

Kamu Görevlileri Toplu Pazarlık Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı

Public Trade Union's Use Of Social Media In The Collective Agreement

Bayram BALCI

Dr. Öğretim Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, bayram.balci@klu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:
Geliş 2 Aralık 2023
Kabul 19 Aralık 2023

Anahtar Kelimeler:

Toplu Sözleşme, MEMUR-SEN,
Sosyal Medya, Twitter

© 2023 PESA Tüm hakları saklıdır

ÖZET

Bu çalışmanın amacı 6. Dönem Toplu Sözleşme sürecinde, sosyal medya aracı olan twitter paylaşımlarının etki düzeyinin incelenmesidir. Nitel çalışma yöntemi olan içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Veriler bilgisayar destekli MAXQDA programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada, kamuoyu oluşturma amacıyla toplu sözleşme sürecinde mali haklar, sosyal haklar ve özlük haklarına ilişkin yoğun paylaşım yapıldığı bulgulanmıştır. Ayrıca, frekans sayıları esas alındığında zam, enflasyon, seyyanen zam, sözleşmeli kadro ve kadrolu istihdam kavramları ön plana çıkartılmıştır. Sonuç olarak sosyal medya aracı olan Twitter platformunun bir etkileşim aracı olarak toplu sözleşme görüşmelerinden önce yoğun bir şekilde kullanıldığı ancak toplu sözleşme görüşmeleri ile beraber yoğunluğun kaybedildiği anlaşılmaktadır. Bu durum bir eksiklik olarak bulgulanmaktadır.

ARTICLE INFO

Article History:
Received 2 December 2022
Accepted 19 December 2023

Keywords:

Collective Agreement, MEMUR-SEN,
Social Media, Twitter

© 2023 PESA All rights reserved

ABSTRACT

The purpose of this paper is to examine the impact level of Twitter posts, a social media tool, in the 6th Term Collective Agreement process. Content analysis method, which is a qualitative study method, was applied. The data were analyzed with the computer-aided MAXQDA program. In the research, it was found that intense sharing was made regarding financial rights, social rights and personnel rights during the collective agreement process in order to create public opinion. Additionally, based on the frequency numbers, the concepts of raise, inflation, progressive raise, contracted staff and permanent employment are brought to the fore. As a result, it is understood that the Twitter platform, which is a social media tool, was used intensively as an interaction tool before the collective agreement negotiations, but the intensity was lost after the collective agreement negotiations. This situation is found to be a deficiency.

GİRİŞ

Toplu sözleşme, kamu görevlilerinin çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve çalışan refahının artırılmasında önemli bir araçtır. Kamu görevlileri adına hareket eden sendikalar mevcut durumdaki çalışanları ilgilendiren problemlerin çözüme kavuşturulması için çalışmalar yapmakta ve bu çalışmaları kamu işveren tarafına kabul ettirmek için mücadele etmektedir. Yapılan görüşmeler neticesinde imzalanan toplu sözleşme, sonraki yılları kapsayacak şekilde hukuki bir nitelik kazanmaktadır.

2010 yılından itibaren imzalandığı tarihten sonraki iki yıl geçerli olacak şekilde toplu sözleşmeler imzalanmaktadır. Bu çalışmada 2021 yılı Ağustos ayında 2022 ve 2023 yıllarını kapsayacak şekilde düzenlenen toplu sözleşme süreci esas alınmıştır. Toplu sözleşme sürecinde kamu görevlilerini temsilen en fazla üyeye sahip olan MEMUR-SEN yetkili konfederasyon olarak yer almıştır. Araştırma kapsamında MEMUR-SEN'in toplu pazarlık öncesi, toplu görüşme süreci ve toplu sözleşmesi imzalandıktan sonraki twitter paylaşımları analiz edilmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı, toplu sözleşme sürecinde MEMUR-SEN konfederasyonun hak taleplerini kamuoyuna ve takipçilerine aktarma sürecinde sosyal medya aracı olan Twitter platformunun ne düzeyde etkili kullanıldığının bulgulanmasıdır.

1. Toplu Sözleşme ve Kamu Görevlileri Toplu Sözleşme Süreci

25 Haziran 2001 yılında yürürlüğe giren 4688 sayılı Kamu Görevlileri Sendikaları Kanunu ile kamu görevlilerinin sendikalaşması yasal zemine kavuşturulmuştur (Zengin, 2012: 144). 12 Eylül 2010 yılında Anayasa değişikliğini içeren referandum ile memurlara grev hakkı içermeyen toplu sözleşme hakkı tanınmıştır. Ancak memurların toplu sözleşme yetkisini kullanabilmesi 4 Nisan 2012 tarihinde yapılan değişiklikle birlikte hüküm ve sonuçlarını doğurmuştur (Tiyek, 2020, 131).

4688 sayılı kanuna göre toplu sözleşme memurların mali ve sosyal haklarını düzenleyen hükümlerdir. Toplu sözleşme kapsamına ise 'kamu görevlilerine uygulanacak katsayı ve göstergeler, aylık ve ücretler, her türlü zam ve tazminatlar, ek ödeme, toplu sözleşme ikramiyesi, fazla çalışma ücreti, harcırah, ikramiye, doğum, ölüm ve aile yardımı ödenekleri, cenaze giderleri, yiyecek ve giyecek yardımları ve diğer mali ve sosyal haklar' girmektedir (Md. 28).

Toplu sözleşme son rakamı tek olan yıllarda yapılmakta ve iki mali yıl için geçerli olmaktadır (Zengin, 2012: 145). Toplu sözleşme görüşmeleri Ağustos ayının ilk iş günü başlanır ve toplu sözleşme süreci en geç Ağustos ayının son iş günü tamamlanır (Md. 31). Görüşme sonunda toplu sözleşme imzalanmaktadır.

Toplu sözleşme görüşmelerine kamu idaresi adına Kamu İşveren Heyeti, kamu görevlileri adına Kamu Görevlileri Sendikaları Heyeti katılır. Kamu Görevlileri Sendikaları Heyeti, bağlı sendikaların toplam üye sayısı itibarıyla en fazla üyesi bulunan konfederasyonun Heyet Başkanı olarak belirleyeceği bir temsilci ile her bir hizmet kolunda en fazla üyeye sahip kamu görevlileri sendikaları tarafından belirlenecek birer temsilci, bağlı sendikaların üye sayıları esas alınmak kaydıyla toplam üye sayıları itibarıyla birinci, ikinci ve üçüncü sırada bulunan konfederasyonlar tarafından belirlenecek birer temsilci olmak üzere onbeş üyeden oluşur (Md. 29).

Türkiye'de kamu görevlileri sendika üye sayıları yılda bir defa Temmuz ayında Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından açıklanmaktadır. 2021 yılı Temmuz ayı verilerine göre sendika üyesi olabilecek toplam memur sayısı 2.658.555 olup bunlardan 1.718.984'ü (% 64,66) değişik sendikalara üyedir. Sendika üye sayıları itibarıyla en fazla üyeli konfederasyonlar sırasıyla MEMUR-SEN (1.004.152 kişi), TÜRKİYE KAMU-SEN (430.183 kişi), KESK (132.225 kişi) ve BİRLEŞİK KAMU-İŞ (68.600 kişi)'tir.

2. Sendika ve Sosyal Medya İlişkisi

Sosyal medya, yeni teknoloji araçlarından biri olarak kabul edilmekte ve bir etki alanı oluşturmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde sendikalar tarafından sosyal medya platformları etkin olarak kullanılırken, gelişmekte olan ülkelerde bu etkinin daha yavaş ilerlediği belirtilmektedir (Sevgi ve Tokol, 2020: 5).

Gazete, radyo, dergi, poster ve televizyon geleneksel medya araçları olarak kabul edilirken, sosyal medya platformları yeni medya araçları olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya platformları aynı zamanda web 2.0 olarak ifade edilmekte ve internet aracılığıyla üretilen içeriklerin aktif kullanıcılara ulaştırıldığı mecralar olarak gösterilmektedir (Dijck, 2016: 11).

Kitle iletişimin gerçekleştirilmesinde televizyon, gazete vb. gibi birçok geleneksel araçlar tercih edilirken günümüzde Facebook, Twitter, Instagram vb. gibi sosyal medya ortamları da aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerle birlikte bireysel olarak etkileşimi de içinde barındıran kitle iletişim araçları gelişmeye başlamıştır. Hızlı bir şekilde yaygınlaşan bu tür dijital ortamlar sunan kitle iletişim araçları, kullanıcı tabanlı, kitleleri bir araya getiren ve etkileşime açık olma gibi özelliklere sahiptir (Ergen, 2018, s. 503).

Geleneksel medya araçları tek yönlü iletişim imkânı sağlarken, sosyal medya araçları çift taraflı bir iletişim ve etkileşim fırsatı sunmaktadır. Sosyal medya araçları geleneksel medyaya kıyasla daha kolay, daha hızlı, daha az maliyetli ve daha kuvvetli etkileşim fırsatı sunması nedeniyle sendikalar tarafından bir propaganda aracı olarak kullanılmaktadır (Sevgi ve Tokol, 2020: 10).

Sendikaların yeni medya araçlarını etkili kullanma gayretinin başlıca sebepleri bulunmaktadır. Bu platformların daha az maliyetli olması, daha hızlı etkileşim oluşturmaları ve anlık milyonlarca kullanıcıya ulaşabilmeleri bir fırsat oluşturmaktadır (Gerbaudo, 2012: 6). Ayrıca, bu platformlar aracılığıyla sendikaların kamuoyu oluşturmaları, örgütlenmeleri, toplu pazarlık sürecini yönetmeleri, çalışanların haklarını savunmaları, iletişim ve propaganda amaçlı büyük kitlelere ulaşmalarını sağlamaktadır (Yılmaz Sert, 2015: 15; Yücesen ve Özdemir, 2009).

Sendikalar, toplumdaki diğer kurum ve kuruluşlar gibi sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar. Sosyal medyayı, sendika içi demokrasiyi aktif hale getirme, üye katılımını teşvik etme, sesini güçlendirerek sendikayı canlandırma, kampanya yürütme, diğer örgütlerle bağlantı kurma ve bilgileri yaymak için çevrimiçi bir duyuru panosu olarak kullanmaktadırlar (Hodder ve Houghton, 2015, s. 186; Thornthwaite vd., 2018, s. 404; Seçer ve Denizli, 2022, s. 757).

Toplu pazarlık süreci önemli sendikal faaliyetlerden biri olarak kabul edilmektedir. Sendikalar sosyal medya aracılığıyla toplu pazarlık süreci hakkında anlık bilgilendirme yapmakta, hangi hakların öncelikli duruma getirildiğini paylaşmakta ve öncelikli konular hakkında bilgi paylaşımı yapmaktadır. Böylelikle sürecin daha şeffaf ve katılımcı olmasını sağlamaktadır (Sevgi, 2021: 23).

Toplu pazarlık sürecinde sendikalar ile üyeler arasında 'mesajlar aracılığıyla toplumsal etkileşim' olarak ifade edilebilen iletişim kanallarının kullanılması önemli hale gelmektedir. Bireyler arasında doğru bilginin aktarılmasında önemli olan iletişim, aynı anda daha fazla kişiye ulaşabilmek için kitle iletişim araçları kullanılarak da gerçekleştirilmektedir (Gerbner, 2005, s. 79-81). Haber ve bilgi sağlama, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitim, kültürün gelişmesine katkı, eğlendirme ve bütünleştirme kitle iletişimin temel işlevlerini oluşturmaktadır (Atabek ve Dağtaş, 1998, s. 307-308).

Sevgi ve Tokol (2020) tarafından yapılan çalışmada, günümüzde çalışanların sendikalar ile ilgili faaliyet ve bilgilendirmeleri sosyal medya aracılığıyla takip etmeyi tercih ettikleri bulunmuştur. Ayrıca sendikaların bu platformları daha etkili kullanmaları gerektiği

belirtilmiştir. Bu kapsamda, sosyal medya araçlarının sendikal faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde önem arz ettiği anlaşılmaktadır.

3. Yöntem

Bu başlık altında, araştırmanın amacı ve önemi, modeli, örnekleme ve veri analiz süreçlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacını, 2021 yılı Ağustos ayında gerçekleştirilen toplu sözleşme süreci ile ilgili olarak kamu görevlileri adına yetkili konfederasyon olan MEMUR-SEN'in (@MemurSenKonf) twitter paylaşımlarının analiz edilmesi oluşturmaktadır. En fazla üyeye sahip konfederasyon olan MEMUR-SEN aynı zamanda kurulu bulunan 11 hizmet kolunun tamamında üyeler açısından çoğunluğu elde etmiştir.

Sendikaların sosyal medya araçlarını çalışanların haklarını savunma, üyeleri süreç hakkında bilgilendirme ve propaganda aracılığıyla gündem oluşturmayı amaçlamaktadırlar. Bu çalışmada toplu pazarlık sürecinde sosyal medya platformu olan Twitter'ın bu kapsamda hangi düzeyde kullanıldığının bulgulanması amaçlanmıştır.

Araştırmada toplu sözleşme süreci öncesi, toplu görüşme aşaması ve toplu sözleşme sonrasında yetkili sendikanın sosyal medya paylaşımlarının önemi üzerinde durulmuştur. Etkileşime de imkân tanınmasından dolayı geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olan sosyal medya platformlarının sendikalar tarafından hem üyelerinin desteğini alma hem de toplu pazarlık sürecindeki diğer aktörlerin kararlarını etkilemede hayati derecede öneme sahip mesajların incelenmesi çalışanların haklarının iyileştirilmesinde önemli rol oynayacaktır.

3.2. Araştırmanın Modeli

Bu çalışma tarama olarak ifade edilen bir araştırma modelidir. 2021 yılı Ağustos ayında imzalanan toplu sözleşme öncesi ve sonrasında sosyal medya platformu olan twitter'da paylaşılan veriler dikkate alınmıştır. Kamu çalışanları adına toplu sözleşme yapma yetkisine sahip olan MEMUR-SEN Konfederasyonu'nun verileri kullanılarak betimsel içerik analiz yöntemi uygulanmıştır.

3.3. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmada, MEMUR-SEN tarafından Twitter aracılığıyla 1 Temmuz 2021 ile 1 Eylül 2021 tarihleri arasında paylaşılan tweetler veri olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, araştırmanın örneklemini toplu sözleşmeye ilişkin 115 tweet oluşturmaktadır.

3.4. Veri Analiz Süreci

Veriler, bilgisayar destekli nitel veri analiz programı olan MAXQDA 20 (Kurnaz, 2016, s. 13) ile analiz edilmiştir. Toplu sözleşme süreci başlamadan önce (1 Temmuz-2 Ağustos 2021 tarihleri) paylaşılan tweetler kodlama yapılarak ayrı değerlendirilmiş ve bu süreçte kamuoyu oluşturulmak amacıyla dile getirilen haklar kategorileştirilmiştir. Toplu görüşme süreci (2 Ağustos-24 Ağustos 2021 tarihleri) ve toplu sözleşme imzalandıktan sonraki paylaşımlar (24 Ağustos-1 Eylül 2021 tarihleri) ayrıca analiz edilmiştir. Analiz aşamasında Kod Matris Tarayıcısı, Kok-Alt Kod- Bölümler Modeli, İki Vaka Modeli ve Kelime Bulutu kullanılmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Toplu sözleşme süreci öncesi, toplu görüşme dönemi ve toplu sözleşme imzalandıktan sonraki süreçle ilişkin içeriklerin analizleri aşağıda detaylı bir şekilde yer almaktadır.

4.1. Toplu Sözleşme Sürecine İlişkin Kelime Bulutu

Toplu sözleşme sürecinin tüm aşamalarını (öncesi, görüşme ve toplu sözleşmenin imzalanması) kapsayan kelime bulutuna ilişkin bulgular aşağıdaki şekillerde gösterilmektedir.

MEMUR-SEN tarafından haklara ilişkin yapılan bazı paylaşımlar şu şekildedir:

"Alım Gücümüz Düşüyor" (Memur-Sen, 2 Temmuz: 3)

"2021 yılı Haziran ayı enflasyon rakamlarının açıklandığı ve kamu görevlileri ile emeklilerine enflasyon farkının belirlendiği günde, enflasyon kaynaklı kayıplarının telafi edilmesi ve seyyanen zam talebimizi yinelemek için 81 ilde meydanlardayız." (Memur-Sen, 3 Temmuz: 2)

"Evet, Türkiye'nin ekonomisi büyüyor... İhracatta tüm zamanların rekoru kırılıyor. Fakat birçok kesimin haklı olarak tepki gösterdiği şekilde Türkiye'nin büyümesinden sadece •yüksek gelirli kesim, •büyük sermaye ve •finans sektörü pay alıyor." (Memur-Sen, 5 Temmuz: 6)

"Ücretlere yapılacak artışın dışında, Türkiye'nin büyümesinde ve gelişmesinde en çok katkıya sahip olan kamu görevlilerine refahtan pay istiyoruz." (Memur-Sen, 5 Temmuz: 8)

"Kamuda asli istihdamın kadrolu olmasını ve sözleşmeli personelin kadroya geçirilmesini istiyoruz. Yardımcı Hizmetler Sınıfının kaldırılarak, Personelin Genel İdari Hizmetler Sınıfına geçirilmesini istiyoruz." (Memur-Sen, 5 Temmuz: 10)

"Siyasi iradenin vaadi olan 3600 ek göstergenin sınıf ve unvan ayrımı yapılmaksızın yerine getirilmesini istiyoruz. Aile yardımının artırılmasını ve emeklilere de ödenmesini istiyoruz." (Memur-Sen, 5 Temmuz: 11)

"Merkez Bankasının enflasyon verileri tutmuyor. Hedeflenen ile gerçekleşen durumun göz önünde bulundurularak masaya gelinmesini istiyoruz." (Memur-Sen, 5 Temmuz: 13)

"Büyüyen Türkiye'den bahsediyoruz, ülkemiz büyüyor diyoruz ama biz bu büyümeyi mutfağımızda bordrolarımızda görmüyoruz." (Memur-Sen, 5 Temmuz: 14)

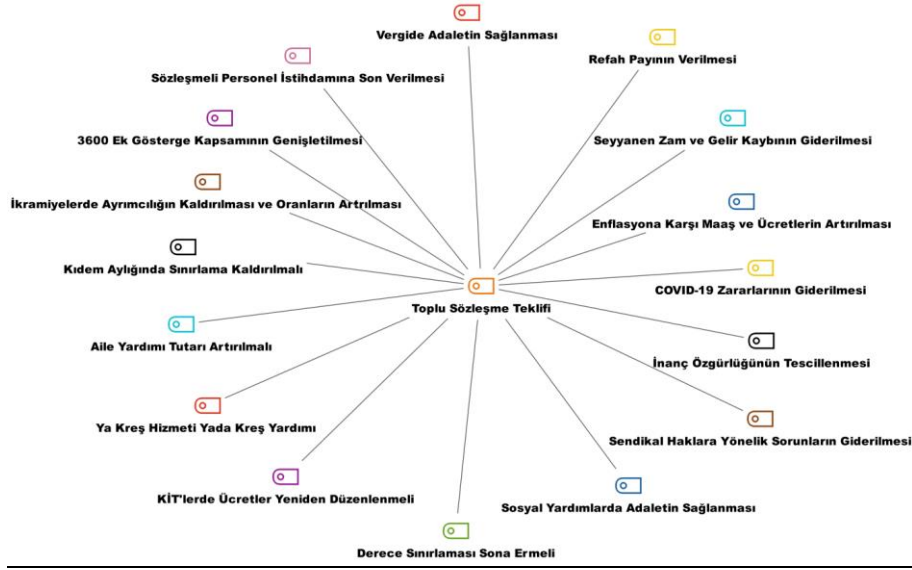
"Veriler memurun enflasyona yenik düştüğünü gösteriyor." (Memur-Sen, 5 Temmuz: 16)

"Gelir dağılımda makas açılıyor, tabanla tavan arasındaki uçurum büyüyor." (Memur-Sen, 12 Temmuz: 1)

4.3. Toplu Sözleşme Teklifi

26 Temmuz 2021 tarihinde Memur-Sen tarafından resmi Twitter hesabından toplu sözleşme teklifine ilişkin talepler paylaşılmıştır. Kod-Alt Kod- Bölümler Modeli ile oluşturulan Şekil-3'te paylaşılan talepler görselleştirilmiştir. Bu kapsamda, toplu sözleşme süreci başlamadan önce sosyal medya aracılığıyla paylaşılan talepler; *Çalışanlara refah payının verilmesi, *seyyanen zam ve gelir kaybının giderilmesi, *ücretlerin artırılması, *pandemiden kaynaklanan zararların telafi edilmesi, *inanç özgürlüğünün tescillenmesi, *sendikal haklara yönelik sorunların giderilmesi, *sosyal yardımlarda adaletin sağlanması, *derece sınırlamasının son erdirilmesi, *Kitlerde ücretlerin artırılması, *kreş hizmeti ya da yardımının yapılması, *aile yardımının artırılması, *kıdem aylığında sınırlamanın kaldırılması, *ikramiyelerde ayrımcılığın kaldırılması, *3600 ek kapsamının genişletilmesi, *sözleşmeli personel istihdamına son verilmesi ve *vergilere adaletin sağlanması şeklindedir.

Şekil 3: Toplu sözleşme teklifine ilişkin bulgular



Şekil-3'te mali, özlük, anayasal, demokratik ve sosyal haklara ilişkin paylaşımlar gösterilmektedir. Bu haklara ilişkin yapılan bazı paylaşımlar şu şekildedir:

"Maaş ve ücretlerdeki artış tek seferde olmalı, kamu görevlileri enflasyona karşı korunmalı."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 4)

"Enflasyonu ezen maaş için refah payı verilmeli, kamu görevlilerinin bütçesi büyümeli."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 5)

"5. dönem toplu sözleşmenin ürettiği kayıplar giderilmeli, kamu görevlilerine seyyane zam verilmeli."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 6)

"Gelir vergisi kaynaklı kayba son verilmeli"(Memur-Sen, 26 Temmuz: 8)

"Sözleşmeli istihdama son verilmeli, sözleşmeli personel kadroya geçirilmeli."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 9)

"3600 ek göstergede vaat gerçekleşmeli, yararlanacakların kapsamı genişletilmeli."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 11)

"Sendikallığın farkı olmalı, toplu sözleşme ikramiyesi artırılmalı."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 14)

"Kıdem aylığında sınırlama kaldırılmalı, gösterge rakamı artırılmalı."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 15)

"Aile yardımı tutarı artmalı, çocuk yardımında yaş sınırı kalkmalı". (Memur-Sen, 26 Temmuz: 15)

"Giyecek ve yemek yardımında adalet sağlanmalı, mevcut yardım tutarları artırılmalı."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 21)

"Engelli kamu görevlilerinin beklentileri önemsenmeli, pozitif ayrımcılık kapsamında hakları temin edilmeli."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 24)

"Covid 19'un zararları giderilmeli, ölüm-maluliyete dayalı haklar genişletilmeli."(Memur-Sen, 26 Temmuz: 28)"

4.4. Toplu Sözleşme Süreci ve Sonrasına İlişkin Bulgular

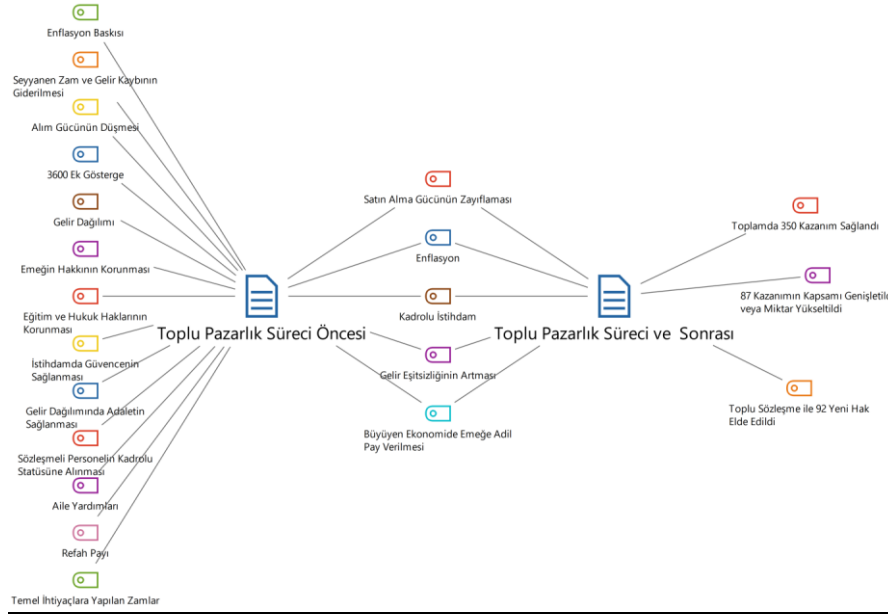
2 Ağustos 2021 tarihinde toplu sözleşme süreci başlamış ve 24 Ağustos 2021 tarihinde ise taraflar arasında toplu sözleşme imzalanmıştır. Toplu sözleşme öncesi talep edilen haklar yukarıda (Şekil-3'te) görselleştirilmiştir. Oldukça geniş bir talep listesi oluşturulmuş ve sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere duyurulmuştur.

Toplu sözleşme görüşmelerinin başlaması ve uzlaşma ile sonuçlanan zaman içerisinde ise sınırlı hak talep paylaşımlarının yapıldığı bulgulanmıştır. Şekil-4'te bu süreçte hak talebine ilişkin paylaşımlar görselleştirilmiştir. Bu kapsamda satın alım gücünün zayıfladığı, enflasyonun yükseldiği, kadrolu istihdam modeline geçilmesi gerektiğine, gelir eşitsizliğinin

arttığına ve büyüyen ekonomide emeğe de adil pay verilmesi gerektiği paylaşılmıştır. Sözleşme öncesi süreçle ile kıyaslama yapıldığında oldukça dar ve sınırlı bir sosyal medya kullanımı ve taleplerin dile getirildiği bulgulanmıştır.

Toplu sözleşmenin taraflarca imzalanması ve sürecin sonra ermesiyle beraber konfederasyon tarafından; toplam 350 kazanımın sağlandığı, 87 kazanımın kapsamının genişletildiği ya da miktarlarının artırıldığı ve toplu sözleşme ile 92 yeni hak elde edildiği paylaşımları yapılmıştır.

Şekil 4: Toplu sözleşme süreci öncesi, toplu pazarlık süreci ve toplu sözleşme sonrasına ilişkin bulgular



İki vaka modeli ile oluşturulan Şekil-4'te toplu sözleşme süreci başlamadan önce talep edilen haklar, toplu görüşme sürecinin başlamasıyla beraber dile getirilen haklar ve toplu iş sözleşmesinin imzalanması ile yapılan bulgular görselleştirilmiştir. Toplu görüşmelerin sona ermesi ve toplu sözleşmesinin imzalanmasına ilişkin ilgili konfederasyon tarafından yapılan bazı paylaşımlar şu şekildedir:

“6. Dönem Toplu Sözleşme'yle bütçeden hakkımızı, refahtan payımızı aldık. Bu toplu sözleşme; emeğe değer veren toplu sözleşme olarak tarihte önemli bir yere sahip olacaktır.” (Memur-Sen, 24Ağustos: 3)

“Mücadelenin, müzakerenin, diplomasinin, stratejinin tamamının olduğu ve mutabakatın sağlanabildiği bir toplu sözleşme süreci yaşadık.” (Memur-Sen, 26Ağustos: 4)

“6. Dönem Toplu Sözleşme'yle 92 yeni kazanım elde ettik. 87 kazanımda ise kapsam genişlemesi veya miktar yükselmesi şeklinde değişiklik yaptık. Toplamda 350 kazanım üreterek kamu görevlilerin beklentilerini gerçeğe, sorunlarını çözümle buluşturduk.” (Memur-Sen, 1Eylül: 1)

Bulgular üzerine genel bir değerlendirme yapıldığında, konfederasyon tarafından sosyal medya kullanımı toplu sözleşme sürecinin evrelerinde farklılık gösterdiği bulgulanmıştır. Toplu sözleşme süreci başlamadan önce sosyal medya platformunun etkin kullanıldığı ve çalışanlara yönelik önemli hak taleplerinin sıklıkla paylaşıldığı görülmüştür. Ancak, toplu sözleşme görüşmelerinin başlamasıyla beraber oldukça geniş bir hak yelpazesini içeren paylaşımlar yerini daha sığ paylaşımlara bırakmıştır. Toplu sözleşmenin imzalanmasıyla

beraber elde edilen haklara yönelik özetleyici paylaşımlar yapılmıştır. Bu durum bir eksiklik olarak bulgulanmakta ve talepkar tutumun toplu sözleşme görüşmelerinde de sürdürülmesi gerekmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada kamu görevlileri adına yetkili konfederasyon olan MEMUR-SEN'in toplu sözleşme sürecindeki twitter paylaşımlarının incelenmesine yer verilmiştir. Toplu sözleşme sürecinde çalışanlar lehine kararların alınabilmesi için üye sayısı, üyeleri harekete geçirebilme yeteneği, üyelerin birbirlerine destek olabilmeleri, sendika içi demokrasinin işleyiş durumu gibi birçok faktör etkili olmakla birlikte kamuoyu oluşturma çabaları da önemlidir. Geleneksel kitle iletişim araçları ile birlikte teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medya araçlarının aktif olarak kullanılması, propaganda yapma ve kamuoyu oluşturmada önemli iletişim unsurlarıdır.

Özellikle sendikalaşma oranlarının giderek azalması ve genç nüfus tarafından sendika üyeliğinin çok tercih edilmediği dikkate alındığında sendikaların sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmaları önem taşımaktadır. Kaynak ve alıcı arasında iletişim arızası yaşanmaması için kaynak tarafından kodlanan mesajların alıcının da sahip olduğu bilgilerle çözümleyebileceği uygun iletişim araçlarının tercih edilmesi gerekir. Bu kapsamda sendikaların sosyal medya paylaşımlarını teknolojinin getirdiği özellikleri de dikkate alarak yapmaları hem üyeleri hem de kamuoyu nezdinde kitle iletişimin başarı derecesini artıracaktır.

Toplu sözleşme sürecinde kamu görevlilerini temsil eden yetkili sendikanın twitter paylaşımlarının incelendiği araştırma kapsamında çalışanlar lehine daha fazla sonuç alınabilmesi için aşağıdaki öneriler değerlendirilebilir:

- Toplu sözleşme süreci ile ilgili paylaşımlarda özellikle vazgeçilemeyecek boyutta yer alan taleplerin toplu görüşme başlamadan önce kamuoyu nezdinde sıklıkla dile getirilmesi gerekmektedir. Toplu pazarlık sürecinde sendikanın pazarlık gücünü artıracak grev düzenlemesi vb. uygulamaların gerçekleştirilebilmesi için paylaşımlar yapılabilir.
- Toplu sözleşme başlamadan önce yapılan geniş hak taleplerine ilişkin paylaşımların, toplu sözleşme görüşmelerinin başlamasıyla beraber aynı ciddiyet ve talepkar tutumla devam edilmelidir.
- Toplu sözleşme sürecinde tarafların taleplerinde değişimler olması, pazarlık kavramının doğasında yer almaktadır. Bununla birlikte sendika önem verdiği taleplerini sabitlenmiş tweet olarak kullanabilir ve sürekli gündemde olması sağlanabilir.
- Twitter, radyo ve televizyon gibi kitleleri harekete geçirebilecek önemli bir kitle iletişim aracıdır. Erişebilirlik açısından geleneksel kitle araçları ile kıyaslandığında önemli avantaja sahip olan Twitter'ın kullanımının profesyonel bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için azami derecede özen gösterilmelidir.
- Yetkili sendikanın Twitter paylaşımları üye sayısı ile orantılı değildir. Her bir üyenin Twitter hesabının olmaması, bazı üyelerin başka sosyal medya araçlarını (Facebook, instagram vb.) tercih etmeleri gibi durumlar söz konusu olsa da özellikle toplu pazarlık sürecinde gerçekleştirilen paylaşımların kamu işveren heyetini etkilemek amacıyla daha fazla etkileşim alması gerekmektedir. Örneğin 5 Temmuz 2021 tarihinde enflasyon rakamları ve memurun alım gücünün düştüğü ile ilgili 81 ilde yapılan basın açıklaması ile ilgili tweet, 218 kez retweet edilmiş, 561 beğeni almış ve 32 kişi tarafından cevaplandırılmıştır. Toplu pazarlık sürecinde kamu işverene baskı oluşturmak amacıyla belirlenmiş olan bir tane sosyal medya aracı (Twitter, Facebook ve Instagram'dan bir tanesi) aktif olarak kullanılabilir.

▪ Sosyal medya kullanımının artırılması için sendikaların üyeleri için hizmet içi eğitimler düzenlemesi gerekebilir. Üye sayısının çok olması önemli bir kriter olmakla birlikte üyelerin toplu pazarlık sürecini destekleyecek durumda olmaları da gerekmektedir. Üyelerin sosyal medya araçlarını aktif kullanabilmesi için gerekirse eğitimler gerçekleştirilmelidir.

▪ Kamuoyu oluşturulmasına katkı sağlayabilmesi için yetkili sendika tarafından yapılan paylaşımların diğer sendikalar tarafından desteklenmesi gerekir. Sendikalar birbirilerinin rakipleridirler aynı zamanda ama toplu pazarlık sürecinde yetkili sendika belli olduktan sonra, rekabetin bir süreliğine ertelenmesi ve sendikal dayanışmanın olması çalışanların lehine sonuçların alınmasını kolaylaştıracaktır. Yetkili sendika tarafından 26 Temmuz 2021 tarihinde açıklanan toplu sözleşme tekliflerinin diğer sendika konfederasyonları tarafından da ortak hazırlanması ve birlikte paylaşılması kamu görevlilerinin lehine sonuçlar doğuracaktır. Oysa en fazla üyeli diğer her iki sendikanın 26-30 Temmuz 2021 tarihlerinde twitter hesapları incelendiğinde sadece kendi toplu sözleşme teklifleri ile ilgili paylaşımda bulundukları görülmektedir.

Ayrıca toplu sözleşme sürecinde sadece diğer kamu görevlileri sendikalarının değil işçi sendikalarının da destek olmaları gerekmektedir. Statüleri farklı olsa da bağımlı statüler altında çalışan her iki kesimin de birbirlerine destek olmaları çalışan refahının korunması ve geliştirilmesi açısından önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Atabek, N. ve Dağtaş E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Djik, J. V. (2016). *Ağ Toplumu*, (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Ergen, Y. (2018). "Twitter Örneğinde Sosyal Medya Gündemi: Bir Gündem Belirleme Aracı Olarak Futbol", *Kurgu*, 26/3, 502-520.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets Social Media and Contemporary Activism*, London, UK: Pluto Press.
- Gerbner, G. (2005). "Kitle İletişim Araçları ve İletişim Kuramı", *Kitle İletişim Kuramları*, (Ed: Erol Mutlu). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Hodder, A., & Houghton, D. (2015). "Union Use of Social Media: A Study of the University and College Union on Twitter", *New Technology, Work and Employment*, 30(3), 173-189.
- Kurnaz, Z. (2016). *Türkiye'de Siyasal Korku ve Akademik Hayatın İnşası*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Seçer, Barış ve Umut Denizli (2022), "Eski Köye Yeni Adet: Youtube Üzerinde İşçi Sendikaları", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 24, Sayı: 2, s. 757-777.
- Sevgi, H. (2021). *Geleneksel Sendikal Faaliyetlerin Yeni Medya Olanakları Çerçevesinde Değerlendirilmesi*. (Editörler: Filiz Tufan Emimi ve Erkan Arslan). İstanbul: Eğitim yayınevi.
- Sevgi, H. ve Tokol, A. (2020), "Sendikaların Sosyal Medya Kullanımına İşçilerin Bakışı: Bursa ve Kırklareli Örneği", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 79, s. 299-328.
- Thorntwaite, L., Balnave, N., & Barnes, A. (2018). "Unions and Social Media: Prospects for Gender Inclusion", *Gender, Work & Organization*, 25(4), 401-417.
- Tiyek, Ramazan (2020), "Devletin Endüstri İlişkilerindeki Rolü ve Memurların Toplu Pazarlık Süreci", *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 2, 131-146.
- Yılmaz Sert, N. (2015). Sendikalarda Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı ve Örgütsel İletişim Faaliyetlerine Etkisi. *Selçuk İletişim*, 8(4), 104-130.
- Yücesan-Özdemir, G. (2009). *Emek ve Teknoloji Türkiye'de Sendikalar ve Yeni İletişim Teknolojileri*. Ankara: Tan Yayınları.
- Zengin, T. (2012). Yeni Sendikacılık Bakımından Kamu Çalışanlarının Toplu Sözleşme Hakkı. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 1(2), 143-151.

Kanunlar:

12.07.2001 tarih ve 4688 sayılı Kamu Görevlileri Sendikaları ve Toplu Sözleşme Kanunu

İnternet Kaynakları

Sendika Üye Sayıları,

https://www.csqb.gov.tr/media/81565/2021_uyesayilari.pdf (Erişim tarihi: 10.02.2023).