

Sosyal medya, işyerlerinde yasaklanmalı mı?



Çalışanların iş saatlerinde sosyal ağlara bağlanmasının yasaklanmasını eleştiren uzmanlar, kurumsal kimliklerle bu ortamlarda yer almanın zarardan çok yarar getirebileceğini bildirildi.



Aslıhan Bozkurt

aslihanbozkurt@tbd.org.tr

New York, Paris, Londra, San Fransisco, Roma, Hong Kong, Toronto ve Sao Paulo ile eş zamanlı olarak İstanbul'da McCann Erickson sponsorluğunda Sosyal Medya Haftası (Social Media Week) düzenlendi. 7-11 Şubat arasında gerçekleştirilen Hafta'nın Türkiye ayağına Galatasaray Üniversitesi ve Bilgi Üniversitesi ev sahipliği yaptı. 5 gün boyunca dünyanın 9 ayrı şehrinde gerçekleşen etkinlik ve konferanslarda sosyal medyanın, toplum ve iş hayatındaki etkileri, mobil sosyal ağlarda kullanıcı deneyimi, sosyal medya, moda, popülist kültür gibi konular tartışıldı. Galatasaray ve Bilgi üniversiteleri, Nublu ve Blogger's Base'in ev sahipliğini yaptığı etkinliklerde, yöneticiler, profesörler, Facebook uluslararası temsilcileri, Ekşi Sözlük yazarlarının yanı sıra, Cem Mumcu, Hayko Cepkin, Erdil Yaşaroğlu, Kürşat Başar, Oğuz Savaşan, Serdar Kuzuloğlu, Burcu Esmersoy, Bağış Erten, Bülent Timurlenk, Caner Eler, Fırat İşbecer gibi ünlüler de görüşlerini açıkladılar.

"Türk Usulü Sosyal Medya" etkinliğin en ilgi çeken oturumlarından biri oldu. SocialTrackers'tan



Mert Alemdar, Rabarba'nın kurucusu Oğuz Savaşan, Rabarba Mobil'den Fırat Ertem ve Erdil Yaşaroğlu sosyal medyanın kullanımına ilişkin bilgiler verdiler. Şirketlere sosyal medyayı yasaklamak yerine çalışanlarını seeder olarak kullanmaları gerektiğini anlatan Alemdar, "Eğer çalışanınızı denetleyecekseniz, cep telefonundan Facebook'a girilen bir zamanda bunu yasak koyarak yapamazsınız. Onun yerine onu arkadaş olarak ekleyin. Bakın o zaman iş sırasında ne kadar paylaşım yapabiliyor?" diye konuştu.

Bigumigu'nun kurucuları Aygül ve Yalçın Pembecioğlu'nun "Sosyal Medya Trendleri" etkinliği ile devam etti. IRC'den Sosyomat'a, ICQ'dan Yonja'ya kadar Türk İnternet dünyasında "unutulan değerleri" anımsatan Bigumigu ekibi, dijital trendlerin "sosyal" ortamlarda sadece iş odaklı gelişmediğini gösterdi.

Facebook profili incelenerek eleman alınsın

Sonraki etkinlikte Cem Mumcu ve Bigumigu çifti, sosyal medyanın popüler kültüre olan etkisinden, sağlanan iletişim özgürlüğüyle bireyin kendi başına bir medya kanalı işlevi gördüğünden söz ettiler. İnsanların beğenilme isteğinin ilk çağlardan beri var olduğunu belirterek, "Sosyal medya sadece bunun ayyuka çıkmasına yol açmıştır, o kadar" diyen Mumcu, şunları söyledi:

"Bir insanın Facebook profilini inceleyerek çok rahatlıkla onun nasıl bir insan olduğunu anlayabilirsiniz. Bir insanı tanımak için Facebook profilleri sonsuz miktarda kaynak sunar. Paylaştığı fotoğraflar, ilgi alanları, paylaştığı yazılar, vs. Belki insan olduğu gibi görünmez, bazı yönlerini ön plana çıkartır ama bu da aslında çok önemli bir ipucudur: Hangi yönünü ön plana çıkartmaya çalışıyor? Neyi öne sürüyor? Bunlara bakarak insanları kolaylıkla çözebiliriz.

İnsan kaynakları şirketleri saçma sapan testlerle vakit kaybedeceklerine bu profillere bakarak eleman alımı yapsalar çok daha başarılı sonuçlara varırlar."

Haftada gerçekleştirilen etkinliklere Serdar Kuzuloğlu ve Yüce Zerey de konuk oldu. Zerey "like" butonunu sosyal medyanın para birimine benzetti. Birçok kullanıcının sosyal medyada başka insanlar gibi davrandığına değinen Kuzuloğlu, bir yandan da politikacı ve gazeteci gibi algılarımızda basmakalıp imajlara sıkışıp kalan ünlülerin nasıl kendileri gibi davranmaya başladıklarına işaret etti.

