

# "İŞ, GÜÇ" ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ VE İNSAN KAYNAKLARI DERGİSİ

"IS, GUC" INDUSTRIAL RELATIONS AND HUMAN RESOURCES JOURNAL

2019 Cilt/Vol: 21/Num:1 Sayfa/Page: 53-72

***Editörler Kurulu / Executive Editorial Group***

Aşkın Keser (Uludağ University)  
K. Ahmet Sevimli (Uludağ University)  
Şenol Baştürk (Uludağ University)

***Editör / Editor in Chief***

Şenol Baştürk (Uludağ University)

***Yayın Kurulu / Editorial Board***

Doç. Dr. Erdem Cam (Ankara University)  
Yrd. Doç. Dr. Zerrin Fırat (Uludağ University)  
Prof. Dr. Aşkın Keser (Uludağ University)  
Prof. Dr. Ahmet Selamoğlu (Kocaeli University)  
Yrd. Doç. Dr. Ahmet Sevimli (Uludağ University)  
Prof. Dr. Abdulkadir Şenkal (Kocaeli University)  
Doç. Dr. Gözde Yılmaz (Marmara University)  
Yrd. Doç. Dr. Memet Zencirkıran (Uludağ University)

***Uluslararası Danışma Kurulu / International Advisory Board***

Prof. Dr. Ronald Burke (York University-Kanada)  
Assoc. Prof. Dr. Glenn Dawes (James Cook University-Avustralya)  
Prof. Dr. Jan Dul (Erasmus University-Hollanda)  
Prof. Dr. Alev Efendioğlu (University of San Francisco-ABD)  
Prof. Dr. Adrian Furnham (University College London-İngiltere)  
Prof. Dr. Alan Geare (University of Otago- Yeni Zelanda)  
Prof. Dr. Ricky Griffin (TAMU-Texas A&M University-ABD)  
Assoc. Prof. Dr. Diana Lipinskiene (Kaunos University-Litvanya)  
Prof. Dr. George Manning (Northern Kentucky University-ABD)  
Prof. Dr. William (L.) Murray (University of San Francisco-ABD)  
Prof. Dr. Mustafa Özbilgin (Brunel University-UK)  
Assoc. Prof. Owen Stanley (James Cook University-Avustralya)  
Prof. Dr. Işık Urla Zeytinoğlu (McMaster University-Kanada)

***Ulusal Danışma Kurulu / National Advisory Board***

Prof. Dr. Yusuf Alper (Uludağ University)  
Prof. Dr. Veysel Bozkurt (İstanbul University)  
Prof. Dr. Toker Dereli (Işık University)  
Prof. Dr. Nihat Erdoğan (İstanbul Şehir University)  
Prof. Dr. Ahmet Makal (Ankara University)  
Prof. Dr. Ahmet Selamoğlu (Kocaeli University)  
Prof. Dr. Nadir Suğur (Anadolu University)  
Prof. Dr. Nursel Telman (Maltepe University)  
Prof. Dr. Cavide Uyargil (İstanbul University)  
Prof. Dr. Engin Yıldırım (Anayasa Mahkemesi)  
Prof. Dr. Arzu Wasti (Sabancı University)

---

*İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, yılda dört kez yayınlanan hakemli, bilimsel elektronik dergidir. Çalışma hayatına ilişkin makalelere yer verilen derginin temel amacı, belirlenen alanda akademik gelişime ve paylaşım katkıda bulunmaktadır. "İş, Güç," Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 'Türkçe' ve 'İngilizce' olarak iki dilde makale yayınlanmaktadır.*

*"Is, Güc" The Journal of Industrial Relations and Human Resources is peer-reviewed, quarterly and electronic open sources journal. "Is, Güc" covers all aspects of working life and aims sharing new developments in industrial relations and human resources also adding values on related disciplines. "Is, Güc" The Journal of Industrial Relations and Human Resources is published Turkish or English language.*

## TARANDIĞIMIZ INDEXLER



Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazarlarına aittir.  
Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors.  
The published contents in the articles cannot be used without being cited

“İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi - © 2000-2019

“Is, Guç” The Journal of Industrial Relations and Human Resources - © 2000-2019

# İÇİNDEKİLER

Yıl: 2019 / Cilt: 21 Sayı: 1

SIRA	MAKALE BAŞLIĞI	SAYFA NUMARALARI
1	<b>Dr. K. Murat GÜNEY</b> <b>The Paradox of Development: Rapid Economic Growth and Fatal Workplace Accidents in Turkey</b>	5
2	<b>Arş. Gör. Ümran YÜCE-SELVİ, Arş. Gör. Özge KANTAŞ</b> <b>“The Psychometric Evaluation of the Maternal Employment Guilt Scale: A Development and Validation Study”</b>	27
3	<b>Arş. Gör. Dr. Hüseyin SEVGİ</b> <b>“Sosyal Medya ve Sendikalar: Facebook Etkinlik Analizi”</b>	57
4	<b>Doç. Dr. Ali Murat ALPARSLAN, Arş. Gör. Mehmet Ali TAŞ,</b> <b>Öğr. Gör. Seher YASTIOĞLU</b> <b>“Yöneticiler Dağıtım Adaletini Nasıl Sağlar? Senaryo Tekniği ile Bir Saha Araştırması”</b>	77
5	<b>Dr. Öğr. Üyesi Özlem KAYA, Gizem AKALP</b> <b>“Occupational Health and Safety Perception of Students”</b>	95
6	<b>Öğr. Gör. Oğuz GORA</b> <b>“Bir Disiplin Olarak Mekatronik Mühendisliğinin Ortaya Çıkışında Post-Fordist Üretim Sisteminin Etkileri”</b>	115
7	<b>KİTAP DEĞERLENDİRME</b> <b>Dr. Başak KICIR</b> <b>Mental Illness in The Workplace: Psychological Disability Management (Psychological and Behavioural Aspects of Risk)</b>	133

# SOSYAL MEDYA VE SENDİKALAR: FACEBOOK ETKİNLİK ANALİZİ

*Hüseyin Sevgi<sup>1</sup>*

## ÖZET

Sosyal medya, henüz çok kısa bir geçmişi olan, internet tabanlı iletişim platformlarının oluşturduğu ağlar olarak tanımlanmaktadır. Kısa geçmişine rağmen bugün dünyada üç milyardan fazla kişi aktif olarak sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Kablosuz internet erişiminin ve taşınabilir akıllı cihazların yaygınlık kazanmasıyla birlikte sosyal medya sıradan bir iletişim ağı olmanın ötesine geçmiştir. Çok sayıda insanın kullandığı bu ağlar zamanla mikro ya da makro iktidar merkezlerine karşı birer örgütlenme alanı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu durumun en çarpıcı örnekleri 2011 ile 2014 yılları arasında ortaya çıkan toplumsal protesto hareketleridir. Arap ülkelerinde başlayan, daha sonra ABD’de ve Avrupa’nın birçok ülkesinde ortaya çıkan bu toplumsal hareketlerin ortak özelliği, sosyal medyayı bir örgütlenme aracı olarak kullanmalarındır. Toplumsal hareketler tarafından örgütlenme aracı olarak kullanılan sosyal medya, işçi sınıfı ve sendikalar açısından da öğrenilmesi gereken yeni bir zemin olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın etkin kullanımı, sendikaların geniş kitlelere ulaşmasına ve toplumsal meşruiyetini yeniden sağlamasına fırsat yaratabilecek dinamikleri içinde barındırmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, İnternet, Sendikalar, Örgütlenme, Facebook

1 Kırklareli Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Arş. Gör. Dr. [hsevgi@gmail.com](mailto:hsevgi@gmail.com)

## SOCIAL MEDIA AND TRADE UNIONS: FACEBOOK EFFICIENCY ANALYSIS

### ABSTRACT

Social media is a network of internet-based communication platforms, with a short history. Despite the short history, more than 3 billion people actively use social media in the world. With wireless internet access and portable smart devices social media has gone beyond being an ordinary communication network. Social media platforms, which are used by many people, have begun to be used as organizing field against micro or macro power centers. Best examples of this the social protest movements that took place between 2011 and 2014. these social movements, which started in Arab countries and then appeared in many countries of Europe and the US. The common feature of these social movements is that they use social media as an organizing field. Social media, which is used as an organizing filed by social movements, can also be regarded as an organizing filed in terms of working class and unions. In this context, the effective use of social media will create opportunities for the unions to reach broad masses and provide their social legitimacy.

**Keywords:** Social Media, Internet, Labour Unions, Facebook

## GİRİŞ

Sendikalar, tarihsel perspektifte ele alındığında değişim-dönüşüm süreçlerine ayak uydurmada en çok zorlanan kurumlar arasında yer almaktadır. 19. yüzyılın çalışma ve yaşam koşullarında kendisine zemin bulan sendikalar, 1980’lerden sonra hızla değişen sosyo-ekonomik şartlara uyum sağlamada oldukça zorlanmışlardır. Nitekim 1990 sonrasında sendikaların küreselleşme karşısında nasıl bir tutum sergileyeceği tartışmaları oldukça gecikmiştir. Tıpkı küreselleşme gibi yeni teknolojilerin sendikaları nasıl etkileyeceği ve bu teknolojiler karşısında sendikaların nasıl bir tutum sergileyeceği de güncel tartışmalar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda teknolojinin kendini yenileme sıklığının giderek azaldığı günümüzde, sendikaların yeni teknolojilere uyum sağlayabilme becerisini ön plana çıkarmaktadır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin sendikalar tarafından etkin olarak kullanılması, değişen koşullara uyum sağlayabilme becerisini kuvvetlendirecektir. Bu noktada sendikaların rolünü; “*Bilgi ve iletişim teknolojilerini mümkün olduğunca iyi yönetirken, sınıfsal çıkarları da ön planda tutmak*” biçiminde açıklamak yanlış olmayacaktır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde son 20 yıldaki hızlı değişim ve dönüşüm sadece sendikaları değil, bir bütün olarak toplumları da bu değişim-dönüşüm sürecine ayak uydurmak durumunda bırakmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde değişim-dönüşümün bugün en somut örneği sosyal medya olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bakımdan sosyal medya henüz 14 yıllık bir geçmişı olmasına rağmen olağanüstü bir hızla gelişerek 21. yüzyılın adeta bir “gerçekliği” haline dönüşmüştür. Sosyal medyanın önemi; kablolu-kablosuz ve mobil internet ağlarının genişlemesi, taşınabilir akıllı cihazların kullanımının yaygınlaşması gibi son yıllardaki teknolojik gelişmelerle birlikte giderek artmış ve sonuç olarak günümüzde sosyal medya platformları yaşamımızın bir parçası haline gelmiştir.

Bu çalışmada genel bağlamda internet ve iletişim teknolojilerinin, özel bağlamda ise sosyal medya teknolojilerinin günümüzde toplumsal yaşam içindeki konumları ele alınarak, sendikalar açısından önemi değerlendirilecektir. Sosyal medya platformlarının toplumsal meşruiyet üzerindeki etkisi ve bu paralelde sosyal medyanın sendikalar için olumlu ve olumsuz yönleri incelenecektir. Son olarak TÜRK-İŞ, DİSK ve HAK-İŞ’in resmi Facebook sayfaları analiz edilerek, Facebook etkinlikleri matematiksel olarak ölçülerek analiz edilecektir.

## 1. Sendikal Kriz ve Örgütlenebilme Sorunsalı

Kapitalizmin kendi iç dinamiğinin diyalektik bir gereği olarak ortaya çıkan sendikalar, kapitalist sistemin genel seyrine paralel biçimde gelişim göstermiştir. Bu bağlamda sendikalar zaman içinde yaşanan siyasal ve ekonomik dönüşümlerin izdüşümlerini yansıtmaktadır. Örneğin; komünizmin tehdit olarak kabul edildiği dönemlerde sendikaların; endüstri ilişkileri sisteminin ayrılmaz bir parçası olduğu, demokrasinin tarihsel gelişimine, gelir dağılımının adaletli bir şekilde dağıtılmasına, toplumsal uzlaşının önemli bir aktörü olduğuna ve genel perspektifte toplumların demokratikleşmesi sürecine küçümsemeyecek katkılar sağladığına sıklıkla vurgu yapılmıştır (Magone, 2001; Rueschemeyer, Stephens & Stephens, 1992; Collier & Mahoney, 1997; Marshall, 1991; Valenzuela, 1989).

Kapitalizmin genişleme çabası ve buna paralel olarak neoliberal politikaların son yarım yüzyıldaki artan etkisiyle birlikte sendikalara yüklenen bu "hayati" misyonlar, yerini sendikaların toplumsal zeminini ve meşruiyetini kaybetmeye başladığı bir ortama bırakmıştır. Özellikle son 20-25 yılda giderek artan hak kayıpları, grev engellemeleri ve sendika üye sayılarının azalması bu durumun somut sonuçlarından sadece bir kaçıdır (Yeates, 2002: 71).

Sendikaların yaşadığı problemler kaçınılmaz olarak üye sayılarına da yansımıştır. Son yıllarda sendikalara üye olan işçi sayısı birkaç istisnai ülke hariç hem Türkiye'de hem de dünyada düzenli olarak azalmaktadır (OECD, 2017). Küresel düzeyde yaşanan gelişmeler sendikal hareketin artık bir genişleme değil mevcut alanları korumaya yönelik bir savunma sendikacılığına doğru kaydığını göstermektedir (Lordoğlu, 2004: 84). Bu bağlamda sendikal mücadelenin savunma pozisyonuna geçmesindeki en temel faktörün kapitalizmin genişleme çabası ve buna paralel olarak neoliberal politikaların son yarım yüzyıldaki artan etkisi olduğu söylenebilmektedir (Yeates, 2002: 72-73).

80'lerden sonra korumacı devlet politikalarından vazgeçilmesi, çalışma yasalarının ve iktisadi politikaların neoliberal politikalar doğrultusunda yeniden düzenlenmesi ve buna bağlı olarak çalışma hayatında hak kayıplarının giderek artmasıyla birlikte sendikaların yaşadığı problemler özellikle 2000'lerden sonra giderek kronikleşmiş ve sendikal kriz olarak adlandırılmaya başlanmıştır (Özgül, 2008: 57). Bu bağlamda günümüzde neoliberal politikaların sendikalar üzerindeki olumsuz etkisi artık bir tartışma konusu olmaktan çıkarak, çağımızın bir sorunu haline dönüşmüştür. Bu nedenle gerek ulusal, gerekse uluslararası literatürde sendikaların yaşadığı sorunlarla ilgili çalışmaların birçoğunda, neoliberal politikalar ile sendikaların güç kaybı arasındaki nedensellik ilişkisi ön plana çıkmaktadır (Sazak, 2007: 17-19).

Neoliberal politikaların şiddetinin artmasıyla birlikte, sendikaların karşılaştığı sorunlar da giderek artmıştır. Dolayısıyla son yıllarda sendikalar; geniş kitlelere ulaşamama, toplumsal zemininin ve meşruiyetinin zedelenmesi ve etkili bir toplumsal aktör olamama gibi örgütlenebilme potansiyelini derinden etkileyen ciddi sorunlar yaşamaktadır. Diğer bir ifadeyle; gerek kendi tabanı açısından, gerekse toplumun bütünü açısından sendikalar bir örgütlenme krizi içinde bulunmaktadır (Grabelsky & Hurd, 1994: 96-97).

Sendikaların örgütlenebilme becerisi toplumsal değişim ve dönüşümlere ne derece uyum gösterebildiği ile paralellik gösteren bir olgudur. Kuşkusuz örgütlenebilme becerisi sendikaların varlığının teminatıdır. Bu nedenle kendisine gerekli toplumsal zemini bulamayan ve toplumda görünür olamayan sendikalar zaman içinde işlevsizleşme riski ile karşı karşıya kalmaktadır. 1980 sonrası birçok ülkede neoliberal politikaların hem çalışma hayatına, hem de toplumsal hayata giderek daha fazla nüfuz etmesi, sendikaların benzer sorunlar yaşamasına neden olmuştur. Sendikaların örgütlenememe ekseninde yaşadığı problemler kuşkusuz ki gelişmekte olan ülkelerde daha şiddetli hissedilmektedir.



Sendikaların içinde bulunduğu bu durumu ortaya çıkaran faktörleri, örgüt içi faktörler ve örgüt dışı faktörler olarak iki başlık altına toplamak mümkündür. *Örgüt dışı faktörler*, doğrudan sendikalar-dan kaynaklanmayan gerek uluslararası, gerekse ulusal düzeyde uygulanan sosyo-ekonomik politikalar ve bu politikaların etkileri olarak tanımlanabilir. Örneğin neoliberal politikalar ve bu politikaların çalışma yaşamında yarattığı hak kayıpları örgüt dışı faktörlerin başında gelmektedir. *Örgüt içi faktörler* ise, en genel anlamda sendikaların hızla değişen, gelişen ve dönüşen koşullara ayak uydurmakta güçlük çekmesine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Son yıllarda sendikaların bilgi ve iletişim teknolojilerine olan mesafeli tavrı bu faktörler arasında en ciddi olanıdır (Tokol: 2017: 42-43); (Uçkan & Kağ-nıcioğlu, 2013: 29-31).

Örgüt dışı ve içi faktörler birlikte değerlendirildiğinde; kısa ve orta vadede sendikaların örgüt dışı faktörleri doğrudan etkileyebilmesi oldukça zor görünmektedir. Bu nedenle sendikalar içinde bulundukları krize çözüm bulabilmek adına kısa vadede örgüt içi faktörlere yönelmek durumundadır. Hızla gelişen ve beraberinde bir bütün olarak toplumun kendisini de dönüştüren bilgi ve iletişim teknolojilerine yönelmek, sendikalar açısından hayati önem taşımaktadır. Sendikaların bilgi ve iletişim teknolojilerini iyi tanıması ve bu teknolojileri sendikal faaliyetlerde en uygun düzeyde kullanabilmesi sendikal krizde örgüt içi faktörlerin aşılabilmesi adına ciddi bir potansiyel taşımaktadır.

## 2. Bilgi İletişim Teknolojileri ve Sendikalar

Literatürde sendikalar ile bilgi ve iletişim teknolojileri arasındaki ilişki, bilgisayar ve internetin yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte önem kazanmaya başlamıştır. 2000'li yılların başlarından itibaren iletişim teknolojilerindeki hızlı dönüşüm ve internet ağının giderek yaygınlaşması, internet tabanlı içeriklerin de gerek çalışma hayatına, gerekse toplumsal hayata etkilerinin literatürde tartışılmasına neden olmuştur (Almagor, 2011: 47).

Bu süreçte literatürde internetin doğrudan sendikalara etkisinin tartışılması kısmen gecikmiştir. Öncelikle, internetin geleneksel medya araçlarında (televizyon, gazete, radyo vb.) temsil edilemeyen toplumsal hareketlere alternatif bir iletişim kanalı sağladığı ve bu hareketleri görünür kıldığı tartışmaları ön plana çıkmıştır. Ayrıca internet teknolojilerinin toplumsal hareketlerde yer alan aktivistlerin iletişiminde, örgütlenmesinde ve eylem biçimlerinde köklü değişikliklere yol açtığı tartışmaları da yükselmiştir (Castells, 1997:107; Bennet, 2004:131; Vegh, 2003: 72-76). Bu çalışmalarda genel olarak; internetin gerek sağladığı hızlı iletişim, gerekse geleneksel medyanın tekelinin dışında bir güç merkezi oluşturmasıyla toplumsal hareketleri görünür kıldığı düşüncesi üzerinde durulmuştur.

Bilgisayar ve internet teknolojisinin giderek önem kazanmasıyla birlikte, zaman içinde bu teknolojilerin sendikalara ve işçi sınıfına olan etkisi de tartışılmaya başlanmıştır. Başlarda internetin sendikal örgütlenmeyi zorlaştırdığı düşüncesi ortaya atılmıştır (Lee, 2008). Ancak İnternetin günlük yaşamdaki etkisi arttıkça sendikaların yenilenmesini sağladığı, ulusal ve uluslararası düzeyde iletişim sistemlerindeki açıkları kapadığı ve işçi sınıfı içerisinde diyalogun önünü açtığı düşüncesi literatürde daha fazla kabul görmeye başlamıştır (Lucio, 2003: 336).

Bu paralelde internetin sendikalar açısından önemi daha sonraları "*Communicate or Die*" şeklinde bir proje ile somutlaşmıştır. Uluslararası literatürde internet teknolojisi ile sendikalar arasındaki ilişki üç

2 Sendikalar için internetin ve iletişimin önemini vurgulayan, dünyanın birçok sendikasının da destek verdiği bir projedir. <http://communicateordie.com/> isimli web sayfasından konuyla ilgili makaleler, haberler yayınlanarak internetin önemine dair farkındalık yaratılmaya çalışılmaktadır.

farklı yaklaşımla açıklanmıştır. Bu yaklaşımlar: e-sendika (*e-union*), sanal sendika (*virtual union*) ve siber sendika (*cyber union*) (Darlington, 2002: 98-102); (Shostak, 2015: 86-89); (Özdemir, 2014: 40-43).

- *E-sendika*: Bu yaklaşım internet ve iletişim teknolojilerini tüm sendikal strateji ve amaçlarının merkezine koymaktadır. E-sendika, yapısını ve işleyişini iletişim teknolojileri doğrultusunda düzenler. Bu yaklaşımda internet ve iletişim teknolojileri birer araç olmaktan çıkarak doğrudan amacın kendisi haline gelmektedir. E-sendika tüm işleyişini ve faaliyetini internet ve iletişim teknolojilerine göre dizayn ettiği için sınıfsal özelliği zamanla zayıflamaktadır.
- *Sanal Sendika*: Bu yaklaşım tıpkı e-sendika yaklaşımı gibi internet ve iletişim teknolojilerini sendikal faaliyetlerin merkezine yerleştirmektedir. Ancak sanal sendika bu durumu bir adım ileriye taşıyarak, kendisini internet ve bilgisayar teknolojileri ile var etmektedir. Bir diğer ifadeyle sanal sendikalar, e-sendikaların bir sonraki aşamasıdır. E-sendikalar faaliyetlerini internet ve bilgisayar teknolojileri doğrultusunda yürütürken fiziki varlıklarını da korumaktadır. Ancak sanal sendikalar fiziki varlıklarını da zamanla yitirmişlerdir.
- *Siber Sendika*: Siber sendika yaklaşımı geleneksel örgütlenme stratejileriyle internet ve bilgisayar teknolojisinin sağladığı yeni olanakları birleştirmektedir. Bu yaklaşım internet ve bilgisayar teknolojilerini sendikal faaliyetlerin merkezine koymak yerine, bu teknolojileri bir araç olarak kabul etmektedir. Diğer bir ifadeyle, interneti bir amaç olarak değil, sendikal hedeflere ulaşmak için kullanılacak bir araç olarak kabul edilmektedir. Bu sayede e-sendika ve sanal sendika yaklaşımından farklı olarak hem sınıfsal yapılarını, hem de fiziki varlıklarını korumaktadırlar.

Uluslararası literatürde sendikalar ve internet teknolojileri arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar zamanla artarken Türkiye’de de sendikaların internet teknolojileriyle olan ilişkisi yakın dönemde akademik literatürün dikkatini çekmeye başlamıştır. Bu bağlamda Yücesan-Özdemir (2014: 217-228) yeni iletişim teknolojilerinin Türkiye’deki sendikalara olan etkisinin birbirinden oldukça farklı üç biçimde geliştiğini vurgulamaktadır. Bu üç biçimi şu şekilde sıralanmıştır: Etkin ve verimli sendikacılık, muhafazakâr sendikacılık ve katılımcı ve mücadeleci sendikacılık.

- *Etkin ve verimli sendikacılık*: Sendikal yapının ve sendikal bürokrasinin yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlar ve açılımlar doğrultusunda yeniden yapılandırılması noktasında tümüyle işletmecilik paradigmasına dayanmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerine yönelik yeni istihdamlar ve yeni yapılanmalara da açık bir yapıyı oluşturmaktadır. Sendikal yapı ve sendikal bürokrasi için teknoloji; hızlı ve ucuz bir iletişim, şeffaflık, bilgi-belge yönetimi ve sendika bilgi sistemleri anlamına gelmektedir. Etkin ve verimli sendikacılık aynı zamanda “uzlaşmacı sendikacılık” hattını da içermektedir.
- *Muhafazakâr sendikacılık*<sup>3</sup>: Sendikal yapı ve bürokrasinin yeni iletişim teknolojileri ile dönüşemeyecek yapısına vurgu yapmaktadır. Bu sendikalardaki yöneticilerin sanal dünya ile bağları yok denecek kadar az olmakla beraber, yeni teknolojilerin sağlayabileceği imkânlar konusunda yeterli bilgiye sahip değillerdir. Muhafazakâr sendikacılığın tüm süreçlerde üzerinde en çok durduğu konu; yeni teknolojilerin getirebilecekleri kolaylıkların yasal düzenlemeler karşısındaki uyumsuzluğu ve kifayetsizliğidir.
- *Katılımcı ve mücadeleci sendikacılık*: Sendikal yapı ve yeni iletişim teknolojileri ilişkisi “kişisel çabalar” ve “dayanışma ilkesi” doğrultusunda şekillenmektedir. Sendikalarda yeni iletişim teknolojileri ile ilgili konular, asıl uzmanlık alanı bu olmayan, farklı uzmanlar ya da sekreterler

3 Burada kullanılan “muhafazakâr” kavramı, literatürde sıkça kullanılan “muhafazakâr sendikacılık” ile aynı anlama gelememektedir. Buradaki muhafazakâr vurgusu sendikaların yeni teknolojilere olan mesafeli yaklaşımını vurgulamaktadır.

tarafından "özveriyle" halledilmeye çalışılmaktadır. Katılımcı ve mücadeleci sendikacılık, "küçük bütçelerle" bir şeyler yapmaya çalışılmaktadır.

Literatürde henüz internetin sendikalara etkileri ve sonuçları tartışılırken, bilgi ve iletişim teknolojilerinde bir başka dönüşüm dalgası ortaya çıkmıştır. 2011 ile 2014 yılları arasında önce Arap ülkelerinde başlayan, daha sonra ABD'de ve Avrupa'nın birçok ülkesinde ortaya çıkan güçlü toplumsal hareketlerin sosyal medyayı bir örgütlenme alanı olarak kullanması yeni tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Özellikle sosyal medyanın kitleleri harekete geçirebilme gücü, internet ve iletişim algısını da yeniden şekillendirmeye başlamıştır. Sıradan internet kullanıcısının, aktif birer içerik üreticisine evrilmeye başladığı bu dönem, yeni ve güçlü bir dönüşümün de sinyalini vermiştir.

Sosyal medyanın mevcut internet ağındaki iletişim kalıplarını neden ve nasıl yeniden şekillendirdiği, sosyal medyanın tarihsel gelişiminde yer almaktadır. Bu bakımdan sosyal medyanın hangi koşullarda ve nasıl ortaya çıktığının tespiti, sendikaların sosyal medyadan nasıl etkileneceğini sorusuna da cevap oluşturma potansiyeli barındırmaktadır.

### 3. Yeni Medya ve Sendikalar

Yeni medya veya alternatif medya olarak bilinen teknolojilerinin ortaya çıkışı, iki ayrı koldan ilerleyen bilgisayar ve medya teknolojilerindeki tarihsel gelişmelerin bir araya gelmesiyle mümkün olmuştur (Başlar, 2013). Dolayısıyla yeni medyadan anlaşılması gereken şey sadece bilgisayar ve internet teknolojilerinin yaygınlaşması değil, aynı zamanda bu teknolojilerin medya teknolojileriyle birlikte iç içe geçerek yeni bir biçim almasıdır. Bu yeni biçim özellikle İnternet teknolojilerinin etkisi altında medyanın hem kendisini hem de kuramsa olarak anlamını da yeniden şekillendirmektedir.

Yeni medyanın, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) ayırt edici temel özellikleri etkileşimli ve multimedya biçimine sahip olmasıdır. Dijital kodlama sistemine temellendikleri için, çok fazla miktarda enformasyonu aynı anda aktarabilme ve kullanıcının geri bildirimde bulunabilmesi olanağına sahiptir. Dolayısıyla enformasyonun düz çizgisel iletiminden hipermetinsel iletime geçilmiştir. Aynı zamanda yeni medyanın çok yönlü iletişim özelliği, iletişim sürecine karşılıklılık ve çok katmanlı iletişim olanağı kazandırmıştır (Binark, 2007: 21)

Yeni medyanın çok katmanlı iletişim özelliği (Web 2.0 ve sonrası) internet iletişiminde 2005 ve sonrası için sosyal medya platformlarını gündeme gelmesine yol açacak süreci hızlandırmıştır. Sosyal medyanın hızla yaygınlaşması, sıradan internet kullanıcılarının siber uzayda birer iletişim merkezlerine haline dönüşmesine neden olmuştur. Bu bağlamda sıradan kişilerin oluşturduğu ve/veya etkileşim yoluyla katkı sağladığı milyonlarca içerik yeni medyanın şekillenmesinde başat rol oynamıştır.

Sosyal medyanın politik faaliyet için taşıdığı potansiyeller bakımından önemli bir işlevi bulunmaktadır. Etkileşimli yapısı ve anlık akış özelliğinin sağladığı "agora"<sup>4</sup> işlevi görmektedir. Tartışma olanakları yaratılmasını içeren bu işlev, daha önceleri daha yoğun olarak e-gruplar ve forumlar tarafından yerine getirilirken, son dönemde gerçek zamanlı olarak ve çok daha geniş kitlelere ulaşabilme açısından sosyal medya tarafından üstlenilmiştir (Göker, 2016: 444).

Yeni medyanın sendikaları doğrudan ilgilendiren kısmı ise kullanıcıların aktif rol oynadığı sosyal medya paylaşım ağlarıdır. Yeni medya sonrası bireylerin ortaya koyduğu yeni kimliklenme biçimleri, kolektif hareketleri yapısal bir dönüşüme uğratarken, yeni bir birey/aktivist karakteri örneği sergilemektedir

4 Agora, antik Yunan kentlerinde, şehirle ilgili politik, dini, ticari her türlü faaliyetin gerçekleştiği, tüm kamu binalarının etrafında sıralandığı halka ait geniş açık alan olup, Helenistik dönemde şekillenip Roma İmparatorluğu'nda ortaya çıkan forumların öncülüdür

(Babacan, 2015: 297-298). Bu nedenle sendikaların sosyal medya teknolojisinin mantığını kavrayabilmesi ve etkin biçimde bu paylaşım ağlarının içinde yer alması, ihtiyaç duyduğu tabana temas edebilmesi ile eşdeğer bir anlam ifade etmektedir.

#### 4. Sosyal Medyanın Kısa Geçmişi

Sosyal medyanın tarihsel gelişimi Web 1.0 ve Web 2.0 kavramları ile anlam kazanmaktadır. Web 1.0, insan bilişinin bilgisayar tabanlı ağ oluşturmuş sistemleri olarak tanımlanmaktadır (Fuchs, 2014: 66). İnternetin ilk defa günümüzdekine benzer biçimde kullanılmaya başlandığı Web 1.0'da ağ üzerindeki enformasyon daha çok kitle iletişimine benzer biçimde gerçekleşmiştir. Bu çerçevede kitle iletişiminin iki temel belirleyicisi olan; bir iletiyi aynı anda çok fazla kişiye ulaştırmak ve iletişimin tek taraflı oluşu web 1.0 için de geçerlidir (McQuail, 2009: 15).

Web 2.0 kavramı ise ilk defa 2005 yılında Tim O'Reilly tarafından kullanılmıştır. O'Reilly (2005) Web 2.0'ı şu şekilde açıklamıştır: "*Web 2.0 bağlı tüm cihazları kapsayan bir platform olarak ağıdır. Web 2.0 uygulamaları platformun içsel avantajlarından en çok faydalananlardır. Sürekli güncellenen hizmet olarak yazılımın görüntülenmesi daha çok insanın kullanımını geliştirir, başkaları tarafından harmanlanmasına olanak verilen biçimde kişisel veri ve hizmetleri sağlarken bireysel kullanıcılar da dâhil olmak üzere farklı kaynaklardan daha çok veriyi tüketir ve harmanlar, 'katılımcılığın mimarisi' ile ağ etkileri yaratır.*"

Web 2.0 internet tabanlı uygulamalar sayesinde iletişimin tek taraflı olmaktan çıkıp çok taraflı gerçekleştiği platformdur. Web 2.0'ın vizyonu sayesinde etkileşimin diyolojik ve anlık gerçekleştiği sosyal medya platformlarının gelişebileceği bir ağ mümkün olmuştur. Böylece Web 2.0 ile sosyal medya platformları arasında mutualist bir ilişki söz konusudur. Web 2.0 sosyal medyanın oluşmasını ve gelişmesini sağlamış, sosyal medya da Web 2.0'ın vizyonunun internete hâkim olmasına önayak olmuştur. Bu bağlamda Eijkman (2008: 94) Web 2.0'ı detaylandırarak; "*Kullanıcıların bilgiyi birden çok kaynaktan faydalanarak iş birliğiyle yarattığı, paylaştığı ve yeniden yarattığı güçlü kolektif zekâyı ve organize eylemi teşvik eden internet hizmetlerinin yeni bir eğilimi*" şeklinde tanımlamıştır.

**Tablo 1. WEB 1.0 ile WEB 2.0 Arasındaki Temel Farklar**

Web 1.0	Web 2.0
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Statik bir yapıya sahiptir. İçeriklerin değiştirilmesi, güncellenmesi zordur.</li> <li>- Kullanıcıların katılımı oldukça sınırlıdır. Kullanıcılar pasif izleyici durumdadır.</li> <li>- İletişim kısmen hızlıdır ancak anlık gerçekleşmez.</li> <li>- İçerik üretimi ve dağıtımı aşamasında denetlenebilir/kontrol edilebilir.</li> <li>- İçeriklerin oluşturulması zor ve çoğu zaman profesyonel bilgi gerektirir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinamik bir yapıya sahiptir. İçerikler anlık olarak değiştirilebilir.</li> <li>- İletişimin yanında etkileşim de önem kazanmıştır.</li> <li>- İletişim ve etkileşim tek yönlü değil çok yönlüdür.</li> <li>- İnternet kullanıcıları aktif birer içerik üreticileridir.</li> <li>- Farklı içerik türlerinde paylaşım imkân tanır.</li> </ul>

Web 2.0'ın yaygınlaşması ve sosyal medya platformlarının popülerleşmesiyle birlikte sosyal medyanın ne olduğu sorusuna ancak Web 2.0 ile cevap verebilmek mümkün olmuştur. Bu bağlamda Hanlein & Kaplan'ın (2010: 61) yaptığı sosyal medya tanımı literatürde geniş kabul görmüştür: "*Sosyal medya kullanıcı katkılı içeriği oluşturmaya ve değiştirmeye izin veren ve Web 2.0'in ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilmiş, bir grup internet tabanlı uygulamadır.*" Web 2.0 'ın temel avantajı olarak

kullanıcıların ağı sadece kullanmalarını değil, aynı zamanda ağın içeriğine de katkıda bulunmalarını kolaylaştırdığı vurgulanmaktadır (Hwang & Altmann & Kimi, 2009: 3-4).

## 5. Sosyal Medya ve Sendikalar

Sendikalar açısından, sosyal medyanın adeta bir "sosyal laboratuvar" olabilme potansiyeli, sosyal medya kullanım istatistiklerinden okunabilmektedir. Her yıl düzenli olarak yayınlanan "Global Social Media Research" istatistiklerinin 2018 Ocak ayında yayınlanan son raporuna göre dünya genelinde aktif olarak sosyal medya kullanan kişi sayısı üç milyardan fazladır. Yine aynı rapora göre dünya nüfusunun %40'ından fazlası her gün düzenli olarak sosyal medya platformlarından en az birini kullanmaktadır (Global Social Media Research, 2018).

Tüm dünya nüfusunun neredeyse yarısına yakınının sosyal medya kullanması, bu platformları sıradan bir iletişim ağı olmanın ötesine taşımıştır. Çok sayıda insanın kullandığı bu ağlar zamanla mikro ya da makro iktidar merkezlerine karşı birer örgütlenme alanı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu durumun ilk örnekleri 2011 yılında Arap coğrafyasında patlak veren ve "Arap Baharı" olarak bilinen demokrasi, özgürlük ve insan hakları talepleriyle yükselen geniş toplumsal hareketler şeklinde ortaya çıkmıştır. Sosyal medyanın kitleleri harekete geçirici gücü ve bir örgütlenme aracı olarak kullanılması sadece Arap coğrafyasıyla sınırlı kalmamıştır. ABD'de ve Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde "Occupy" ve "We Are %99", "Öfkeliler" gibi isimlerle ortaya çıkan büyük toplumsal hareketler de sosyal medya üzerinden örgütlenerek sokaklara çıkmışlardır (Fuchs, 2014a: 11-12; Gerbaudo, 2012, 5-6).

Sosyal medya ve internetin örgütlenme üzerindeki etkisini ağ toplumu kavramsallaştırması üzerinden açıklayan Castells'e göre; Ağ toplumu, stratejik olarak belirleyici ekonomik etkinliklerin küreselleşmenin damgasını vurduğu bir toplumdur. Ağlar oluşturan örgütlenme biçiminin damgasını vurduğu bir toplumdur. Çalışma esnekliği ve istikrarsızlığının, emeğin bireyselleşmesinin de; yayılmacı, içerden bağlantılı, çeşitlilik gösteren medya sisteminin kurduğu gerçek sanallık kültürünün de; egemen etkinliklerin ve denetimi elinde tutan elitlerini ifadeleri olarak akışlar uzamı ile zamansız zamanın inşası yüzünden hayatın maddi temellerinin, uzamın ve zamanın dönüşmesinin de damgasını vurduğu bir toplumdur. Bu yeni toplumsal örgütlenme biçimi, kapsayıcı küreselliğiyle tüm dünyaya yayılmaktadır. Sınai kapitalizm ile onun düşman kardeşi sınai devletçiliğin 20. Yüzyılda yaptığı gibi kurumları sarsıyor, kültürleri dönüştürüyor, zenginlik yaratıyor, yoksulluğa sebep oluyor, açgözlülük, yenilik ve umut saçıyor, zorluklar dayatırken bir yandan da umutsuzluk vermektedir (Castells, 2008, s.3-4); (Gencer, 2015: 513-514).

Bu bağlamda Sosyal medyanın, günümüzde sendikalar tarafından etkin kullanılması, ancak örgütlenme ve toplumsal meşruiyet<sup>5</sup> düzleminde anlamlı olmaktadır. Bir diğer ifadeyle, sosyal medyanın kullanımı; çalışmanın başında vurgulanan sendikal kriz ve örgütlenme probleminin çözümüne, toplumsal meşruiyetin yeniden sağlanması paralelinde katkı sağlayacaktır. Sendikaların içinde buldukları toplum tarafından kabul görmesi ve haklı bulunması toplumsal meşruiyetlerini yeniden üretmelerine olanak sağlayarak, örgütlenme sürecinde önemli engellerden birini ortadan kaldıracaktır. Sosyal medya üç milyarı geçen kullanıcı sayısı ile, bu meşruiyetin yeniden inşası için uygun bir profili oluşturmaktadır. Her gün yaklaşık bir milyar aktif kullanıcının yer aldığı sosyal medya platformları hem maliyet, hem de hız açısından sendikalar için birer uygulama alanı oluşturmaktadır.

Nitekim Avrupa'da birçok işçi örgütü sosyal medyayı aktif olarak kullanarak kampanyalar yürütmekte ve sosyal medya üzerinden kendi meşruiyetlerini yeniden üretmektedirler. Örneğin; Hollanda

5 Toplumsal meşruiyet en genel anlamda; Herhangi bir olgunun, olayın, kurumun, oluşumun, durum ya da davranışın toplumda yaygın biçimde yerinde, doğru ve haklı bulunmasıdır (Bozkurt&Ergun&Sezen, 1998: 169).

Sendikalar Birliği (FNV), Twitter'da güncel siyasi konular, çalışma yaşamındaki hak kayıpları ve sendikal eylemlerle ilgili anlık kampanyalar oluşturmakta ve gerek ulusal, gerekse uluslararası kamuoyunun dikkatini çekmeyi başarmaktadır. Benzer biçimde İngiltere'de Sendikalar Konfederasyonu (TUC), sosyal medya kullanarak özellikle ulusal siyasi konularda görüş bildirmekte ve gerektiğinde sosyal medya kampanyaları ile ilgili kişi veya kurumlar üzerinde baskı oluşturabilmektedir. Avrupa Sendikalar Konfederasyonu (ETUC) ve Uluslararası Sendikalar Konfederasyonu (ITUC) da özellikle çalışma hayatına dair uluslararası konularda sosyal medyayı en etkin düzeyde kullanarak devletlerin ve uluslararası kurumların dikkatini çekmeyi başarmaktadır.

Teknolojik gelişmelere paralel biçimde sosyal medyanın sendikalar açısından faydaları giderek genişleyebilecektir. Ancak sosyal medyayı ve yeni teknolojileri sendikalar açısından "sihirli bir değnek" olarak görmek de yanlış olacaktır. Dolayısıyla önemli olan sendikaların sosyal medyayı bir araç olarak görmesi ve sendikal faaliyetlerde sosyal medya platformlarını uygun düzeyde kullanabilmesidir. Bu bağlamda sendikalar açısından sosyal medyayı kullanabilmenin bazı kısıtları da mevcuttur. Bu kısıtlar;

- Sosyal medyayı sendikal faaliyetlerde kullanabilmek için profesyonel bir yönetim gerektirmektedir. Bu da sendika için ek bir maliyet oluşturmaktadır.
- Sendika yöneticilerinin en az temel düzeyde sosyal medya bilgisinin olması gerekmektedir. Bu konuda gerekiyorsa belli eğitimler verilmelidir.
- Düzenli ve sürekli olarak sosyal medya hesaplarının takibi zorunludur. Ayrıca sosyal medya hesaplarının güvenliğinin sağlanması ayrı bir sorundur. Bu durum sendikaya ek maliyet oluşturabilecektir.
- Sendikanın üye işçilere sosyal medyayı kullanmayı teşvik eden programlar ve eğitimler vermesi gerekebilir.
- Sosyal medya bilgi kirliliğinin yoğun olduğunu bir platformdur. Sendikanın bu bilgi kirliliğinden kaçınabilmesi ek zaman ve maliyet gerektiren bir unsurdur.

## 6. Türkiye'de İşçi Konfederasyonlarının Facebook Etkinlik Analizi

Sosyal medya kavramı "Facebook"un sınırları aşan çok daha geniş bir çerçeveye sahiptir. Ancak gerek sendikalar, gerekse konfederasyonlar düzeyinde düzenli ve etkin biçimde kullanılan sosyal medya aracı Facebook olduğundan dolayı bu çalışmada konfederasyonların sosyal medya kullanımını ölçmek için Facebook verileri analiz edilmiştir.

Facebook etkinlik analizinde değerlendirmeye farklı felsefi ve ideolojik temele sahip üç işçi konfederasyonu dâhil edilmiştir. Analize dâhil edilen konfederasyonlar:

- Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu (TÜRK-İŞ)
- Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu (DİSK)
- Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu (HAK-İŞ)

Facebook etkinlik analizinde, sosyal medya analizlerde en sık kullanılan ve Sosyal Medya Araştırma Vakfı tarafından hazırlanmış NodeXL programı kullanılmıştır. NodeXL aracılığı ile konfederasyonların resmi Facebook hesaplarında yapılan son 100 paylaşımın verileri elde edilerek Facebook etkinlik analizi gerçekleştirilmiştir.

*Facebook etkinlik analizi;* Toplam etkileşim sayısının, gönderi ve takipçi sayısı başına oranı, Facebook sayfanın etkinliğini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, gönderi başına gelen ortalama etkileşim sayısı ile Facebook sayfasının takipçi başına düşen etkileşimin toplamı, söz konusu Facebook sayfanın

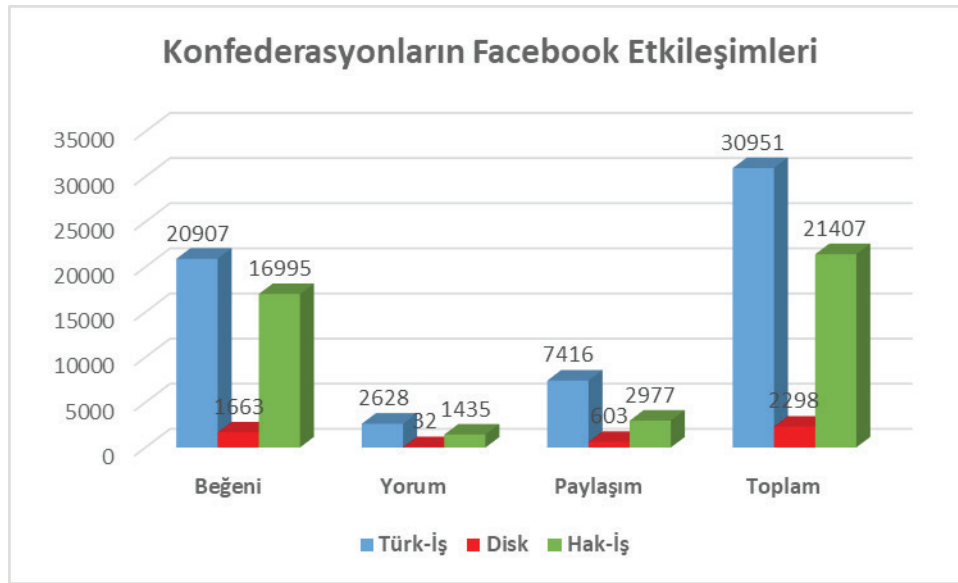
etkinlik düzeyini verecektir. Bulunan sonucun yüze bölünmesi ise oransal bir değer elde edilecektir. Bu değer 1'in altında çıkması, ilgili Facebook sayfasının paylaşım ve takipçi başına düşen etkileşim sayısının yetersiz olduğunu işaret ederken, değer 1'in üstüne çıkması sayfanın etkileşim bakımından güçlü olduğunu işaret etmektedir. Matematiksel olarak formüle edildiğinde;

$$A = \text{Toplam etkileşim sayısı (beğeni+yorum+paylaşım)} / \text{Paylaşım Sayısı}$$

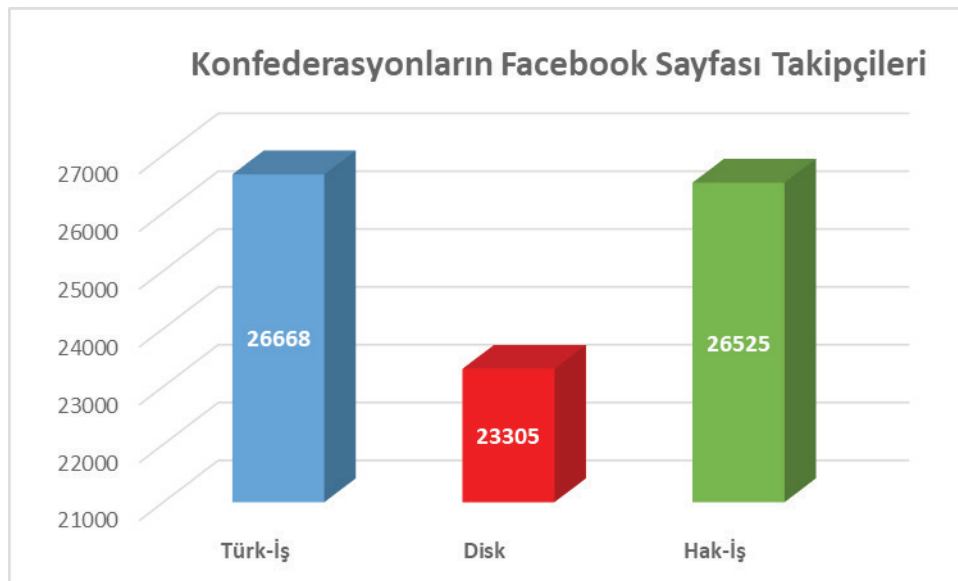
$$B = \text{Toplam etkileşim sayısı (beğeni+yorum+paylaşım)} / \text{Sayfa Takipçi Sayısı}$$

$$\text{Facebook Etkinlik Oranı} = (A + B) / 100$$

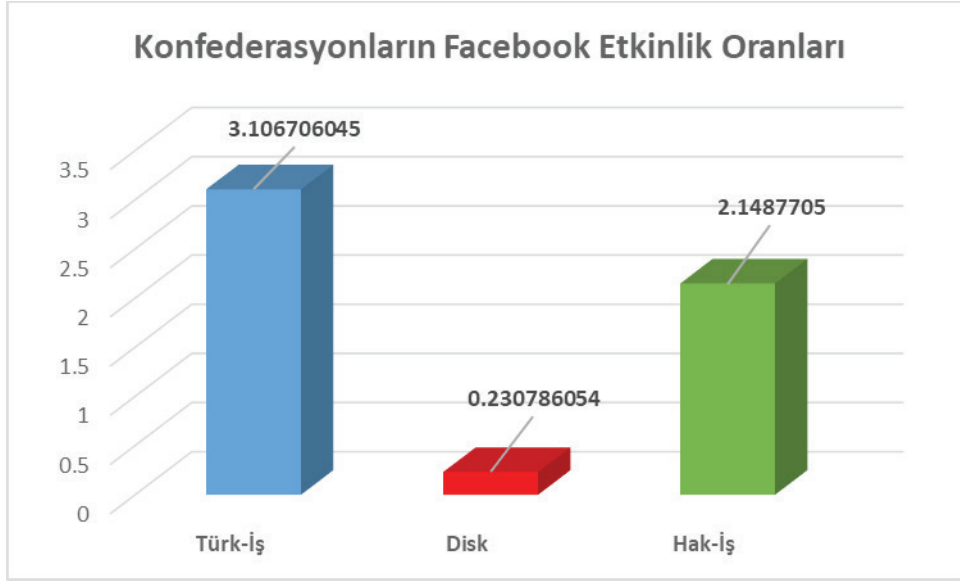
Çalışmanın hazırlandığı Şubat 2019 itibarıyla ilgili işçi konfederasyonlarının Facebook sayfalarında yaptıkları son 100 paylaşım dâhilinde NodeXL ile toplanan veriler:



Facebook etkinlik oranını elde edebilmek için konfederasyonların takipçi sayılarına da ihtiyaç duyulmaktadır. Verilerin toplandığı dönemde konfederasyonların Facebook sayfasındaki toplam takipçi sayıları:



Daha önce formüle edilen Facebook etkinlik oranı yöntemiyle hesaplanan ve konfederasyonların Facebook Etkinlik Oranları: TÜRK-İŞ 3.10, DİSK 0.23, HAK-İŞ 2.14 olarak bulunmuştur.



Konfederasyonların Facebook takipçi sayısı, etkileşim sayısı ve etkinlik oranları bir bütün olarak değerlendirildiğinde; 1'den büyük etkinlik oranlarına sahip TÜRK-İŞ ve HAK-İŞ'in Facebook'ta etkin birer örgüt oldukları söylenebilmektedir. Diğer bir ifadeyle bu iki örgütün Facebook hesaplarında takipçi başına düşen etkileşim miktarı yüksektir. Yapılan analiz sonucunda en yüksek etkinlik oranı TÜRK-İŞ'e aittir. TÜRK-İŞ'ten hemen sonra ikinci yüksek etkinlik oranına sahip olan HAK-İŞ ile TÜRK-İŞ arasında takipçi sayısı bakımından çok fark olmamasına rağmen etkinlik oranlarının farklı oluşu, TÜRK-İŞ'in Facebook'ta daha etkin bir pozisyonunun olduğunu göstermektedir.

Yapılan hesap sonucunda ortaya çıkan en çarpıcı sonuç ise 0.23 etkinlik oranı ile DİSK'e aittir. DİSK'in takipçi sayısı ile diğer konfederasyonların takipçi sayıları arasında uçurum bulunmamasına rağmen etkinlik oranları arasında çok ciddi bir fark bulunmaktadır. Dolayısıyla DİSK'in Facebook'ta etkin ve başarılı bir sayfaya sahip olduğunu söylemek mümkün değildir. Diğer bir ifadeyle, TÜRK-İŞ ve HAK-İŞ Facebook sayesinde daha geniş kitlelere ulaşabilirken, DİSK bu fırsattan yararlanamamaktadır. Etkinlik oranları göstermektedir ki; Facebook'ta çok fazla takipçiye sahip olmak tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda Sahip olunan kitleye ulaşabilmek ve bu kitleden alınan geribildirimleri/etkileşimleri iyi okuyabilmek sosyal medya yönetiminde hayati bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda sendikaların sosyal medyada etkin bir hesaba sahip olmasının bazı avantajları bulunmaktadır:

- Örgütün geniş kitlelere ulaşması ve böylece yapılan paylaşımların fazla kişi tarafından görülmesi ve etkileşim alması,
- Hem hızlı hem de ucuz olma özelliği sayesinde sosyal medyanın örgüt lehine propaganda aracı olarak kullanılması,
- Grev, toplu pazarlık, toplu iş sözleşmesi gibi temel sendikal faaliyetlerde sosyal medyanın etkin kullanılması,
- Gerek ulusal gerekse uluslararası dayanışmanın örülmesinde sosyal medyanın kullanılması,
- Örgütün bir baskı unsuru olma özelliğinin güçlendirilmesi gibi birçok avantajları beraberinde getirmektedir.
- Anlık geribildirimlerle örgüt faaliyetlerinin sosyal medya üzerinden yönetilmesi,
- Geleneksel medya araçlarına göre, medya maliyetlerin düşmesi,
- Toplumsal ilişkilerin yeniden üretildiği sosyal medya platformlarında sendikalar kendilerini görünür kılma şansı elde etmesi,



- Sosyal medyanın etkin kullanılması sendikaları "18 yüzyıldan kalma hantal kurumlar" algısından uzaklaştırarak, özellikle beyaz yakalı çalışanların sendikaya olana bakışını değiştirmesi,
- Sosyal medyanın fotoğraf, video, canlı yayın gibi birçok farklı türde paylaşım fırsat tanıması sendikaların kendisini çok daha iyi ifade etmesini sağlaması,
- Sosyal medyada doğrudan sendika tarafından oluşturulan içeriklerin diğer kullanıcılar tarafından da paylaşılarak kısa sürede çok geniş kitlelere ulaşma imkânının olması,
- Sendikal bürokrasinin zamanla azaltılmasına yardımcı olması.

Sendikaların sosyal medyada etkinlik düzeylerinin düşük olmasında ise bazı faktörler rol oynamaktadır:

- *Sosyal medya yönetimine profesyonel yaklaşım:* Sosyal medya yönetiminde profesyonel bir tutum sergilenmesi, bu işin alanında uzman kişiler tarafından yürütülmesi sosyal medya araçlarının daha etkin kullanılmasını sağlayacaktır.
- *Sosyal medyanın örgüt tarafından bir bütün olarak kabul edilmesi:* Örgüt başkanından örgüte üye işçiye kadar sosyal medyanın meşru bir araç olarak kabul görmesi ve bu alanda yeni politikaların üretilmesi etkinlik oranını ciddi anlamdan etkileyecektir.
- *Sosyal medya eğitimlerinin verilmesi:* Örgüt yöneticileri başta olmak üzere tüm üyelere sosyal medya kullanımı konusunda eğitimler verilerek konunun öneminin vurgulanması ve doğru sosyal medya kullanımına teşvik edilmesi sosyal medya etkinliğini üst düzeylere çıkarmada yardımcı olacaktır.
- *Sosyal medyanın etkileşim mantığının kavranması:* Sosyal medya geleneksel medyalardan farklı olarak hedef kitleyle anlık ve karşılıklı olarak etkileşime açık bir platformdur. Bu nedenle sosyal medya çok fazla takipçiye sahip olmanın etkin bir sosyal medyaya sahip olmakla eşdeğer anlam taşımadığı kabul edilmelidir.
- *Farklı sosyal medya araçlarına yönelme:* Örgütler aynı anda bütün sosyal medya araçlarında güçlü bir duruş sergileyemezler. Bu nedenle bazı sosyal medya araçlarına öncelik vererek o sosyal medya aracında daha etkin rol alırlar. Örneğin bir örgüt Facebook'ta etkin bir sayfaya sahipken, Twitter'da daha pasif bir hesaba sahip olabilmektedir. Dolayısıyla, bütün sosyal medya araçlarını analiz etmeden, sadece bir sosyal medya aracında etkin olamayan herhangi bir örgütü sosyal medyada ağında bir bütün olarak başarısız görmek doğru olmayacaktır.

## Sonuç

21. yüzyılın kaçınılmaz bir gerçekliği olan sosyal medyada ve bir bütün olarak enformasyon teknolojilerinde meydana gelen değişim ve dönüşümler, sendikaların görmezden gelebileceği düzeyi çoktan aşmıştır. 90'lı yılların başında İnternet ve bilgisayar teknolojilerine mesafeli yaklaşan sendikalar, bunun bedelini değişen teknolojik gelişmelere zamanında ayak uyduramayarak ödemiştir. Bugün aynı hatanın tekrarlanmaması için sendikaların sosyal medya platformlarını etkin olarak kullanabilmesi oldukça önemlidir. Üç milyarı aşkın insanın kullandığı sosyal medyaya uzak kalmak, sendikaların zamanla topluma yabancılaşmasına ve toplumsal meşruiyetlerinin zedelenmesine neden olabilecek ciddi riskler içermektedir.

Sosyal medyanın etkin kullanımının sendikalar için kısa vadede hemen sonuç vermesi beklenen bir durum olmasa da orta ve uzun vadede sendikalar açısından olumlu sonuçlar doğurması kaçınılmazdır. Sosyal medya platformlarının doğru ve etkin kullanımı özellikle sendikaların toplumsal meşruiyetlerini yeniden üretebilmesi noktasında fayda sağlayacaktır. Bu nedenle öncelikle sendikalar, hangi sosyal medya aracının hangi sendikal faaliyette kullanılabileceğini değerlendirmelidir. Dolayısıyla, sosyal medya

profesyonel bir yaklaşımla ele alınmalı ve mümkünse sendikanın sosyal medya yönetimi alanında uzman kişilerce yapılmalıdır. Ayrıca sosyal medya platformları sendikalar tarafından kurumsal olarak değerlendirilmeli ve basit "paylaşım" algısının dışına çıkılmak durumundadır. Bunun için öncelikle sendika liderlerine ve yöneticilerine sosyal medya eğitiminin verilmesi önem taşımaktadır. Bu eğitim genel anlamda sendika yöneticilerine sosyal medyanın önemini vurgulayan, yöneticilerin sosyal medya algısını değiştiren düzeyde olmalıdır. Böylece sendikalar bir bütün olarak sosyal medya platformlarında kurumsal bir duruş sergileyebilir.

Her şeyden önce sınıf örgütleri olarak sendikalar, sermayenin son derece aktif olarak kullandığı sosyal medya platformlarını kendi çıkarları doğrultusunda kullanmayı öğrenmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda çalışma hayatındaki emek-sermaye çatışmasının aynı zamanda çevrimiçi dünyada da varlığını devam ettirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Kapitalizm her geçen gün yeni bir biçime evrilirken, sendikaların yerinde sayması sendikal mücadele açısından hayati bir risk taşımaktadır.

Bu noktada özellikle vurgulanması gereken şey; sosyal medya ve diğer yeni teknolojilerin sendikalar açısından "sihirli bir değnek" olmadığıdır. Yeni teknolojik ilerlemelerin tamamı kapitalist ilişkilerin bir ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle, yeni teknolojilerin kapitalizmin iç dinamikleri doğrultusunda ortaya çıkan ve kapitalist ilişkileri yansıtan teknolojilerdir. Bu nedenle sosyal medya platformları her ne kadar katılımcı kültür, demokratik alan gibi kavramlarla birlikte kullanılsa da bu platformların temelde kar amacı güden olan birer şirket olduğunu hatırlamak gerekmektedir. Dolayısıyla yeni teknolojilerin sendikaların geleneksel mücadele yöntemlerini destekleyen bir araç olarak ve sadece sınıf çıkarları doğrultusunda kullanıldığında bir anlam ifade edeceği unutulmamalıdır. Aksi halde sendikaların sınıf çizgisinden saparak, yeni teknolojiler ekseninde kapitalist ilişkiler içinde savunulmaları kaçınılmazdır.

## KAYNAKÇA

- Almagor, Raphael Cohen (2011), "Internet History", *International Journal of Technoethics*, Sayı: 2(2), ss. 45-64.
- Althusser, Louis (2000), **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev. Yusuf Alp Mahmut Özışık, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Babacan, E. Mehmet (2015), "Yeni Medya Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Yeni İnsanın Karakter Analizi", *Folklor/Edebiyat Dergisi*, Cilt: 21, Sayı:83.
- Başlar, Gülşah (2013), "Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm", *Akademik Bilişim Konferansı*, Antalya-Türkiye.
- Bennett, Lance (2004), *Communicating Global Activism*, In W.Van de Donk (ed.), **Cyberprotest, New Media, Citizens and Social movements**, Londra: Routledge.
- Binark, Mutlu (2007), **Yeni Medya Çalışmaları**, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bozkurt, Ömer & Ergun, Turgay & Sezen, Seriyi (2008), **Kamu Yönetimi Sözlüğü**, Ankara: Todaie.
- Çam, Şerife (2006), *Medya Çalışmalarında İdeoloji Yaklaşımlarına İlişkin Epistemolojik Ve Yöntemsel Sorunlar (Yayınlanmamış Doktora Tezi)*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Castells, Manuel (1997), **The power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture**, 2. Cilt, Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (2008), **Ağ Toplumunu Yükselişi**, 2. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Choudhury, Nupur (2014), "World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0", *International Journal of Web & Semantic Technology*, Sayı: 5 (6), ss. 8096-8100.
- Collier, Ruth B. & Mahoney, James (1997), "Adding collective actors to collective outcomes: Labor and recent democratization in South America and Southern Europe", *Comparative Politics*, Vol. 29 (2), pp. 285-303.
- Coward, Rosalind, & Ellis, John. (1985), **Dil ve Maddecilik-Semiyolojideki Gelişmeler ve Özne Teorisi**, Çev. Eser Tarım. İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÇSGB (2015), *Yıllar İtibarıyla İmzalananan Toplu İş Sözleşmeleri*, <http://www.csgeb.gov.tr/media/3248/t%C4%B0s.pdf>, 15.12.2017.
- ÇSGB (2018), *İşçi ve Sendika Üye Sayıları 2018 Ocak İstatistiği*, <https://www.csgeb.gov.tr/media/8122/resm%C4%B0-gazete-20180131-4.pdf>, 16.07.2018.
- Darlington, Ralph (2002), "Left Wing Activism and Union Organization", *Capital and Class*, Sayı: 76, ss. 95-126.
- Dijk, Van Jose (2009), "Users Like You? Theorizing Agency in User-Generated Content", *Media, Culture & Society*, Sayı: 31(1), ss. 41-58.
- Dursun, Çiler (2001), **Tv Haberlerinde İdeoloji**, Ankara: İmge Yayınları.
- Eijkman, Henk (2008) "Web 2.0 as a Non-foundational Network-centric Learning Space", *Campus Wide Information Systems*, Sayı: 25(2), ss. 93-104.
- Erdoğan, İrfan & Alemdar, Korkmaz (2002), **Öteki Kuram**, Ankara: Erk Yayınları.
- Fiske, John (2003), **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev. Süleyman İrvan Ankara: Bilim ve Sanat.
- Fuchs, Christian (2016), **Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş**, Çev. Diyar Saraçoğlu & İlker Kalaycı, İstanbul: Notabene Yayınları.
- Gencer, Yeliz (2015), "Sosyal Medya Ağlarında Örgütlenme: Dijital Aktivistimin Toplumsal Dönüşüme

- Yansımaları", E-journal of Intermedia, Sayı: 2(2), ss. 505-522.
- Gencer, Yeliz (2015), "Sosyal Medya Ağlarında Örgütlenme: Dijital Aktivizmin Toplumsal Dönüşüme Yansımaları", E-journal of Intermedia, Sayı: 2(2), ss. 505-522.
- Gerbaudo, Paolo (2012), **Tweets and the Streets Social Media and Contemporary Activism**, London: Pluto Press.
- Global Social Media Research (2018), <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>, 17.01.2018.
- Grabelsky, Jeffrey & Hurd, Richard (1994), **Reinventing an Organizing Union: Strategies for Change**, Industrial Relations Research Association Series Proceedings of the Forty-Sixth Annual Meeting, Boston: Industrial Relations Research Association.
- Gürçınar, Pınar (2015), "Althusser ve Marks'ın İdeoloji Kavramlarının Karşılaştırılması", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı:41, Cilt:8, ss. 449-457.
- Haenlein, Michael & Kaplan, Anderas M. (2010), "Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media", Business Horizons, Sayı: 53, ss. 59-68.
- Hall, Stuart (2005), **Kültür, Medya ve İdeolojik Etki, Medya, İktidar, İdeoloji**, Çev. Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınevi.
- Hwang, Junseok & Altmann, Jörn & Kim, Kibae (2009), "The Structural Evolution of The Web2.0 Service Network, Online Information Review, Sayı: 33(6), ss. 1040-1057.
- Jevkins, Henry & Ford, Sam & Green, Joshua (2013), **Spreadable Media: Creating Value and Meaning In a Networked Culture**, New York: New York University Press.
- Jevkins, Henry (2009), If It Doesn't Spread, It's Dead (Part Eight): The Value of Spreadable Media, [http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if\\_it\\_doesnt\\_spread\\_its\\_dead\\_p\\_7.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p_7.html), 30.01.2018.
- Göker, Gamze (2016), **Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Kongre Kitabı**, İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Kazancı, Metin (2002), "Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanımlı Ağırılığı", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Sayı: 57-1, ss. 55-87.
- Lee, Eric (2008), How the Internet makes union organizing harder, [http://www.ericlee.info/2008/02/how\\_the\\_internet\\_makes\\_union\\_o.html](http://www.ericlee.info/2008/02/how_the_internet_makes_union_o.html), 25.12.2016.
- Lordoğlu, Kuvvet (2004), "Türkiye'de Mevcut Bazı Sendikaların Liderlik ve Yönetim Anlayışları ve Bazı Sendikal Sorunlardan Örnekler", Çalışma ve Toplum, Sayı: 1, ss. 81-96.
- Lucio, Miguel Martínez (2003), "New Communication Systems And Trade Union Politics: A Case Study of Spanish Trade Unions and The Role of The Internet", Industrial Relations Journal, Sayı: 34(4), ss. 334-346.
- Magone, José M. (2001), **Iberian trade unionism: Democratization under the impact of the European Union**, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Marshall, T. E. (1991), **Citizenship and Social Class**, London: Pluto Press.
- Marx, F. Karl & Engels, Friedrich (1992), **Alman İdeolojisi**, Çev. Sevim Belli, Ankara: Sol Yayınları.
- McQuail, Denis (2009), **Mcquail's Mass Communication Theory**. London: SAGE Publications.
- OECD (2017), Trade Union Density, [https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=UN\\_DEN](https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=UN_DEN), 20.11.2017.
- O'Reilly, Tim (2005), What Is Web 2.0, <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>, 25.11.2017.
- Özdemir, Y. Gamze (2014), **Emek ve Teknoloji: Türkiye'de Sendikalar ve Yeni İletişim Teknolojileri**, Ankara: Tan Kitabevi Yayınları.
- Özügürlü, Metin (2008), "Yeni Proleterleşme Dalgasını Önce Formu: Toplumsal Hareket Sendikacılığı", **Sendikal Kriz Yaklaşımları**, (Ed. Fikret Sazak), Ankara: Epos Yayınları.
- Rueschemeyer, Dietrich & Stephens John D & Stephens, Evelyne H (1992), **Capitalist Development and Democracy**, Cambridge: Polity.
- Sazak, Fikret (2007), **Türkiye'de Sendikal Kriz ve Sendikal Arayışlar**, Ankara: Epos Yayınları.
- Shostak Arthur B. (2015), **The Cyberunion Handbook: Transforming Labor Through Computer Technology**, New York: Routledge.
- Tapscott, Don & Williams, Anthony D (2007), **Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything**, New York: Penguin.
- Tokol, Aysen (2017), **Endüstri İlişkilerinde Yeni Gelişmeler**, Bursa: Dora Yayınevi.
- Uçkan, Banu & Kağnıcıoğlu, Deniz (2004), **Endüstri İlişkileri**, Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Valenzuela, J. Samuel (1989), "Labor Movements in Transitions to Democracy: A Framework for Analysis", Comparative Politics, Sayı: 21 (4), ss. 445-472.
- Vegh, Sandor (2003), Classifying Forms of Online Activism, In M. McCaughey & M. D. Ayers, **Cyberactivism**, Londra: Routledge.
- Yeates, Nicola (2002), "Globalization and Social Policy From Global Neoliberal Hegemony to Global Political Pluralism", Global Social Policy, Vol. 2(1), pp. 69-91.