G: Şeyi iyi bir yola doğru evriliyor şu an aslında bunlar. Çünkü hepimiz aynı gemideyiz. Yapımcı da aynı gemide, yani uygulayıcı yapımcı da yönetmen de yardımcı yönetmen de. Yani çalışma saatleri, repolar, mutlu insan, mutlu iş, ben buna inanıyorum. Mutsuz mutsuz çalıştığında hiçbir şey çıkmıyor. E bir de yani hani bu kölelik sistemi olmamalı, iş yani, temelde geçim kaynağı ve yani var oluş sebeplerinin işte yaşamak vesaire bu da buna hizmet eden bir şey. Bir parçası sadece bu. Bunun sağlıklı olması lazım. Çalışma saatleri, ücretler, hepsinin seni tatmin etmesi lazım ki kaliteli şeyler çıksın, yoksa şeyi görüyorsun böyle çok kalitesizleşiyor. Yani mecburiyetten gelen oluyor, donanımsız gelen oluyor, vasıfsız olan çok geliyor. Saati yok, düzenli değil, düzensiz değil. Bu sefer şartı sen belirlemiyorsun, şartı karşı taraf belirliyor. Bu da yani kölelik sistemine doğru ilerliyor. Yani şart bu, bunu kabul etmelisin diyor. Vasıfsızsan, şeyi yani daha başka bir şey yapamıyorsan bir bakıyorsun

işte sette buluyorsun kendini. Maalesef öyle oluyor yani. Çünkü işte 5 kişi isek 3 kişi bakıyorsun vasıfsız insan olmuşuz. Vasıflı insan gelmiyor, tatmin noktası şeyi yüksek oluyor çünkü. 2 kişi vasıflı olmuş oluyor. Böyle garip bir karma oluyor.

GK: Ya bu aslında çalışma saatlerinin şu anki hâlâ dengesizliği vasıflı ve vasıfsız eleman ayrımına yol açıyor aslında.

G: Tabii, tabii. Şunun gibi oluyor mesela her iş olsa, ne iş olsa yaparıma geliyor yani bu, ya da yani çalışma saati düzenli olmadığı vakit gerçekten ya o işi çok iyi para kazanan devam ediyor ya da hiç para kazanmayan devam ediyor. Ara insan bunu yapmaz yani çünkü herkes kendini ilk önce seviyor bence yani. Onun için işte bizde makas gitgide açılıyor; yani çok vasıflılar ve çok vasıfsızlar olarak ikiye ayrıldık biz. (30:24) Yani orta segmentte bir şey sağladığında bundan vazgeçiyorsun diyorsun ki böyle hayat mı olur ya? Yani hani benim de ara ara çok düştüğüm, depresyona girdiğim dönemler oluyordu. Mesela ben diziyi yapmıyorum çok uzun vakittir. Diziyi bırakma sebebim buydu benim.

GK: Burada şu ayrımı sormam lazım. Şu anda bir dizide çalışıyoruz aslında. Şimdi o zaman ulusal kanallar ve dijital platformlara yapılanlar arasında bir farklılık olduğunu söylüyorsunuz. G: Şimdi, benim çalıştığım vakit üstünden değerlendirebilirim. Evet, benim bırakma sebebim oydu. Yani bırakmak dediğim buna yönelmek, buna zorlamak istedim. Ama şu an benim kardeşim de oyuncu olduğu için biraz biraz çalışsam da ya da arkadaşlarım da olduğu için biraz biraz duyduğum şeyler var. Şu an ulusal kanallar da aslında şeyi sağlamaya çalışıyor, insanlar artık haklarına sahip olmaya başladı aslında. Bu sendika, ondan sonra bu instagram, bu şey sosyal medyanın iyi yanları oldu bizim için. Afişe ediliyor, kabul edilmiyor, hemen şey olabiliyor. Orada hemen bir ayağımızı denk alalım noktası oluşabiliyor. Bu iyi oldu yani böyle, bir şeylere ulaşıyor olma hali bizi biraz daha bir yere doğru evirdi. Sadece mesela dizi ile ilgili şey diyebilirim; zamansızlıktaki mesai süresi mi olabilir? Bunu artık bilmiyorum. Yani ertesi güne mekân varsa, senaryo yeni geliyorsa, sen onu yetiştiriyorsun, bu da nasıl olabilir? Kişi sayısı artırarak çözülebilir. Yani bazen çünkü bizim işte gerçekten mesainin dışına çıkmam gerekebiliyor. En çok bunu biz yaşıyoruz.

GK: Bu dijital platformda da oluyor mu?

G: Oluyor, bu işin fitratı. Yani çok basit 6'da mekâna girebiliyorsun akşam, sabah yedide seti var. Şimdi ben 6'da girip orada hazırlık yapacağım ki sabah çekilebilirsin, şimdi kişim az olursa, 6'da hazırlayıp, sabah sete gelip bilmem ne...

GK: Hazırlayan ayrı biri olamaz böylece, hazırlayan sette duracak anlamına gelir...

G: Tabii. Kişi sayısı arttırmazsan bu buradan devam ediyor. Bunu dengelemeye çalışıyorsun. Ama hazırlayan, sette duran ayrı olduğunda, yine kişi sayısıyla alakalı bu, mesai saati de dengelenebilir boyuta geliyor. (32:50)

GK: Ulusal kanalda da olur mu? Çünkü mesela ben de bıraktım ulusal kanal yüzünden, sektör değiştirdim, televizyon programına geçtim diziden. Çok yoğun 21 saat çalışıyorduk benim dönemimde çünkü. Şimdi hâlâ var mı sizce?

G: Ya bence artık çok yok, olan olabilir, ilk nasıl olabilir diye düşünüyorum. Birinci bölüm bir şeyler oturdu, oturmadı. Yine bir yarış hali var. Ama mesela yönetmeni 2 tane yapamazsın ya, görüntü yönetmenini 2 tane yapamazsın. Aslında ilk temelde bunların saatini belirlemen gerek. Öbür ara elemanı, ara eleman dediğimden kasıt yani olmazsa olmazlar var. Bu ana oyuncu için de geçerli. İlk önce bence bütün saatler bunlara göre düzenlenmeli.

GK: Alt elemanlar da çoğaltılabilir az önce dediğiniz gibi.

G: Çoğaltılabilir, yani şey yapılabilir. Ben bugün sabahladım, ben bu sabah erken geldim, ben bugün erken çıkıyorum; biz bunu sağlayabiliyoruz kişi sayımız fazlaysa. Ama öbür insan bunu sağlayamadığı için, yani teknik ekip saati, bir de buna bu arada şeyler yollar falan da dahil edilmeli. Bizde mesela bunlar yok. Yani yabancısındaki veya dışarıdaki şeyi sen evden çıktığında senin mesaim başlıyor, bizim öyle değil. 2 saat yol gelmeni kimse göz önünde bulundurmuyor.

Sete geldiğin an mesaim başlıyor. 12 saat, 2 saat yol gidiyorsun, 2 saat yol geliyorsun zaten sana oldu 14 16 saatten bahsediyorsun. Evde kalış süren yine küçük.

GK: Ve bu 12 saat çalışırsan şayet...

G: Tabii evet. Çalışma sürem yani o, paydostan sonra o onun mesela, yani evden çıkma saati ya da bir saati kesinlikle mesaiye katılmalı.

GK: Ya da en azından servisinin kalktığı noktadaki saat...

G: Evet ya da. Yani hani şey çünkü değişkenlik gösterdiği için bazen 4 saatlik yol oluyor bazen yarım saatlik yol oluyor. Bunun şey mesela, evet, daha mantıklı bir şey, servis saati gerçekten şey olmalı, mesaiye dahil edilmeli.

GK: Peki devam edersek genel sorunlarda, ücret ve sigorta primi hakkında yorumunuz var mı?

G: Ücretler, şimdi bu sene her şey biraz değişti ya taban fiyatları bir şeyler belirlendi.

GK: Öyle bir uygulama mı var şu an?

G: Evet, mesela sendikanın belirlediği taban fiyatlar var.

GK: Sanat ekibinde bir sendikalaşma mevcut mu?

G: Mevcut, artık bütün birimlerde mevcut ve şey güzel, dayatıyor sana bunu, bunun içinde kalacaksın diyor. Bu güzel bir şeye evirdi bunu, diyorsun ki taban fiyat bu, sendika bunu belirledi, ben bunun altına inmek istemiyorum. O artık sana kalıyor. Yani anlaşma 3 aşağısı 5 yukarısı, yani belirleyici noktası oluyor. Ama artık şey yapamıyor yani, bu 5'se atıyorum son asistan, farazi konuşuyorum, 5 ise yani artık sana 2 veremiyor, yani bu iyi bir şey, yani evet sana 4 verebilir. 4 veren oluyor, 5 şey ise, 4 verebiliyor.

GK: Ama bunu kabul etmeyebilir istese?

G: Yani diyor ki ama bu iş az, çok yorulmayacaksın, seni ikna edeceği ve senin de düşünerek karar vereceğin, analiz yani şeyin zekanla ilgili ya da tercih etmen ile ilgili bir şey olabilir. Ya 4 gün çalışıyorum tamam ya az yoruluyorum deyip kabul edebilirsin.

GK: Ama o zaman bir denetim mekanizmasının olmamasından da bahsediyoruz burada. Normalde edilmemesi lazım. Taban fiyatın mantığı bu değil midir sizce?

G: Evet tabii ki bu. Yani ama o şu açıklık sağlayabiliyor. Yani kimisi de diyor ki, o üst fiyat aslında. Aslında sendika üst fiyat vermez, taban fiyatı verir, taban fiyatıdır o, onun üstüne eklersin. Yani bunlar iyi noktalara getirdi biraz daha bizi.

GK: Bir miktar, yine tam çözülmüş bir sorundan aslında cümlelerinize bakarak...

G: Değil değil, çünkü mesela gruplar var, işte bu kadar bu kadar bu işe şu kadar asistan isteniyor, şu fiyat ve bakıyorsunuz, bu fiyat olmamalı yani. Mesela orada hemen şey oluyor. Bu fiyatı kabul etmeyin, bu fiyata asistan gidilmesin bu işe. Biz kendi kendimize kaşemizi düşürüyoruz diye. Ama dediğim gibi şimdi herkese de aynı şeyi yapamıyorsunuz. Kirasını ödemek zorunda olan insan, geçinmek zorunda olan insan var. (37:08) Bu yüzden bence en büyük şey yapım şirketleriyle kalıyor, yapım şirketi dirayet gösterir, bunu sağladığında aslında, mutlu patron mutlu işçi, bunu yapımıcının sağlaması gerekiyor. Sen tek başına evet dirayet gösteriyorsun ama yerin doluyor.

Yani yerin dolabiliyor. Yani herkese aynı şeyi gösteremeyebiliyor. Bunu da ben eleştirmiyorum. Çünkü herkes kendinden sorumlu, yani bilemezsin yani o adamın kaç aylık ne ödediğini, ne ödemediğini, ne sorumluluk taşıdığını. Bazen bu mecburiyetlikler kötü bir yere evrilebiliyor.

GK: Peki bu genel sorunların çözülmesi için sizce nasıl çalışmalar yapılmalı?

G: Keşke kolektif bir şekilde o uygulanan sistemi herkes uygulayabilse, ilk önceki durum bu. Yani belirlenen kurallar uygulandığı vakit, ondan sonra, çalışma saatlerinin içinde kalındığı vakit, repoların içinde kalındığı vakit, mesela repoda çalışılıyorsa aslında o günlüğü 2 kaşe olursa, caydırıcı şeylerden bahsediyorum, o zaman mesela benim repomu biri düşünebilirim. Çünkü der ki ben buna ya raporda çalışmasın. Yani bütün birim kalabalık bir şeyden bahsediyorum. O kadar para bunları harcamak yerine repoyu başka bir şeye çıkartalım. Yani aynı şey mantığıyla, çünkü repo denen şey benim aslında hak edişim, ben o gün çalışıyorsan çarpı 2 olmalı, hak eşimin üstüne çalıştığım günü eklemeli. Böyle caydırıcı şeyleri olabilir.

GK: Bunu peki sendikalaşma mı yapabilir?

G: Evet, bunu sendika yapabilir, şahıs olarak yapabiliriz. Yani çalıştığın firmaya bunu söyleyebilirsin. Yani hani ben kendi kendime düşündüğümde şu an bunu söyleyebiliyorum.

GK: Tamam, çok teşekkür ederiz.

G: Ben teşekkür ederim.

GK: Bu röportajımızı ek olarak koyabilir miyim? ...

G: Tabii ki...

GK: Çok teşekkürler.

GÖRÜŞME KİŞİ LİSTESİ

Akkuş, Türker. (2022, 11 25). Uygulayıcı Yapımcı.
Alkan Kırıcı, Sevgi. (2023, 05 09). Reji Koordinasyon.
Anaç, Muhammed Enes (2022, 11 26). Işık Asistanı.
Ayдын, Adnan (2022, 11 25). Set Amiri.
Bardakçioğlu, Onur (2022, 11 26). Prodüksiyon Asistanı.
Bayram, İsmail (2022, 11 26). Işık Asistanı.
Bilecioğlu, Burak (2022, 11 26). Üçüncü Kamera Asistanı.
Çinelioglu, Nedim (2023, 04 04). Genel Koordinatör & Uygulayıcı Yapımcı.
Çoban, Mürsel (2022, 11 26). Set Fotoğrafçısı, Set Arka Plan Videocusu.
Eren, Semra (2022, 11 26). Makyöz Asistanı.
Fırat, Nazım Serhat (2022, 11 26). Set Fotoğrafçısı.
Göral, Emre (2022, 11 26). İş Güvenliği Uzmanı.
Gül, Şahin (2022, 11 25). Kuaför (Saç Tasarımcısı).
Güner, Ahmet (2022, 11 26). Erkek Kuaförü.
Has, Latif (2022, 11 26). Boom Operatörü.
Keskinlikç, İsmail Hakkı (2022, 11 26). Muhasebe (Prodüksiyon).
Kılıç, Ahmet Burçin (2023, 05 09). Yönetmen Yardımcısı.
Özel, Yasin (2022, 11 25). Karavan ve Mobil Tuvalet Tedarikçisi.
Ünal Nayır, Alev (2022, 11 25). Makyaj Şefi (Ana Makyöz, Key Makeup Artist).
Üstündağ, Nurettin (2022, 11 26). Ulaşım Tedarikçisi, Şoför.
Sanat Asistanı. (2022, 11 27). Sanat Asistanı (ismi gizli tutulmuştur).
Semetli, Arda (2022, 11 25). Yapım Amiri.
Şaş, Gökben (2022, 11 25). Sanat Yönetmeni Yardımcısı (Genel).
Şahin, Arzu (2022, 11 25). Kostüm Şefi.
Tutuş, Medet (2022, 11 26). Set Asistanı.

KAYNAKÇA

- Akbaş, Yusuf: “Türk girişimcinin Netflix'e rakip platformu Mubi'ye RTÜK'ten erişim engeli gelebilir”, (Çevrimiçi) <https://www.donanimhaber.com/turk-girisimcinin-netflix-e-rakip-platformu-mubi-ye-rtuk-ten-erisim-engeli-gelebilir-123105>, 1 Temmuz 2020.
- Aldred, John: “Bit Depth Explained – What 8bit, 10bit and 12bit Really Means”, (Çevrimiçi) <https://www.diyphotography.net/bit-depth-explained-what-8bit-10bit-and-12bit-really-means/>, 26 Temmuz 2018.
- Allen, Timoty F: “A Summary Of The Principles of Hierarchy Theory”, (Çevrimiçi) <https://web.archive.org/web/20020207202512/http://iss.org/hierarchy.htm>, 7 Şubat 2002.
- Andrews, Dale: **Digital Overdrive, Communications & Multimedia Technology**, Canada, Digital Overdrive, 2010.
- Animotica: “Everything You Need to Know About FPS in Video Editing” (Çevrimiçi) <https://www.animotica.com/blog/fps-in-video-editing/>, 8 Mayıs 2020.
- Apple: “Apple ProRes White Paper”, (Çevrimiçi) https://www.apple.com/final-cut-pro/docs/Apple_ProRes_White_Paper.pdf, Ocak 2020.

- Arri: “100 Years Inspiring Your Vision”, (Çevrimiçi)
<https://100.arri.com/timeline/event/59aed0ca4e6d9624ed52e18c>, 2020.
- Arri: “ALEXA LF Large format, high speed, fully featured”, (Çevrimiçi) <https://www.arri.com/en/camera-systems/cameras/alexa-lf>, 22 Ocak 2022.
- Arri: **ARRI Alexa User Manual**, Germany, Arri, 2010.
- Assemble: “The Definitive Film Crew Hierarchy Chart”, (Çevrimiçi)
<https://blog.assemble.tv/the-definitive-film-crew-hierarchy-chart>, 5 Temmuz 2021.
- Aziz, Aysel: **Radyo ve Televizyona Giriş**, Cilt 460, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1981.
- Aziz, Aysel: **Toplumsallaşma ve Kitleli İletişim**, Ankara, Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları, 1982.
- Bahadır, Osman: “Türkiye’de televizyon yayınının başlaması: İTÜ TV”, (Çevrimiçi) <https://sarkac.org/2020/10/turkiyede-televizyon-yayininin-baslamasi-itutv/>, 22 Ekim 2020.
- BBC: “Netflix, bir milyon abone daha kaybetmesine rağmen gelecekte umutlu”, (Çevrimiçi)
<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-62232895>, 20 Temmuz 2022.
- Berel, Kevincy: “[VBR vs CBR] Which One Do You Prefer for Video Encoding/Transcoding?”, (Çevrimiçi)

<https://www.videoconverterfactory.com/tips/vbr-vs-cbr.html>, 22 Ekim 2021.

Berman, Marshall: **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**, Çev. Ü. Altuğ, & B. Peker, İstanbul, İletişim Yayınları, 1994.

Bilgiç, Eylem: “Kaynanalar veda ediyor”, (Çevrimiçi)
<http://arsiv.sabah.com.tr/2004/07/23/cp/gnc103-20040710-101.html>, 23 Temmuz 2004.

Billings, Dominic: “Television Production Roles and Responsibilities”, (Çevrimiçi)
http://syn.org.au/app/uploads/pdf/SYN%20Guide%20to%20TV%20Roles%20and%20Responsibilities_0.pdf, 13 Ocak 2011.

Blander, Eric: “Avoiding the Digital Panopticon”, (Çevrimiçi)
<https://ericb10.medium.com/avoiding-the-digital-panopticon-1c3f5aac4821>, 14 Nisan 2020.

Bordwell, David; Thompson, Kristin: **Film Art: An Introduction**, New York, McGraw-Hill, 2013.

Bourdieu, Pierre: **Televizyon Üzerine**, Çev. Turhan Ilgaz. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1997.

Bronowski, Jacob: **İnsanın Yükselişi**, Çev. Aykut Göker, Ankara, Say Yayınları, 2009.

Brown, Blain: **The Filmmaker's Guide to Digital Imaging**, New York, Focal Press, 2015.

- Canikligil, İlker: **Dijital Video ile Sinema**, İstanbul, Alfa Basım Yayın, 2014.
- Canikligil, İlker: “FPS Problemleri!”, (Çevrimiçi) ilkercanikligil.com, 15 Kasım 2009.
- Cankaya, Özden: “Televizyon Karşısında 44 Yıl”, (Çevrimiçi) <https://bianet.org/biamag/medya/135779-televizyon-karsisinda-44-yil>, 28 Ocak 2012.
- Ceylan Apaydın, Şebnem: **Türk Dizileri ve Küresel Başarısı**, Ankara, Tablet Basım Yayın Dağıtım, 2022.
- CineAlta: (Çevrimiçi) <https://www.revolvy.com/main/index.php?s=CineAlta>, 15 Mayıs 2018.
- Columbia University Athletics: “Columbia vs. Princeton: First Televised Sporting Event Marks 70th Anniversary”, (Çevrimiçi) <https://gocolumbialions.com/news/2009/5/17/3738874.aspx>, 17 Mayıs 2009.
- Crowley, David; Heyer, Paul: **İletişim Tarihi / Taş Devri Sembollerinden Sosyal Medyaya**, Çev. Berk Ersöz, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2019.
- Çetin, Halis: “Liberalizmin Tarihsel Kökenleri” **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cumhuriyet Üniversitesi, 2002.

- Çineliolu, Nedim: **Ever After (İyi Günde Kötü Günde) Ekip Listesi**, İstanbul, 10 Mayıs 2021.
- Çoban, Gizem Sabahat: “Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kendini Gerçekleştirme Basamağında Gizil Yetenekler” **European Journal of Educational & Social Sciences**, no. 6, Mayıs 2021, s. 111-118.
- Demir, Mehmet Can: Dünya Çapında Büyük Başarı Yakalayan Türk Dizileri Neden Bu Kadar Popüler Oldu?”, (Çevrimiçi) <https://listelist.com/turk-dizileri-dunya-capinda-neden-cok-izleniyor/>, 21 Ağustos 2022.
- Digimad: “HDCAM VIDEO”, (Çevrimiçi) <https://www.digimad.es/en/hdcam-video.html>, 2022.
- Dresser, Chris: “Confessions of a Technophobe”, (Çevrimiçi) <https://www.exotech.bm/confessions-of-a-technophobe/confessions-of-a-technophobe-part-50/>, 27 Ekim 2020.
- Elçin, Bora: **Küreselleşmenin Tarihçesi**, Ankara, 2012.
- EPfilms.tv; Riley, Mike: “Red One – The Original 4K Production Camera”, (Çevrimiçi) <https://epfilms.tv/red-one-orginal-4k-production-camera/>, 29 Temmuz 2020.
- Fauer, Jon: “ARRI ALEXA Family 10th Annual Reunion”, **Film and Digital Times**, (Çevrimiçi) <https://www.arri.com/resource/blob/212162/99e14a680bd1>

169f68e7ae204eabca05/alexa-10-years-fdt-special-edition-data.pdf, Haziran 2020.

Fauer, Jon: “The History of ARRI in a Century of Cinema”, (Çevrimiçi) 2017. <https://www.arri.com/news-en/the-history-of-arri-in-a-century-of-cinema>, 2017.

Fauer, Jon; Laperal, Oli: “A Cinematographer’s Tour of ARRI ALEXA from Concept through Construction”, **Film and Digital Times**, The Journal of Art, Technique and Technology in Motion Picture Production Worldwide, 2010.

Film ve Sahne Tasarım Ekipleri Derneği: Film ve Sahne Tasarım Ekipleri Derneği Taban Ücret Instagram Gönderileri, 2023.

Follows, Stephen: “Film vs digital – What is Hollywood shooting on?”, (Çevrimiçi) 11 01 2016. <https://stephenfollows.com/film-vs-digital/>, 11 Ocak 2016.

Fossati, Giovanna: **From Grain to Pixel; The Archival Life of Film in Transition**, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2018.

Freedman, David H.: “Innovative Rebel: High-Tech Camera Maker Jim Jannard”, (Çevrimiçi) <https://www.inc.com/magazine/201305/david-h-freedman/jim-jannard-and-the-red-camera-rebels.html>, Mayıs 2013.

- Froehlich, Andrew: “6 Key Milestones in Computer Networking History”, (Çevrimiçi)
<https://www.networkcomputing.com/networking/6-key-milestones-computer-networking-history>, 28 Ağustos 2017.
- Furnham, Adrian: **The Psychology of Behaviour at Work**, London, Psychology Press, 2005.
- Gökdemir, Nalan; Kurtoğlu, Ramazan: “Küreselleşmenin Dünya Film Endüstrisine Etkisi ve Hollywood Film Endüstrisindeki Yeni Eğilimler”, **İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi**, no. 19, 2013, s. 27-56.
- Gürdoğan, Ersin Nazif: **Kültür ve Sanayileşme**, İstanbul, İz Yayıncılık, 2012.
- Gernsheim, Helmut: **A Concise History of Photography**, New York, Dover Publications, 1986.
- Giovanni, Sartori: **Görmenin İktidarı, Homo Videns: Gören İnsan**, Çev. Gül Batuş, & Bahar Ulukan, İstanbul, Karakutu Yayınları, 2004.
- Gladstone, Steven: “Things You Wanted to Know About Compression but Were Afraid to Ask”, (Çevrimiçi)
<https://www.bhphotovideo.com/explora/video/tips-and-solutions/compression-a-basic-understanding>, 2018.
- Hürriyet Gazetesi Çevrimiçi Sayfası: “Netflix Türkiye’de yayına başladı”, (Çevrimiçi)
<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/netflix-turkiyede-yayina-basladi-40037018>, 07 Ocak 2016.

- Ha, Peter: “Cameras”, (Çevrimiçi)
http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2023689_2023773_2023766,00.html, 04 Ocak 2022.
- Hans, Ernst;
Gombrich, Josef: **Sanatın Öyküsü**, Çev. Ömer Erduran, & Erol Erduran, İstanbul, Remzi Kitapevi, 2014.
- Hart, Jeffrey A.: “The Transition to Digital Television in the United States: The Endgame”, **International Journal of Digital Television**, no. 1, 2010, s. 7-29.
- Hayward, Susan: **Sinemanın Temel Kavramları**, Çev. Uğur Kutay, & Metin Çavuş, İstanbul, Es Yayınları, 2012.
- Panavision: “HD900F”, (Çevrimiçi)
<https://www.panavision.com/products/uk/hd900f>, 19 Ocak 2022.
- Sutori.com: “History of Communication”, (Çevrimiçi)
<https://www.sutori.com/en/item/untitled-fcc3-c3a3>, 12 Eylül 2021
- Hosch, William L.: “Netflix”, (Çevrimiçi)
<https://www.britannica.com/topic/Netflix-Inc>, 18 Ekim 2022.
- Huberman, Leo: **Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla**, Çev. Murat Belge, İstanbul, İletişim Yayınları, 1995.

- İçel, Bahadır: **Hayatımızı Değiştiren Unutulmaz Diziler**, İstanbul, Başlık Yayın Grubu, 2011.
- IBM: “IBM 701”, (Çevrimiçi)
https://www.ibm.com/ibm/history/exhibits/701/701_intro.html.
- IMDB: “Dallas”, (Çevrimiçi)
https://www.imdb.com/title/tt0077000/?ref_=tt_mv_close, 26 Nisan 2023.
- İTÜ: “İTÜ TV ve Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Doğuşu” sergisinden, Zeki Müren ve Fecri Ebcioğlu”, (Çevrimiçi) <http://www2.itu.edu.tr/itu-hakkinda/haberler/2018/11/16/-itu-tv-ve-turkiye-de-televizyon-yayinciliginin-dogusu->, 16 Kasım 2018.
- İTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı: “İnternet’in Tarihçesi”, (Çevrimiçi)
<https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi>, 07 Eylül 2013.
- Jain, Siddhant: “SVOD – All You Need To Know About Subscription Video On Demand”, (Çevrimiçi)
<https://www.vdocipher.com/blog/2017/07/subscription-video-on-demand-platform-svod/>, Temmuz 2017.
- Jenkins, Henry: **"Cesur Yeni Medya" Teknolojiler ve Hayran Kültürü**, Çev. Nihan Yeğengil, İstanbul, İletişim Yayıncılık, 2016.

- Jenkins, Henry: “Eight Traits of the New Media Landscape”, (Çevrimiçi)
http://henryjenkins.org/blog/2006/11/eight_traits_of_the_new_media.html, 5 Kasım 2006.
- Küçükcan, Ufuk: **Hareketli Görüntü Tarihi**, Düz. Feyyaz Bodur. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, 2013.
- Kültür Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi: **Kültür, Sanat ve Tasarım Meslek Haritası**, Kültür, Sanat ve Tasarım Sektör Komitesi, 2020.
- Kılıç, Levend: “Çoğaltım Aracından Sanat Ortamına”, **Video Sanatı**, İstanbul, Hil Yayın, 1995.
- Kılıç, Levend: **Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi**, Ankara, Kavaklıdere, Dost Kitapevi, 2012.
- Kılıç, Levent: “Görsel Kültür”, Düz. Tervfik Fikret Uçar, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013.
- Kalyoncuoğlu, Yasemin: “Türkiye’de özel televizyonların kurulmasının üzerinden 30 yıl geçti”, (Çevrimiçi)
<https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turkiyede-ozel-televizyonların-kurulmasının-uzerinden-30-yil-gecti/2160618>, 01 Mart 2021.
- Kaplan, Yusuf: **Öykü-Anlatma ve Mit-Üretme Aracı Olarak Televizyon**, İstanbul, Ağaç Yayıncılık, 1992.

- Kaplansever, Erdal: “İnternetin dünyayı sarsan 50 yılının kısa hikâyesi”, (Çevrimiçi) <https://webrazzi.com/2019/10/31/dunyayi-degistiren-internetin-50-yili/>, 31 Ekim 2019.
- Kara, Merve: “Doğan Grubu BluTV ile Türkiye’de Netflix’e rakip oluyor”, (Çevrimiçi) <https://webrazzi.com/2016/02/19/dogan-grubu-blutv-ile-turkiyede-netflix-e-rakip-oluyor/>, 19 Şubat 2016.
- Karabey, Buğra: “Bilgisayara Giriş”, **Temel Bilgi Teknolojileri 1**, Düz. Özgür Yılmazel. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, 2012.
- Keizer, Anna: “The Film Set: What Is It, Who’s on It, and How Should You Act on One”, (Çevrimiçi) <https://www.careersinfilm.com/film-set/>, 21 Mayıs 2023.
- Kennedy, Ashley: “Fun Facts and Dates in Digital Editing ‘Firsts’”, (Çevrimiçi) <https://www.premiumbeat.com/blog/fun-facts-and-dates-in-digital-editing-firsts/>, 10 Aralık 2011.
- Kenton, Will: “Organizational Structure for Companies With Examples and Benefits”, (Çevrimiçi) <https://www.investopedia.com/terms/o/organizational-structure.asp>, 16 Mart 2023.
- Krause, Frank: “Are Hierarchies Still Appropriate Nowadays?”, (Çevrimiçi) <https://www.staufen.mx/are-hierarchies-still-appropriate-nowadays/>, 14 Haziran 2022.

- Krings, Emily: “CBR vs. VBR: The Difference Between Constant Bitrate and Variable Bitrate”, (Çevrimiçi)
<https://www.dacast.com/blog/cbr-vs-vbr/>, 20 Nisan 2021.
- Kulak, Önder: “Karl Marx'ta Yabancılaşma, Meta Fetişizmi ve Şeyleşme Kavramları”, **Doğubatı Düşünce Dergisi**, 2011, s. 33-63.
- Labosier, James: “From the Kinetoscope to the Nickelodeon: Motion Picture Presentation and Production in Portland, Oregon from 1894 to 1906”, **Film History**, Sayı 16, 2004, s. 287.
- Lehdonvirta, Vili: “A history of the digitalization of consumer culture: From Amazon through Pirate Bay to FarmVille”, **Digital Virtual Consumption**, Düz. Mike Molesworth, & Janice Denegri Knott, Routledge, 2012.
- Lotz, Amanda D.: **The Television Will Be Revolutionized**, New York, New York University Press, 2014.
- Marx, Karl: **Yabancılaşma**, Düz. Barışta Erdost. Çev. K. Somer, A. Kardam, S. Belli, A. Gelen, & Y. Fincancı, Ankara, Sol Yayınları, 2000.
- McCranie, Justus: “Aspect Ratios | Tomorrow's Filmmakers”, (Çevrimiçi)
<https://youtu.be/BdPsyLtlamM>, 16 Kasım 2018.
- McKernan, Brian: **Digital Cinema, The Revolution in Cinematography, Postproduction and Distribution**, ABD, McGraw-Hill, 2005.

McLuhan, Marshall: **Understanding Media: The Extensions of Man**, London, The MIT Press, 1994.

Medyascope: “Dijital yayın platformu Disney+ artık Türkiye’de – İlk yerli dizi: “Kaçış””, (Çevrimiçi)
<https://medyascope.tv/2022/06/14/dijital-yayin-platformu-disney-artik-turkiyede-ilk-yerli-dizi-kacis/>, 14 Haziran 2022.

Milliyet Gazetesi
Çevrimiçi Sayfası: “Aşk-ı Memnu değil Kaynanalar”, (Çevrimiçi)
<https://www.milliyet.com.tr/the-others/ask-i-memnu-degil-kaynanalar-1151864>, 19 Ekim 2009.

Mutioğlu, Halil;
Gözü, Fahriye: “Küreselleşme ve Toplumsal Dönüşüm” **Küreselleşme**, Düz. Abdullah Özdemir, & Mümin Eser, Bursa, Ezgi Yayınevi, 2009.

Mutlu, Erol: **Televizyonu Anlamak**, Ankara, Ayraç Kitapevi, 2008.

Netflix: “Cameras and Image Capture Netflix | APPROVED CAMERAS”, (Çevrimiçi)
<https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/360000579527-Cameras-and-Image-Capture>, 4 Ocak 2022.

NTV: “Amazon Prime Türkiye’de! İşte Amazon Prime’ın Türkiye fiyatı ne kadar?”, (Çevrimiçi)
<https://www.ntv.com.tr/teknoloji/amazon-prime-turkiyede-iste-amazonprimeinturkiye-fiyati-ne-kadar,y1H9nuazX0W2m63dtJHE0Q>, 16 Eylül 2020.

- Ogun, Bola: “Director (Film)”, (Çevrimiçi)
<https://www.careersinfilm.com/film-director/>, 20 Ocak 2023.
- Oltean, Tudor: “Series and Seriality in Media Culture”, **European Journal of Communication**, no. 8; 5, 1993, s. 5-31.
- Ong, Walter: **Sözlü ve Yazılı Kültür**, Çev. Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul, Metis Yayınları, 2003.
- Oracle: “İnternet Üzerinden TV (OTT) tanımı”, (Çevrimiçi)
<https://www.oracle.com/tr/cx/advertising/measurement/ctv-vs-ott/>, 2022.
- Oskay, Ünsal: **Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon**, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1971.
- Özön, Nijat: **Sinema El Kitabı**, İstanbul, Elif Kitabevi, 1964.
- Özön, Nijat: **Sinema Uygulayımı, Sanatı, Tarihi**, Hil Yayın, 1985.
- Özel İhtisas Komisyonu Raporu: **Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Radyo – Televizyon**, Ankara, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, 1976.
- Özertem, Tekin: “Dünyanın en renkli ekranı Türkiye’de dizi sektörü”, (Çevrimiçi)
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-media-tv-report.pdf>, Ağustos 2014.

- Özmen, Seçkin: **Radyo ve Televizyon Okumaları**, İstanbul, Derin Yayınları, 2014.
- Özmen, Seçkin: **Televizyon Analizi ve Eleştirisi**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Ders Notları, 2010.
- Press, Gil: “A Very Short History of Digitization”, (Çevrimiçi) <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2015/12/27/a-very-short-history-of-digitization/?sh=7e1d5adf49ac>, 27 Aralık 2015.
- Red.com: “RED ONE | The Revolutionary 4K Digital Cinema Camera”, (Çevrimiçi) <http://www.red.com/products/red-one>, 28 Kasım 2017.
- Reelgood.com: “TV Shows on Netflix Over the Years”, (Çevrimiçi) Reelgood.com, 2020.
- Sağlık Terlemez, Mediha: “Televizyon Yapımlarında Ekip Çalışmasının Önemi: Yönetmen-Kamera Grubu İletişimi”, **Selçuk İletişim**, Cilt 3, no. 1, 2003, s. 97-104.
- Sevin, Serhan: “Türkiye'de televizyon yayıncılığı 67 yıl önce İTÜ TV ile başladı”, (Çevrimiçi) <https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/turkiyede-televizyon-yayinciligi-67-yil-once-itu-tv-ile-basladi-422379.html>, 09 Temmuz 2019.

- Sinema Televizyon Sendikası: Birinci Yönetmen Yardımcısı (Film) Tanım, Sanat Yönetmeni (Film) Tanım, Kaşeler Hakkında Bilgilendirme, Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2017.
- Singleton, Ralph S.: **Amerikan Sinema Terimleri Sözlüğü**. Çev. Selçuk Taylaner, Es Yayınları, 2004.
- Sony: **CCD and CMOS Image Sensors: A Comprehensive Guide for Professional Videographers**, Amerika, Sony Electronics Inc., 2008, s. 5.
- Sony: **HDW-F900 Model Numaralı Kamera Tanıtım Kataloğu**, Sony, 2000.
- Stacker.com: “Highest Budget TV series per episode of all time: as of 2022”, (Çevrimiçi) Stacker.com, 2022.
- Stephens, Mitchell: “History of Television”, (Çevrimiçi) <https://stephens.hosting.nyu.edu/History%20of%20Television%20page.html>, New York University, 1999.
- Swartz, Charles S: **Understanding Digital Cinema**, A Professional Handbook, Focal Press, 2005.
- Şen, Şeyda: “Film Yapım Ekibi Kimlerden Oluşur? Görevleri Nedir?” https://theblackcapmedia.com/blog/film_yapim_ekibi_kimlerden_olsur_gorevleri_nelerdir/, 10 Mayıs 2023.
- T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler: **Dizi Sektöründe Çalışanların Çalışma Koşullarının İyileştirilmesi Programlı Teftişi**, Ankara, 2018.

Bakanlığı, Rehberlik
ve Teftiş Başkanlığı:

Türk Dil Kurumu: “Televizyon Ne Demek”, (Çevrimiçi) <https://sozluk.gov.tr/>,
29 Ağustos 2021.

Türkiye Radyo **Görüntü Yönetmeni**, Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2017.
Televizyon Kurumu
(TRT):

Tamés, David; **Camera Sensor Comparison v2**. 2014.
Slattery, Ed; Nipson,
Kyra:

Taranç, Ragıp: “Televizyon Dizi Filmlerinin Estetik Sorunları” Doktora
Tezi, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü, 1991.

Taylan, Erman: “Altı milyon üyeye ulaşan online sinema platformu MUBI,
iPad uygulamasını yayınladı”, (Çevrimiçi)
<https://webrazzi.com/2013/09/09/mubi-ipad-uygulamasi>, 9
Eylül 2013.

Taylor, Stuart A.: CCD and CMOS Imaging Array Technologies:
Technology Review, İngiltere, Xerox Limited, 1998, s. 1,9.

Teksoy, Rekin: **Rekin Teksoy'un Sinema Tarihi**, İstanbul, Oğlak
Yayıncılık ve Reklamcılık, 2005.

- Spartmuseum.com: “The Discovery of Radio Waves - Heinrich Rudolf Hertz”, (Çevrimiçi)
http://www.sparkmuseum.com/BOOK_HERTZ.HTM.
- Thomas, Leah
Marilla: “Film Crew Hierarchy: A Guide to Every Job on a Movie Set”, (Çevrimiçi)
<https://www.backstage.com/magazine/article/film-crew-hierarchy-guide-75132/>, 22 Haziran 2022.
- Tonderai, Mark: “Director (Film)”, (Çevrimiçi)
<https://www.careersinfilm.com/film-director/>, 20 Ocak 2023.
- TRT Çevrimiçi
Sayfası: “TRT Kurumsal Tarihçe”, (Çevrimiçi)
<https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce.aspx>, 2021.
- TRT Kurumsal
Facebook Sayfası: “31 Ocak 1968. Türkiye’nin İlk Deneme Televizyon Yayını”, (Çevrimiçi)
<https://www.facebook.com/TRT.Kurumsal/videos/31-ocak-1968/1222688001140620/>, 31 Ocak 2017.
- Twitter @itu1773: “İTÜ TV ve Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Doğuşu”, (Çevrimiçi) twitter.com, İstanbul, 21 Kasım 2018.
- Uştuk, Hilal. “ABD'den sonra en fazla dizi ihraç eden ülke Türkiye”, (Çevrimiçi) <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524>, 12 Kasım 2019.

- Uçar, Sencer: “Netflix reklamli abonelik için tarih verdi”, (Çevrimiçi) <https://mediacat.com/netflix-reklamli-abonelik-icin-tarih-verdi/>, 14 Ekim 2022.
- Ulukan, Gözde: “Acun Ilıcalı'dan dijital yayın platformu: Exxen”, (Çevrimiçi) <https://webrazzi.com/2020/09/24/acun-ilicalidan-dijital-yayin-platformu-exxen>, 24 Eylül 2020.
- Ulukan, Gözde: “Acun Ilıcalı'nın dijital yayın platformu Exxen'de hangi içerikler olacak? [Özel Haber]”, (Çevrimiçi) 09 10 2020. <https://webrazzi.com/2020/10/09/acun-ilicali-nin-dijital-yayin-platformu-exxen-de-hangi-icerikler-olacak-ozel-haber>, 9 Ekim 2020.
- Ulukan, Gözde: “Türkiye pazarındaki dijital yayıncılık platformlarının güncel fiyatları”, (Çevrimiçi) <https://webrazzi.com/2022/04/05/turkiye-pazarindaki-dijital-yayincilik-platformlarinin-guncel-fiyatlari/>, 5 Nisan 2022.
- Ulutaş, Nurullah;
Aydın, İlayda: “George Orwell’in Eserlerinde Gözetim Toplumu ve İktidar Eleştirisi”, **International Journal of Language Academy**, Cilt 6, no. 3 , Eylül 2018, s. 1-11.
- Vardar, Bülent: **Sinema ve Televizyon Görüntüsünün Temel Öğeleri**, İstanbul, Beta Yayım, 2012.
- Wade, Nicholas: “Philosophical Instruments and Toys: Optical Devices Extending the Art of Seeing”, **Journal of the History of the Neurosciences**, no. 13, 2014, s. 110.

- Weisenberger,
Loring: “Essential Guide: Film Crew Positions”, (Çevrimiçi)
<https://www.wrapbook.com/blog/film-crew-positions>, 22
Eylül 2022.
- Wheeler, Paul: **Digital Cinematography**, Amerika, Focal Press, 2002.
- Wikipedia: “List of Dallas (1978 TV series) episodes”, (Çevrimiçi)
[https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Dallas_\(1978_TV_se
ries\)_episodes](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Dallas_(1978_TV_series)_episodes).
- Williams, Eva: “Adobe Premiere Versions”, (Çevrimiçi) 21 08 2022.
<https://fixthephoto.com/adobe-premiere-versions.html>, 21
Ağustos 2022.
- Yıldırım, Ali;
Şimşek, Hasan: **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, 11.
Baskı, Ankara, Seçkin Yayınları, 2016.
- Yapım
Koordinatörleri
Platformu: Yapım Koordinatörleri Platformuna Göre 2023 Yılı Taban
Ücretler, 2023.
- Zengin, Ferhat: “Dijital Sinemanın Doğuşu ve Gelişimi”, **Dijital Sinema,
Kuramdan Tekniğe**, Düz. Rıdvan Şentürk, İstanbul, İnsan
Yayınları, 2016, s. 186.
- Zype: “What are SVOD, AVOD and TVOD? | A Guide to
Monetization Types”, (Çevrimiçi)
<https://www.zype.com/blog/what-are-svod-avod-tvod>, 22
Eylül 2020.

Zype: “What is SVOD? A Beginner’s Guide to Subscription Video on Demand [2021 Update]”, (Çevrimiçi)
<https://www.zype.com/blog/what-is-svod>, 22 Ağustos 2019.



ÖZGEÇMİŞ

Eğitim Bilgileri

Doktora: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema (2019-2023)

Yüksek Lisans: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sinema (Tezli YL) (2015-2018)

Lisans: Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Sinema ve Televizyon Bölümü (2010-2015)

Lisans: Ege Üniversitesi, Su Ürünleri Fakültesi, Su Ürünleri Mühendisliği Bölümü (2005-2010)

Akademik Görevler

Öğretim Görevlisi: İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü (2021 - ...)

Öğretim Görevlisi: İstanbul Kültür Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Radyo Ve Televizyon Teknolojisi Pr. (2019-2021)

Öğretim Görevlisi: İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Plato Meslek Yüksekokulu, Görsel, İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Fotoğrafçılık Ve Kameramanlık Pr. (2018-2019)