

SOSYAL MEDYAYI ANLAMAK

Ali Kamil UZUN

"Kollu, şeritli hesap makineleri, mekanik, elektrikli daktilolar, kalamozalardan oluşan büro ve kayıt malzemeleri, telgraf ve teleks ile iletişim, PTT santralleri aracılığıyla yapılan şehirlerarası ve uluslararası görüşmeler... " Bunlar, benim yaşitlarımın anımsadığı, zamanında kullandığımız bilgi ve iletişim teknolojisinin ürünleriydi. Geçmiş zamanın teknolojisi ile geçmişin çalışma ortamı ve iş yapış biçimleri de doğal olarak bugünden çok farklıydı. Her şey, görünen ortamda, elle tutulur, dokunulur ilişkiler içinde yaşanıyordu.

Bugünün sanal ortamında ise her şey o kadar hızlı yaşanıyor ve değişiyor ki, geçmiş zamanın teknolojisini yaşayanlar bile, bu deneyimlerini hafızalarında canlandırmakta güçlük çekiyor. Bu kuşak, ilgili yöntem ve araçları sanki hiç yaşamamış gibi geçmiş teknoloji ve iş tecrübelerini son kullanma tarihi geçen bir mal gibi kendi hafıza raflarından indirdi.

Geriye dönüp bakarken, geçmişini hafızamda canlandırıp bugünü düşündüğümde, insanların ve kurumların iletişim ve etkileşimindeki inanılmaz değişimi yaşayabilme imkanını bulduğum için kendimi şanslı hissediyorum.

Değişim, gelişim ve ilerlemedir. Bilgi ve iletişim teknolojisinde devrim sayılabilecek değişim ve gelişim dünyamızı küresel bir ağa dönüştürdü. Bizi geçmişten koparan, dünyamızı küresel ağa dönüştüren teknolojinin karşılıklı etkileşim gücü, mümkün olanın en iyisini yapmayı kaçınılmaz kıldı. Böyle bir dünyada sürdürülebilir bir varoluş için değişim, gelişim ve ilerleme ancak yeni yetkinlikler kazanılarak, yeni deneyimler edinerek sağlanabilir.

Bugün dünyanın dört bir yanından internet bağlantısı olan herkes görüşlerini duyurabiliyor, hemen her konuda görüş ve deneyimlerini paylaşabiliyor. Siz bu yazıyı okurken, muhtemelen birileri internet ortamında şirketiniz hakkında bir şeyler yazıyordu. İnternet ile başlayan bu ağ iletişimi bugün sosyal medya denilen bir mecrada hızlı ve yaygın bir iletişim gücüne dönüştü. Siz ve şirketiniz bu mecrada yer almıyor olabilirsiniz, ancak siz ve şirketiniz hakkında bu mecrada bir şeyler yazılıp, paylaşılıyor olabilir. Bu nedenle kaçınılmaz bir etkileşim ile karşı karşıya olduğumuz sosyal medya mecrasını anlamak, bu

konudaki fırsat ve riskleri değerlendirmek için bu alanda stratejik bir yaklaşım geliştirmenin gerekli olduğu bir sureci yaşıyoruz.

Geçmişin bilgi ve iletişim teknolojisinin sınırları, bugünün sınırsız olan sosyal medya fırsatları ile birlikte risklerini de beraberinde taşıyor. Peki, yeni gelişmekte olan bu iletişim mecrasını nasıl değerlendirmeliyiz?

Gelişmelere baktığımızda iki yaklaşımın şirket ve kurumlar için ciddi riskler taşıdığına dikkat çekebiliriz. Bu iki yaklaşımdan biri sosyal medyayı yok sayarak, onun dışında kalabileceğinizi düşünmek; ikincisi de sosyal medyanın dışında kalmamak adına, bu dünyanın içine kontrolsüz bir şekilde girmektir.

Uygulamada görüyoruz ki her iki yaklaşım da şirket ve kurumlar için iyi sonuçlar doğurmuyor. Bu iki yaklaşımın sonuçlarından hareketle önerilen üçüncü bir yaklaşım, sosyal medyanın değerini anlayan, konuyu ayrıntılarıyla değerlendiren, bu amaçla gerekli adımları atmak suretiyle sosyal medya içinde yer alan yöntemdir. Böylece, bu stratejiyi benimseyen şirket ve kurumlar sosyal medyanın değerini anlayan ve risklerini de görebilen şirket ve kurumlar olacak, yaşamakta olduğumuz bu dönüşüme sürdürülebilir uyum sağlayacaktır.

Ali Kamil UZUN, CPA, CFE, MA, CRMA, CAC

Deloitte Türkiye Yönetim Kurulu Danışmanı

akuzun@deloitte.com

Makale, Turcomoney Dergisi 2013 Ekim ayı sayısında yayınlanmıştır.