

Türkiye’den Yapılan Nitelikli İnsan Kaynağı Göçü ve Sosyal Medyanın Rolü

Suzan Urgan¹

Sevda Yalçın²

Özet

Bu çalışmanın amacı nitelikli işgücününün göç nedeniyle kaybedilmesi ve bu göçlerde sosyal medyanın rolünün ortaya çıkarılmasıdır. Özellikle nitelikli işgücü talebinin teknolojik ilerlemelerle artması, gelişmiş ülkelerdeki yaşlanma ve doğum oranlarının azalması gibi nedenlerle arttığı görülmektedir. Nitelikli işgücü sahip olduğu niteliklerle dünyanın her yerinde çalışabilme yeteneğine sahip kişilerden oluşmaktadır. Bu yetişmiş işgücü az gelişmiş ülkelere doğru göç etmektedir. Son yıllara bakıldığında Türkiye’den kitleler halinde nitelikli iş gücü çok farklı nedenlerle göçe katılmaktadır. Bu göçün çok çeşitli nedenleri vardır. Bu nedenlerle beraber göç kararının alınmasını kolaylaştıran bazı unsurlar vardır ki bunların başında sosyal medya yer almaktadır. Sosyal medya birçok alanda etkili olduğu gibi göçlerde de çok önemli rol üstlenmektedir. Yurt dışındaki yaşam şartlarının eş zamanlı anlatılması ve gösterilmesi göçü tetiklemektedir. Nitelikli insan kaynağının göç yoluyla kaybedilmesi ülke için bu gün ve gelecekte çok büyük sorunlara yol açacaktır. Gelişmiş sosyal medyanın da aracılık etmesi ile büyük maliyetlerle yetişen iş gücü kolaylıkla göç etmektedir. Yetişmiş insan kaynağı göçünün sosyal medya etkileşimi ile ifade edilmesi önem arz etmektedir.

GİRİŞ

Nitelikli işgücüne olan talep giderek artmaktadır. Teknolojik ilerlemeler dolayısıyla yetişmiş insan gücü eksiklikleri birçok ülkenin problemidir. Bu eksiklik teknoloji ve bilgi endüstrilerinde daha belirgin görünmektedir (Urgan, 2021: 102). Küresel düzeyde birçok sektörde bu eksiklik hissedilmektedir.

- 1 Doç. Dr. 19 Mayıs Üniversitesi, Bafra İşletme Fakültesi, Sigortacılık ve Aktüerya Bilimleri, suzan.urgan@omu.edu.tr, Orcid Id:0000-0002-9280-4175
- 2 Öğr. Gör.219 Mayıs Üniversitesi, Alaçam Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, sevda.yalcin@omu.edu.tr, OrcidId:0000-0002-4370-2454

Örnek olarak sağlık çalışanları için konu değerlendirildiğinde sağlık işgücü ihtiyacı önlem alınmaz ise 2030 yılında 15 milyona çıkacağı öngörülmektedir (Hayran, 2023: 46).

Yetişmiş nitelikli insan gücü az gelişmiş ülkelerden gelişmiş ülkelere göç etmektedir. Zengin ve az gelişmiş ülkeler arasında fark her zaman var olmuştur ve birçok faktörü etkilemektedir. Göçlerle birlikte az gelişmiş ülkelerde büyük zorluklarla ve maliyetlerle yetişmiş olan nitelikli insan gücü, bu bireylerin yetişmesinde hiçbir maliyete katlanmamış gelişmiş ülkelere gitmektedir. Az gelişmiş ülkeler aleyhine zengin ile yoksul arasındaki makas bu göçlerle daha da açılmaktadır (Hayran, 2023: 46). Konu Türkiye açısından ele alındığında yetişmiş insan gücünün kitleler halinde göç ettiği görülmektedir. 2012 yılında yurt dışına gitmek için sicil belgesi alan hekim sayısı 59 iken 2022 yılının Ağustos ayına kadar bu sayı 1683 olmuştur (Aydan, 2023: 901).

Yetişmiş insan gücünün ülke dışına gitmesinde birçok neden vardır. Ülkenin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik durumu başta olmak üzere gidilen ülkenin görece avantajları göçlerde etkili olmaktadır. Bununla birlikte bu işgücünün göç etme kararını tetikleyen veya kolaylaştıran unsurlardan biri de kitle iletişim teknolojileri ve sosyal medyadır. Yurtdışındaki yaşam şartlarını anlatan bir YouTube videosu binlerce kez seyredilmektedir. Aynı şekilde WhatsApp gruplarındaki paylaşımlar göçleri etkilemektedir. Buradan hareketle çalışmada öncelikle göç kavramı üzerinde durularak tarihsel kitlesel göçler ve nitelikli işgücü göçü üzerinde durulacaktır. Daha sonra günümüz şartlarında göçü tetikleyen ve kolaylaştıran unsurlar bağlamında sosyal medya etkileşimi ifade edilecektir.

1. NİTELİKLİ İNSAN KAYNAĞI GÖÇÜ

Bu bölümde göç kavramı tarihsel kitlesel göçler bağlamında endüstri devrimi öncesindeki, endüstri devrimi esnasında ve sonrasında oluşumlarla beraber ele alınmaktadır. Ayrıca Türkiye'den yapılan nitelikli insan kaynağı göçü ifade edilmektedir.

Göç Kavramı: İnsanlığın varoluşundan bu yana göçün olduğunun varsayılması yanlış olmaz. Avcı toplulukların yaklaşık 50.000 yıl içinde yaşanabilir tüm kıtaları işgal etmesi bunun göstergesidir. Afrika'da ortaya çıktığı düşünülen ilk insanın doğduğu toprakları geride bırakıp ılıman bölgelere göç etmesi ve yaşanabilir bölgeler oluşturmasıyla dünyanın başlıca kara kütlelerinde hızlı bir nüfus artışı meydana gelmiştir. Bu artışlarla beraber ortaya çıkan insan popülasyonu için dört olası göç tipi bulunmaktadır (McNeil, 1984):

- Sistematik bir güç uygulamasıyla bir nüfusun diğer bir nüfus tarafından radikal bir şekilde yer değiştirmesi
- Bir popülasyonun diğeri tarafından fethedilmesi, daha önce farklı olan iki topluluğun aynı zamanda hibritleşmesi
- Mevcut nüfusun bir dereceye kadar kendi rızasıyla ve mevcut yöneticiler yerinden edilmeden yabancıların sızması
- Köle akıncıları ve/veya tüccarları tarafından ilk ikamet yerinden zorla sökülen bireylerin ve hatta toplulukların getirilmesi.

Plutarkas (1949)'a göre Sokrates ne Atinalı ne de Yunanlı olduğunu, bir dünya vatandaşı olduğunu ifade etmektedir. Ancak her birey kendi kimliği ve akrabalık ilişkileriyle tanımlanmış sosyal bir topluluğun parçasıdır. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi çerçevesinde vatandaşlık her bir kişinin hakkıdır ve kimse keyfi olarak vatandaşlıktan yoksun bırakılamaz. Aynı şekilde uyruğunu değiştirmeye zorlanamaz. Ancak bireyler ekonomik, sosyal, politik veya doğal nedenlerle başka bir bölgeye ya da ülkeye yaşamaya gitmektedir. Dolayısıyla göç, bir idarenin sınırının aşılmasını ifade etmektedir ve göçün bir olgu olarak tanımlanmasında üç ana parametre rol oynamaktadır (Tataru, 2019: 12-14). Bunlar:

- Siyasi ya da etnik bir sınırın geçilmesini gerektiren ikamet değişikliği
- Mesleki faaliyetin yürütüldüğü yerin değiştirilmesiyle ilgili faaliyet
- Sosyal ilişkilerde bir değişikliktir.

Genel olarak ifade edildiğinde göç, bireyin yaşadığı bir yerden başka bir yere hareketidir. Demografik olarak olağan ikamet yerinde uzun süreli veya kalıcı bir değişiklikte sonuçlanan bir hareket olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımların ortak paydası göç hareketinin önemli bir mesafeyi içermesi ve gidilen varış noktasında kalıcı olarak ikamet edilmesidir. Yeni bir ikamet yeri oluşturmak amacıyla belirli bir siyasi sınırı aşan veya farklı bir iş piyasasına giren bir hareket olarak da tanımlanmaktadır (Toney ve Bailey, 2014).

Göçler, uluslararası göç istatistikleri çerçevesinde kısa dönemli, uzun dönemli ve geri dönüşlü göç olarak kategorize edilmektedir. Kısa dönemli göçler bir yıldan daha az süre kalınarak gerçekleştirilmektedir. Kısa dönemli göçler ilgili ülkeye dinlenme, tatil yapma, arkadaş veya akraba ziyareti, iş, tıbbi tedavi veya dini sebeplerle yapılmaktadır. Uzun dönemli göçler her zamanki ülkesinden başka bir ülkeye taşınma ile gerçekleştirilmektedir. Burada en az bir yıl ikamet etme durumu söz konusudur. Varılan ülke de ikamet edilen ülke haline gelmektedir. Geri dönüşlü göçte ise iki ya da daha fazla ülke arasında geçici ve tekrarlayan gidiş gelişler söz konusudur. Bu

hareketler iş ya da öğrenim amacıyla gerçekleştirilmektedir (United Nations, 2016: 3).

Göçler bazı durumlarda çok yoğun nüfus popülasyonları ile yapılmaktadır. Bu hareketler kitlesel olarak ifade edilmektedir. Kitlesel göç hareketleri endüstri devrimi baz alınarak sınıflandırıldığında; transatlantik köle ticaretini içeren endüstri devrimi öncesi, endüstri devrim dönemi ve endüstri devrimi sonrası olarak kategorize edilebilir. Bu sınıflamayı emek, hammadde, enerji ve gıdaya ulaşım ve elde tutma dürtüsü şekillendirmektedir. Üretim faktörü olarak işgücü sistemin ana omurgasını oluşturmaktadır. İşgücü talebi ve üretim modellerindeki değişim kitlesel göçleri tetiklemektedir (Gerbeu, 2017: 2).

Endüstri Devrimi Öncesi Kitlesel Göçler ve Transatlantik Köle Ticareti: Transatlantik köle ticareti 1400'lü yıllar ile başlayıp 1900'lü yıllara kadar devam eden bir süreyi içermektedir. Yaklaşık olarak 12-15 milyon Afrikalı Atlantik Okyanusu üzerinden insanlık dışı uygulamalarla Avrupa ve Amerika'ya zorla getirilmiştir (Delibaş, 2020: 32). Nunn (2008)'e göre ücretsiz işgücünün ana kaynağı olarak görülen Afrikalılar köle avcıları tarafından toplu baskınlarla ve toplu katliamlar yapılarak yakalanmıştır. Böylesi insanlık dışı uygulamalara maruz bırakılma ve katliamlar bugün dahi Afrika'nın gelişmemiş olmasının nedenleri arasında gösterilmektedir. Böylece çalışma gücüne sahip nüfus eşi benzeri görülmemiş bir şekilde azaltılmıştır (Gerbeu, 2017: 3).

Endüstri Devrimi Kitlesel Göçler: Sanayi Devrimi öncesi Avrupa nüfusunun %90'ından fazlası kırsal kesimde yaşamaktaydı ve tarım ile ilgilenmekteydi. Sanayileşme ve fabrikaların yapılmasıyla beraber kırsal kesimden kentlere doğru kitleler halinde göçler meydana gelmiştir. Bu göçlerle beraber kentler ön plana çıkmaya başlamıştır (Berkeş ve Oraklıbel, 2021: 5).

Endüstri devriminde üretimin değişen şekli metaların üretilme biçimlerini değiştirmiş ve devletin dünya sistemindeki gücü endüstriyel üretim araçlarına sahip olmakla artmıştır. Böylece dünya üretim sisteminin yapısı radikal bir şekilde değişmiştir. Merkezi devletler sanayilerini geliştirmek için yarışmıştır. Şehirler demografik yapı ve kentleşme çerçevesinde hızla büyümüştür. Siyasi güçler temel alınarak kolonilere bağlı limanlar ve demiryolları büyümei arttırmıştır. Bu gelişmeler bilgiyi kullanmayı gerektirmiş ve işçi kitlesine ihtiyaç artmıştır. Bu modelin ana işgücü talebi kırsal bölgelerden gelen işgücüne dayanmaktaydı. Böylece köylüler şehirlere akın etmeye başlamış ve ucuz işgücünün tedarikçisi olmuştur. Şehirlere akın eden işçiler nedeniyle şehirlerin nüfusu aşırı şekilde artmıştır (Gerbeu, 2017: 3).

19. yüzyıl ortalarında ulaşımda kaydedilen gelişmeler okyanus yolculuklarının maliyetini düşürmüş ve daha güvenli olmasını sağlamıştır. Bu durum Avrupa şehirlerinin kapasitelerini zorlayan kırsal nüfus yoğunluğuyla eşbiçimli gelişmiştir. 1840 ile 1920 yılları arasında yaklaşık 46 milyon kişinin bu şekilde göç ettiği kaydedilmektedir. Böyle bir göç daha önce görülmüş olan tüm göçlerden oldukça fazladır (McNeil, 1984: 17).

20 ve 21. yüzyıllara gelindiğinde merkezi tarım sektörü sanayileştikçe işgücü açığı daha çok artmıştır. Üretimin düşük maliyetle gerçekleştirilme doğası ucuz iş gücü gerektirmektedir. Göçmenler bunun için en uygun faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Gelişmiş ülkelerde tarımsal alanda çalışabilecek işgücü azalmıştır. Böylece ülkelere gelen düzensiz göçmenler bu alanlara yönlendirilmekte ve tarımsal iş gücü istihdamı sağlanmaktadır (Gerbeu, 2017: 5).

Belirli refah seviyesine ulaşan ülkelerin bireyleri kendi etnik kökenlerine sahiplilik açısından bazı mesleklerde kümelenmektedir ve bir zenginlik hiyerarşisi oluşturmaktadır. Özellikle 1950 yılı ve sonrasında Avrupa ve Amerika'da bu durum yaygın bir şekilde görülmektedir. Refaha bağlı tabakalaşma mesleklerin hiyerarşisini de oluşturmaktadır (McNeil, 1984: 18).

Genel olarak ifade edildiğinde coğrafi keşifler, sömürgecilik, sanayi devrimi ve dünya savaşları sonrasında Batılı devletlerin nitelikli ve niteliksiz işgücü talebi artmıştır (Develi, 2017: 1348). Artan bu taleple beraber kitlesel göçler meydana gelmektedir. Tüm bunlarla beraber Türkiye'nin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik ve coğrafi şartlar göç hareketlerinin yaşanmasına neden olmaktadır. Özellikle son yıllarda görülen nitelikli iş gücü kaybı bulunmaktadır. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde Türkiye'den dışarıya yapılan göçler nitelikli işgücü bağlamında değerlendirilecektir.

Türkiye'den Yapılan Nitelikli İnsan Kaynağı Göçü: Türkiye'den yapılan göçler ile ilgili son yüzyıl içinde Almanya'ya 1960'lı yıllarda yapılan göçler dikkat çekicidir. Bu çerçevede işçi göçü ile ilgili ilk anlaşma Türk Dışişleri Bakanlığı ile Svhweswig-Holstein Çalışma Bakanlığı arasında 1957 yılında imzalanmıştır. Bu anlaşmaları 1961 yılında Federal Almanya, 1964'de Avusturya, Hollanda ve Belçika, 1967'de Fransa ve 1968'de Avustralya ile yapılan anlaşmalar takip etmiştir (Yıldırımoglu, 2005). 1963-1966 yılları arasında İş Kurumu (İŞKUR) aracılığıyla 180.000 Türk göçmen işçi olarak gönderilmiştir. Bu göçmen işçi grubu nitelikli bir gruptu ve İstanbul, Ankara, İzmir gibi Türkiye'nin belli başlı şehirlerinde istihdam edilmiş olan vasıflı işçiler ve zanaatkârlardan oluşmaktaydı (Odabaşı ve Koraman, 2023: 76). İlerleyen zamanlarda vasıflı işgücü ile birlikte kırsal kesimden büyük kentlere

göçmüş olan işgücü de uluslararası göçlere yönelmiştir (Yıldırımoglu, 2005). Tablo 1'de 1964-1973 yılları arasında yurt dışına göç eden işçilerin kalifiye durumları yer almaktadır.

Tablo 1. 1964-1973 Yılları Arasında Yurtdışına Giden İşçilerin Kalifiye Durumları

Yıllar	Vasıflı	Vasıfsız
1964	24.468	41.748
1965	20.558	30.962
1966	8.918	25.492
1967	2.728	6.219
1968	12.086	31.118
1969	25.401	78.574
1970	35.010	94.565
1971	31.357	57.085
1972	28.743	56.486
1972	47.105	88.715
Toplam	237.374	510.964

Kaynak: Gülsün (1974: 13)'den akt. Şahin Kütük, 2015: 619.

1960'lı yıllarda Türklerin çalışmak için yurt dışına gitmek isteyişlerinin en önemli nedeni ülkede yaşanan ekonomik ortam ve işsizlik tehlikesi idi. Bununla beraber daha iyi yaşama koşullarına sahip olma ve yüksek ücret talebi nedenler arasındadır. Göçmen olarak yurt dışına gitmiş olan işgücü yıllarca Türkiye'ye büyük miktarda döviz göndermiş ve ödemeler dengesini sağlamada önemli rol üstlenmiştir (Demirbaş, 1989).

Türklerin yurtdışına gitme nedenleri ile birlikte gidilen Avrupa ülkelerinin göçleri kabul etmesinin arkasında yatan nedenler de önem arz etmektedir. Göçleri çekme nedeni olarak değerlendirilen bu unsurlar nüfusun yaşlanması, çalışacak işgücüne olan talep, yeniliklere ve rekabete uyum sağlama olarak özetlenebilmektedir. O zamandan günümüze uluslararası çalışabilecek, nitelikli; sağlık ve bakım, inşaat ve imalat sektörü ve bilişim teknolojileri başta olmak üzere teknik meslek alanlarında kalifiye işgücü açığı vardır ve giderek artmaktadır. Bu ihtiyaç her yıl ortalama 260.000 nitelikli işgücüne karşılık gelmektedir (Karaca ve Yurttaş, 2021: 1768-1769).

1980'lerden sonra Batı Avrupa göçmen politikaları nedeniyle göçmen alımları durdurulmuştur. Bu nedenle Türk işgücü Ürdün, Suudi Arabistan ve Libya gibi ülkelere yönelmiştir. 1990'lı yıllar itibarıyla Sovyetler Birliği'nden dağılan ülkelere nitelikli işgücü olmuştur. Tüm bu göçler beyin göçü

olarak ifade edilen nitelikli işgücü ile paralel gerçekleşmektedir. Buradan hareketle beyin göçü olgusu nitelikli insan gücünün kaybı bağlamında değerlendirildiğinde göç veren ülke için bir dezavantaja dönüşmektedir (Karataş ve Ayyıldız, 2021: 487).

Beyin göçü özellikle, gelişmekte olan ülkelerde dışa göç olarak gerçekleşmekte ve çok iyi eğitim almış bireylerin kaybı olarak değerlendirilmektedir. Eğitimli bireylerin daha iyi şartlarda yaşama isteği göçleri tetiklemektedir (Kahya, 2022: 821). Son yıllardaki beyin göçüne çok fazla sayıda sağlık çalışanın katıldığı görülmektedir ki bu bireyler oldukça zor eğitimlerden geçmektedir. Tablo 2’de yurt dışına gitme amaçlı sicil belgesi talep eden hekimlerin başvuru sayısı yer almaktadır.

Tablo 2. Aylara ve Yıllara Göre Hekimlerin Sicil Belgesi için Başvuru Sayısı

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ocak	3	13	12	11	20	42	34	102	81	90	197
Şubat	3	8	12	6	10	34	47	92	77	76	157
Mart	4	6	12	11	20	35	61	81	63	87	213
Nisan	4	11	7	9	8	26	37	72	36	76	214
Mayıs	3	4	7	10	17	34	76	94	33	83	161
Haziran	3	3	6	15	28	34	46	53	65	121	229
Temmuz	4	7	6	17	18	38	74	81	65	94	231
Ağustos	3	5	8	9	23	54	62	97	92	178	281
Eylül	9	9	12	19	25	62	85	81	113	162	
Ekim	6	4	36	16	24	31	91	102	110	144	
Kasım	10	11	-	13	30	50	115	89	100	135	
Aralık	7	9	-	14	22	42	74	103	96	159	
TOPLAM	59	90	118	150	245	482	802	1047	931	1405	

Kaynak: Türk Tabipler Birliği (2022)’den akt. Aydan, 2023: 901

Tablo 2’de yurt dışına gitmek için sicil belgesi alan hekimlerin sayısındaki çarpıcı değişim görülmektedir. Aynı şekilde diğer sağlık çalışanları da göç etmektedir. Aralık-Ağustos 2022 tarihleri arasında 8274 hemşire ile yapılan çalışma değerlendirildiğinde hemşirelerin %76,3’ü yurt dışına gitmek istemektedir. Bunların %18,7’i yurt dışı çalışma şartlarını sağlamak için girişimde bulunmuştur. %21,8’i bir dil kursuna bu amaçla gitmektedir. Yurt dışına gitme nedeni olarak %55,7’si ekonomik sorunlara, %25,8’i psikolojik ve fiziksel şiddete ve %48,9’u mesleki sorunlara dikkat çekmektedir (Türk Hemşireler Derneği, 2023).

1960’lı yıllarda özellikle çalışabilecek bir grubun sağlık muayenelerinden geçirilerek (Acar, 2022: 40) göç edebilmesine izin verilmiştir. Bu durum

tarımsal alanlar başta olmak üzere iyi bir performansla çalışacak bireylerin kaybı olarak değerlendirilebilir. Günümüz için bakıldığında sağlık çalışanları örneğinde olduğu gibi nitelikli bir işgücünün kitleler halinde yurt dışına gitmekte olduğu görülmektedir.

Fiziksel ya da zihinsel donanımlarıyla kalifiye işgücünün yurt dışına göçünü kolaylaştıran bazı etmenler vardır ki günümüz için bunlardan en önemlisi iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bağlamında sosyal medya etkileşimidir. 60'lı yıllarda Almanya'dan yazılanve Almanya şartlarından övgüyle söz etmekte olan bir mektubun etkileyebildiği kişi sayısı ve şimdiki WhatsApp gruplarından yapılan paylaşımların veya yüz binlerce seyredilen YouTube videolarının etkilediği insan sayısı oldukça farklıdır. Sosyal medya etkileşiminin göçleri tetikleyen çok önemli bir unsura dönüştüğü görülmektedir.

2. SOSYAL MEDYA ROLÜ

Günümüzde internet teknolojileri ve sosyal etkileşimler artmış ve sosyal dünyada yaygınlaşan bir olgu haline gelmiştir. Web 2.0, sosyal ağlar veya sosyal ağ siteleri olarak da bilinen bu kategori, yeni medya teknolojilerini kapsamaktadır. İşletme web siteleri, iş siteleri, internet çalışan profilleri ve sosyal medya formları, insan kaynakları yöneticilerinin ihtiyaçlarını karşılayan adaylara ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. İletişim teknolojileri insanların kendilerini ve yaşam tarzlarını etkilemektedir. Günümüzde artık her şey sosyal medya ile ilgili olup bu alandaki bazı uzmanlara göre, Facebook, YouTube gibi yeni medya platformları içindeki sosyal ağlara katılımda bulunmayanların, siber âlemin bir parçası olmadıklarını belirtmektedir (Şengöz ve Eroğlu, 2017: 506).

Örgüt içi ve örgüt dışı insan kaynakları yönetimi hedeflerine ulaşmak ancak kaliteli iletişim kanallarının kurulmasıyla gerçekleştirilebilir. Bunun için çeşitli iletişim araçları kullanılmaktadır. Sosyal ağlar en yenilerinden biridir. Yeni medya dünya çapında iletişimi, toplumu ve kültürü değiştiren en önemli faktörlerden biridir. İnternet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte sosyal ağlar, hızlı bir şekilde hayatımıza giren ve popülaritesi her geçen gün artan, sürekli güncellenebilen ve çeşitli kullanıcılara açılabilen yeni bir çevrimiçi uygulama biçimidir. Dünyanın çeşitli yönlerinden ilgi gören konsept, iletişimden haberciliğe, halkla ilişkilerden ticarete kadar dünya çapında etkinliğini her alanda göstermektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojileri toplumsal yaşamın her alanına nüfuz etmekte, etkisi ve gelişimi giderek artmaktadır. Ek olarak bilgi iletişim teknolojileri herhangi bir durumun, olayın ya da olgunun kısa zamanda insanlar arasındaki

aktarımı, yayılımı ve etkileşim konusunda da kolaylıklar sağlamaktadır. Bu gelişmeler bilgi ve iletişim teknolojilerini her zamankinden daha ileri bir seviyeye taşımış, büyümesine ve popülerleşmesine yardımcı olmuştur. Bu bağlamda toplumsal yapılar hızla değişmekte ve bu değişimde yeni medya önemli bir rol oynamaktadır. Son dönemlerde hayatımızın önemli bir parçası haline gelen dijital iletişim ve yeni medya kavramlarının toplumsal hayata etkisi hemen hemen her yerde görülmektedir (Yalçın, 2023: 122-123).

Bu kavram, bilgisayar destekli medyada yaygınlaşmış ve 1980'li yıllarda popülerlik kazanmaya başlamıştır. Bireyler arasında gerçek zamanlı, iki yönlü iletişimi sağlayan dijital teknolojiyi ifade etmektedir. Etkileşimli ve katılımcı bir ortam sağlamayı amaçlayan yeni medya, bilgiyi üretmek, dağıtmak ve tüketmek için çeşitli araçlar kullanmaktadır. Bu araçların en önemlileri Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok gibi kullanıcıların bilgi paylaşımına olanak sağlayan sosyal medya platformlarıdır. Ayrıca kişi ve kuruluşlar YouTube ve Vimeo gibi araçları kullanarak video paylaşımı yapabilmektedir. Yeni medya olarak tanımlanan sosyal medya araçlarının kuruluş yılları incelendiğinde 2000'li yıllardan sonra insanların hayatına girdiği görülmektedir. Tablo 3.'te sosyal medya ağlarının gelişim süreci kronolojik olarak verilmiştir.

Tablo 3. Sosyal Medya Ağlarının Gelişimi

Kuruluş Yılı	Sosyal Ağ
2002	Linkedin
2003	My Space, Hi5
2004	Facebook
2005	YouTube
2006	Twitter
2007	Tumbir, Friendfeed
2008	Google, Buzz
2010	Diaspora
2011	Google+

Sosyal ağlar, sanal dünya, siber güvenlik gibi kavramların ortaya çıkması yeni medyayı mümkün kılmıştır. Bu yeni kavramlar toplumda hem kültürel hem de ekonomik açıdan köklü değişikliklere neden olmuştur. Yalnızca medya içeriğine dayalı Web 1.0, bireylerin yayın yaptığı Web 2.0 ve anlamın içerikle ifade edildiği Web 3.0 ile medyanın sistematik gelişimini de göstermektedir (Tosun, 2018:460). Sanal ortamda iki yönlü iletişime olanak sağlayan ve

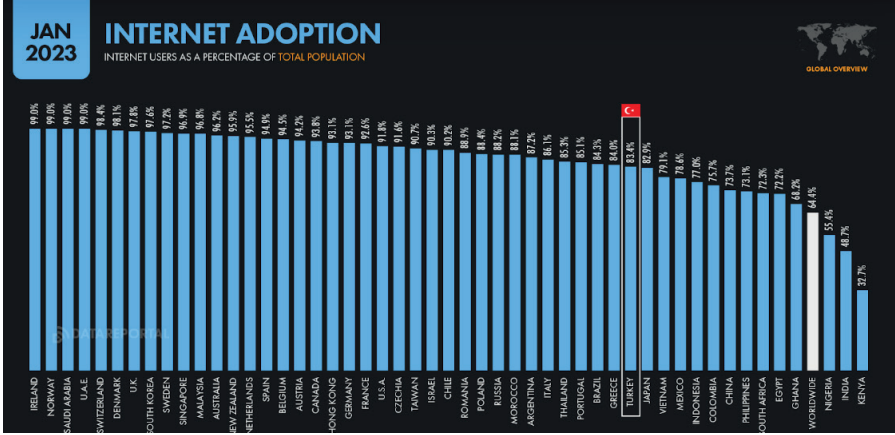
aynı zamanda tüketicilerin üretici olmasına da olanak sağlayan Web 2.0 uygulamaları arasında sosyal ağlar en önemlileridir (Tosun, 2018: 462) göre iyi bir sosyal medya programına sahip olmak için aşağıdaki hususların dikkate alınması gerekmektedir:

- Her sosyal medya platformunun kendine göre avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır.
- Her sosyal medya platformunun farklı bir kültürü ve kitleleri vardır.
- Aynı anda ne kadar çok platform aktif olursa, “hedef kullanıcı” sayısını artırma fırsatı da o kadar artmaktadır.
- Kullanılan iletişim yöntemleri ve diller, sosyal platformlara göre değişiklik gösterebilmektedir.

Vural ve Bat’ın (2010: 3353) ifadesine göre sosyal medya, çoklu etkileşime izin veren, çoklu kullanıcı işlevi sağlayan, kültürler arası iletişimi destekleyen, kitlesel yapı özelliği taşıyan sosyal ağlar olarak adlandırılan çift yönlü bir iletişim ortamıdır. Sosyal ağların gelişim serüveninde Web 1.0 teknolojisinden Web 2.0’a geçiş vardır. Sosyal ağlar, Web 2.0 teknolojilerini temel alarak etkileşime ve içerik alışverişine olanak sağlayan çevrimiçi uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Babür Tosun, 2020: 646). Sosyal ağlar kullanıcılara sanal ortamda bilgi edinebilecekleri, bilgiyi ifade edebilecekleri, duygu ve fikirleri yansıtabilecekleri, sanal ortam üzerinden içerik oluşturabilecekleri etkileşimli bir ortam sağlayan platform olması ile fark yaratmaktadır.

Sosyal ağlar, iş dünyasının birçok alanında kurumsal iletişim için gereklidir. Sosyal ağlar, kuruluşların müşterilerle etkileşime girmesine ve bilgi paylaşmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya araçlarının yönetim açısından devamlılığını sağlamak ve faaliyetlerin yönetim açısından zararlı durumlara dönüşmesini önlemek için örgüt yöneticilerinin sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaları en doğru seçenek olacaktır (Şengöz ve Eroğlu, 2017: 504).

Dünya çapında internet kullananların sayısı 2023 yılı ile 5,16 milyara ulaşmıştır. Bu da bizlere dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 64,4 ünün artık çevrim içi olduğunu göstermektedir. Yine aynı yıl dünya çapında sosyal medya kullananların sayısı ise 4,76 milyara ulaşmış bulunmaktadır. Bu sayı, toplam küresel nüfusun yüzde 60’ından biraz daha azına denk gelmektedir. Ülkelere göre internet kullanım oranına bakıldığında ise Türkiye yüzde 83,4 oranıyla dünyada 37. sırada yer almaktadır. Şekil 1.’de söz konusu oranlar açıkça görülmektedir.

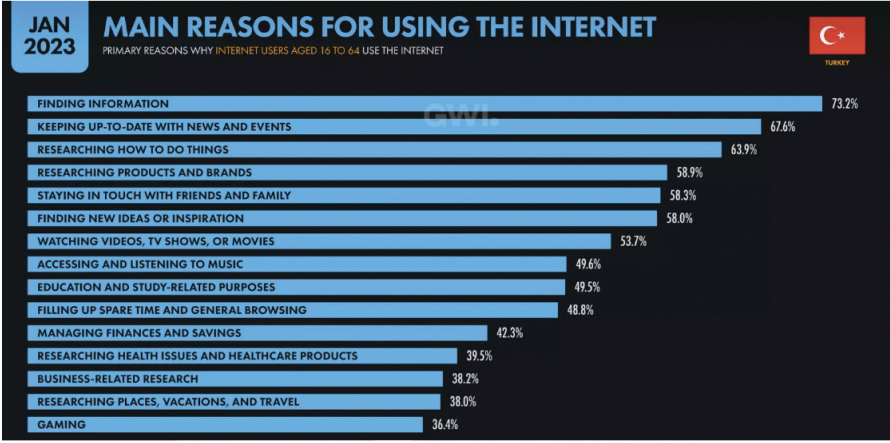


Şekil 1. Dünyanın İnternet Kullanma / Benimseme Oranları – Türkiye

Kaynak: Kara, 2024

Türkiye’de internet kullanımı olarak 15 neden belirtilmektedir. Şekil 2.’de yer alan We Are Social Dijital 2023 Raporu’nda da görüldüğü üzere internet kullanımının ana nedenleri ifade edilmektedir. We Are Social Dijital 2023 Raporu’nda Türkiye’de internet kullanımının yer aldığı 15 neden şu şekilde aktarılmaktadır:

- Bilgi bulmak (%73,2)
- Haber ve Etkinliklerden Haberdar Olmak (%67,6)
- Nasıl Yapılacağını Araştırmak (%63,9)
- Ürün ve Marka Araştırması Yapmak (%58,9)
- Arkadaşlar ve Aile ile İletişime Geçmek (%58,3)
- Yeni Fikirler veya İlham Bulma (%58,0)
- Videolar, TV Şovları veya Filmleri İzlemek (%53,7)
- Müziğe Erişim ve Dinleme (%49,6)
- Eğitim ve Öğrenimle İlgili Amaçlar (%49,5)
- Boş Zaman Doldurma ve Genel Tarama (%48,8)
- Finans ve Tasarruf Yönetimi (%42,3)
- Sağlık Sorunları ve Sağlık Ürünleri Araştırma (%39,5)
- İşle İlgili Araştırma (%38,2)
- Yerler, Tatil ve Seyahat Araştırma (%38)
- Oyun Oynama (%36,4)



Şekil 2. Türkiye'de İnternet Kullanmanın Temel Nedenleri

Kaynak: Kara, 2024

Şekil 2.'de yer alan We Are Social Dijital 2023 Raporu'nda görüldüğü üzere, Türkiye'de internet teknolojilerinin kullanılmasının ana sebepleri arasında birinci sırada bilgi edinme başlığı yer almaktadır. Sonrasında haberdar olmak, neyin nasıl yapılacağını araştırmak, arkadaşlar ve aile ile iletişime geçmek, yeni fikirler ve ilham bulma, eğitim ve öğrenimle ilgili amaçlar gibi sebeplerle devam eden ve yüzde 38,2 oranında işle ilgili araştırma yapmak başlığı yer almaktadır. Bu bağlamda Türkiye'de internet kullanıcılarının, dijital teknolojileri insan kaynakları stratejilerine uygun bir biçimde kullandığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu sayede çalışanlar kendilerine uygun iş arama motivasyonları geliştirebildikleri, farklı iş ve işyerleri için bilgi edinebildikleri bir platform olarak yeni medyayı tercih edebilmektedir. Öte yandan elektronik insan kaynakları, sanal insan kaynakları kavramını oluşturacak şekilde iletişim platformlarını, ağ sistemlerini, iletişim bağlantılarını vb. içerecek şekilde gelişmiştir. Sanal insan kaynakları, insan kaynakları verimliliğini ve etkinliğini artırarak rekabet avantajı fırsatları yaratılmasını sağlamaktadır.

Sosyal medyanın kullanımı her geçen gün artarken aynı zamanda sosyal medyanın insan faaliyetlerinde kullanımı da artmaktadır. Nitelikli işgücü arayan insan kaynakları firmaları ve şirketler, işe alım için sosyal medyayı artık daha fazla kullanmaktadır.

JAN 2023 **TOP WEBSITES: SEMRUSH RANKING**
SEMRUSH'S RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC BETWEEN 01 SEPTEMBER AND 30 NOVEMBER 2022

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	88.4 B	8.13 B	21M 51S	3.6
02	YOUTUBE.COM	74.8 B	5.85 B	36M 04S	6.1
03	FACEBOOK.COM	10.7 B	2.48 B	22M 43S	3.0
04	PORNHUB.COM	10.2 B	2.14 B	10M 35S	6.9
05	XVIDEOS.COM	8.77 B	1.79 B	12M 10S	7.3
06	TWITTER.COM	8.18 B	2.10 B	21M 55S	1.8
07	WIKIPEDIA.ORG	6.67 B	1.97 B	11M 09S	2.1
08	REDDIT.COM	4.82 B	1.25 B	17M 53S	3.0
09	INSTAGRAM.COM	4.46 B	1.57 B	17M 27S	2.2
10	XNXX.COM	3.74 B	991 M	10M 55S	7.0
11	YAHOO.COM	3.34 B	614 M	17M 36S	3.2
12	SPANKBANG.COM	3.02 B	743 M	13M 25S	7.7
13	AMAZON.COM	2.70 B	898 M	13M 01S	5.8
14	FANDOM.COM	2.65 B	803 M	13M 16S	3.1
15	XHAMSTER.COM	2.62 B	756 M	14M 06S	6.1
16	YANDEX.RU	2.59 B	314 M	17M 22S	2.6
17	WEATHER.COM	2.54 B	1.14 B	7M 56S	1.5
18	TIKTOK.COM	2.18 B	995 M	9M 37S	2.0
19	YAHOO.CO.JP	1.95 B	208 M	21M 53S	5.4
20	LIVEDOOR.JP	1.70 B	107 M	19M 10S	5.0

SOURCE: SEMRUSH. FIGURES REPRESENT TRAFFIC VALUES FOR THE PERIOD BETWEEN 01 SEPTEMBER AND 30 NOVEMBER 2022. **NOTE:** VALUES IN THE 'UNIQUE VISITORS' COLUMN REPRESENT THE NUMBER OF DISTINCT 'IDENTITIES' ACCESSING EACH SITE, BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS AS SOME PEOPLE MAY USE MULTIPLE DEVICES OR BROWSERS. FIGURES ENDING IN 'B' REPRESENT BILLIONS, FIGURES ENDING IN 'M' REPRESENT MILLIONS. TIME SHOWN IN MM:SS AND 'SECONDS'. **ADVISORY:** SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT-CONTENT. PLEASE USE CAUTION.

73 **we are social** **Meltwater**

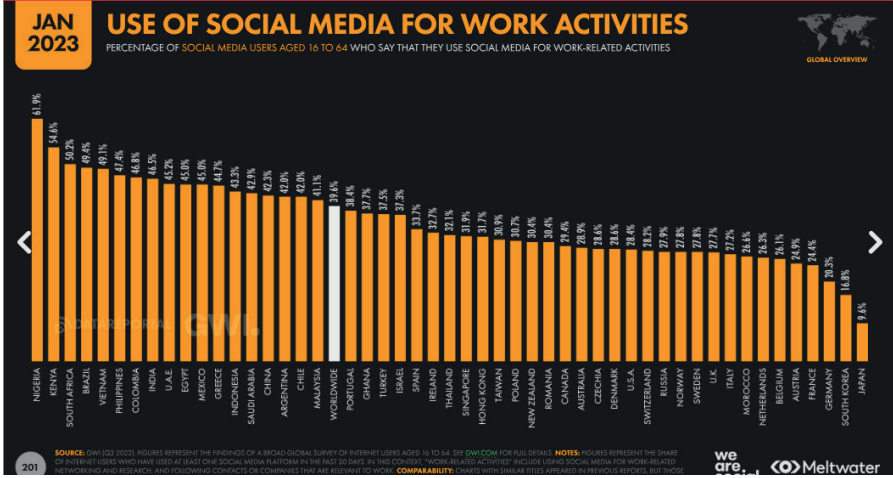
Şekil 3. Dünyada Sosyal Ağ Sitelerinde Top 10

Kaynak: Kara, 2024

Sosyal paylaşım siteleri her geçen gün daha geniş bir kitleye ulaşmakta ve etkileri her geçen gün artmaktadır. Bu ağlardan Google, Youtube ve Facebook, Şekil 3'te üye sayısı açısından öne çıkmaktadır. Bu ağların varlığı ve üyeliklerinin artması, bireyler arasında daha fazla bilginin paylaşılması anlamına gelmektedir. İnsan kaynakları stratejisi bağlamında bu iletişim kanallarının, yani yetkin çalışanların bilgi edinme ve bilgiyi paylaşma yeteneğinin artmasına yardımcı olmaktadır.

Şekil 4.'te yer alan We Are Social Dijital 2023 Raporu'nda görüldüğü üzere, Dünya'da iş amacıyla sosyal medya kullanımının sıralaması gösterilmektedir. İlk sırada yer alan Nijerya'yı sırasıyla Kenya, Güney Afrika, Brezilya, Vietnam, Filipinler, Kolombiya, Hindistan gibi ülkeler takip etmektedir ve yüzde 37,5 oranıyla bulunmaktadır. 2023 Raporu'nda görüldüğü gibi, Türkiye iş amacıyla sosyal medyayı kullanma oranı bağlamında dünya sıralamasında olan yeri ile dikkat çekmektedir. Geniş anlamda beyin göçü vasıflı işçilerin bir ülkeden diğerine hareketidir. Bu göçmenler sıklıkla gelişmekte olan ülkelere doğru hareket etmektedir. Nitelikli insan kaynağının kaybını ifade eden beyin göçü, öncelikle gelişmekte olan ülkeler olmak üzere dünya genelinde mühim bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Beyin göçünün en fazla bulunduğu ülkeler arasında Hindistan, Pakistan, Çin, Filipinler, Cezayir, Fas, Tunus, İran, Mısır, Nijerya ve Türkiye yer almaktadır (Sağbaş, 2009: 65).

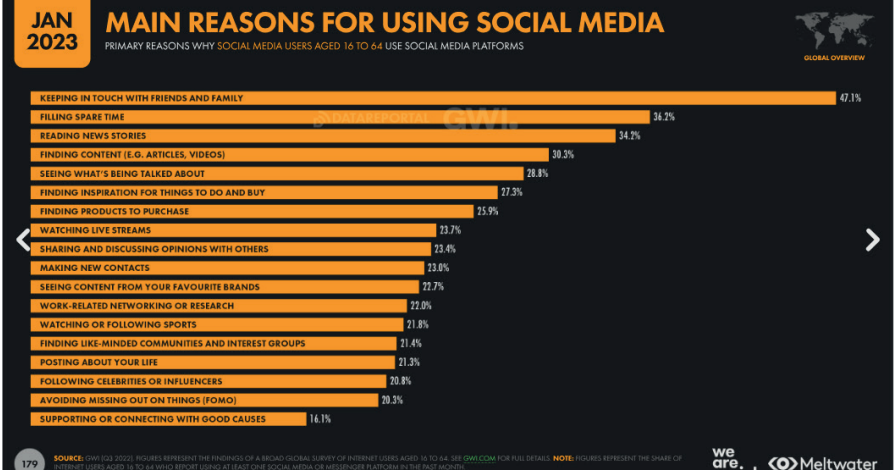
Dolayısıyla bu bilgilerden yola çıkarak Türkiye'de gerçekleşen yüzde 37,5 oranlık dilimin en büyük sebeplerinden birinin de kuşkusuz ülkede yaşanan beyin göçü hareketliliği ile açıklanabiliyor olmasıdır.



Şekil 4. Dünya'da Sosyal Medya Kullanımının Oranları

Kaynak: Kara, 2024

Yeni medyanın içinde yer alan sosyal medya Türkiye'de de yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda ülke gündemine etki eden birçok konu ve başlık sosyal medya aracılığıyla gündeme gelmektedir. Facebook, Youtube, Google+, Instagram, LinkedIn, Twitter gibi sosyal medya ağları ülkemizde en çok tıklanan ve en çok zaman geçirilen internet sitelerini oluşturmaktadır. Şekil 5'te de görüldüğü gibi dünyada sosyal medyayı kullanan kişilerin en çok arama yaptıkları nedenler arasında iş ve iş ilişkileri amaçlı sosyal medya kullanım oranı yüzde 22,0 ile bütün dikkatleri üzerine çekmeyi başarmıştır. Buradan çıkarılan sonuca göre insanlar sadece eğlenme, arkadaşlık ilişkileri ya da haber, bilgi alma amaçlı sosyal medyayı kullanmamaktadır. Bunun yanı sıra iş arama, network geliştirme gibi sebeplerle de sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu durum Türkiye'de internet kullanıcılarının, dijital teknolojileri medyanın fonksiyonlarına uygun şekilde kullandığını göstermektedir.



Şekil 5. Dünya'da İş Amacıyla Sosyal Medya Kullanım Oranları

Kaynak: Kara, 2024

Yeni medya teknolojileri içinde sosyal ağlardan en çok kullanılanları ise LinkedIn, Facebook, Twitter, Webinar, Wiki, Youtube ve Intranet 2.0 olarak sıralanabilmektedir. Bu araçlar ve kullanım nedenleri aşağıda açıklanmaktadır.

2.1. LinkedIn

İş dünyasında insanların başkalarıyla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişinde bulunmasını sağlamayı amaçlayan profesyonel bir sosyal medya ağı ve sosyal paylaşım platformudur (Wikipedia, 2024). Aralık 2002'de oluşturulan sayfa, işverenlerin iş ilanları yayınladığı ve iş arayanların bilgi yayınladığı profesyonel ağ oluşturmak için kullanılmaktadır. 2016 yılından bu yana tamamı Microsoft'a ait bir yan kuruluş olarak işletilmektedir. LinkedIn'in 2020 yılı itibarıyla 150 ülkede 706 milyon kayıtlı üyesi bulunmaktadır.

2.2. Facebook

Facebook, bireylerin diğer bireylerle konuşmasına ve bilgi alışverişinde bulunmasına olanak tanıyan bir sosyal ağ olarak 4 Şubat 2004'te Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur (Wikipedia, 2024). Dünyanın en çok ziyaret edilen sitelerinden biri olan Google Play Store'un 5 milyardan fazla kullanıcısı bulunmaktadır.

2.3. Twitter

Son trend araçlarından biri olan mikroblog, ortalama (140-200) karakter ile kullanıcıların güncel aktivitelerini ve düşüncelerini paylaşmalarına

olanak sağlayan bir araçtır (Akar, 2010: 55). Mikroblogda kullanıcılar, telefon ya da bilgisayarlarındaki mobil uygulama aracılığıyla diledikleri şekilde düşüncelerini paylaşabilmekte ve aynı hızda hayranlarından bilgi alabilmektedir.

2.4. YouTube

Kullanıcıların fotoğraf, video ve müzik gibi bilgileri paylaşmasına olanak tanıyan paylaşım sitesi, kolaylık ve etkileşim açısından sosyal ağların önemli ağlarından biridir. Diğer bir ifadeyle medya paylaşım ağı olarak geçen YouTube, her türlü resim, ses ve videoyu ulaşabilmeye, paylaşılmasına olanak sağlayan bir hizmettir. Diğer ağlar gibi bu siteler de içeriği kamuya açık hale getirebilmekte veya kullanıcının seçtiği kişilere erişimi kısıtlayabilmektedir (Akar, 2010: 92). Bu siteler, üyelik durumuna bakılmaksızın herkese multimedya içeriği sunmaktadır. Ayrıca üyelerine içerik gönderme fırsatı da sunmaktadır. Böylelikle, kişilerin kendi videolarını ve fotoğraflarını oluşturmasına ve paylaşmasına olanak tanımaktadır.

2.5. Wikiler

Wikiler için en çok kullanılan kavram dijital ansiklopedidir (Tosun, 2020: 648). Bu sistem, herhangi bir kullanıcının içerik eklemesine, silmesine veya değiştirmesine olanak tanıyan bir yapıya sahiptir. Bu, kullanıcıların bilgilerini paylaşmalarına olanak tanımaktadır. Vikipedi ise bu sistemin en ünlü örneğidir. Genellikle bilgiye dayalı bilgi paylaşımı yaparak bir tür veri tabanı yazmak ve oluşturmak için kullanılmaktadır. Wiki, iş birliğine dayalı içerik oluşturmaya yönelik bir sitedir. Kullanıcılar sitede bir konu başlığı açar ve o başlığa ilişkin bilgileri girerler. Bilgi girerken bilgi kaynaklarını dahil edebilir, açık başlık düzenleme sekmesini kullanarak da içeriği değiştirmek ya da eklemek mümkün olabilmektedir.

2.6. Webinar

Ağ, yani çevrimiçi toplantı, sanal sınıf, teknolojilerin ve iletişimin çeşitliliği nedeniyle kişi ve kurumların birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan çalışma ve etkileşim yollarından sadece biridir. Konferans, sunum, çalıştay, çevrimiçi konferans vb. olarak da tanımlanabilmektedir. İlk kez 1960'lı yıllarda kullanılmaya başlandığı söylenmektedir (Wikipedia, 2024).

2.7. Intranet 2.0

Intranetler, kurum çalışanlarına bilgiler ve esas olarak yönetim faaliyetleri, şirket politikası kararları, personel prosedürleri, teknik kılavuzlar, fiyat listeleri, programlar vb. ile ilgili belgelere erişim için uygun bir yol

sağlamaktadır. Bilgiyi barındıran kapalı bir sistemdir. Temel amaç, kurum içinde bilgi ve bilgi akışının paylaşılmasıdır (Wikipedia, 2024).

Tüm bunlarla ifade edilen sosyal ağları içeren yeni medya teknolojileri kitlesel iletişimi kolaylaştırmaktadır. Böylece sosya-ekonomik birçok unsurun değişimine neden olmaktadır.

3. SONUÇ

Bu çalışmada nitelikli işgücünün göç süreci ve bu süreci etkileyen sosyal medya etkileşimi ele alınmıştır. Teknolojideki gelişmeler nitelikli işgücü talebinin çok daha fazla olmasına neden olmaktadır. Vasati işgücü talebi ile nitelikli işgücü talebi arasındaki makas açılmaktadır. Nitelikli işgücü küreselleşmenin de etkisiyle dünyanın her yerinde çalışabilecek bir işgücüdür. Elbette ki onların bu donanımlara sahip olarak yetişmeleri kolay olmamaktadır. Nitelikli işgücü ülke içinde büyük bir maliyete katlanılarak yetişmektedir. Ancak gelişmekte olan ülkelerde bu grup işgücü arzu ettikleri yaşam standardını elde edememektedir. Böylece göç etmek zorunda kalmaktadır. Her ne donanıma sahip olursa olsun bir insanın doğup büyüdüğü yeri bırakarak başka bir yere çalışmak ve yaşamak için göç etmesi başlı başına psikolojik travma olabilmektedir. Öyle ki insanlar ilk etapta bunu göze alabilmektedir. Ülke için düşünüldüğünde de işgücünün kaybı birçok olumsuz sonucu beraberinde getirmektedir.

Göçü kolaylaştıran bazı unsurlar vardır ki sosyal medya etkileşimi bunlardan biridir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak sosyal medya uygulamaları her geçen gün daha fazla insanın etkileşime geçmesine neden olmaktadır. Göçle beraber gidilen ülke şartlarını içeren bilgilere kısa bir zamanda çok fazla kişinin erişmesiyle diğer gitmek isteyenler tetiklenmektedir. Buradan hareketle yetişmiş insan gücünü ülke sınırları içinde tutmak giderek zorlaşmaktadır. Bunu önleyecek tedbirlerin alınması önem arz etmektedir. Nitelikli işgücü diğer nitelikli işgücünü yetiştirmektedir. Bu grubun göç ile kaybı bir kartopu gibi büyüyerek ülkelerin geleceği için bir risk unsuru olmaktadır. Onun için yetişmiş insan gücünün güvenliğini ve iş doyumunu sağlayacak tüm tedbirlerin ele alınması ve iyileştirilmesi önem arz etmektedir.

Göç eden işgücünün farklı ülkelerden gelen işgücü ile ikame edilmesi probleme çözüm olarak sunulabilmektedir. Özellikle hizmet sektöründeki çalışanlar yapmış oldukları faaliyetleri belirli donanımlarla gerçekleştirmektedir. Bu donanımlar çocukluktan başlayarak bir kültür içinde alınmış olan ve çevresel faktörlerle alınmış olan kazanımların sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Kendi kültürünüzle yetişmiş bir bireyin vermiş olduğu

nitelikli hizmete paha biçilemez. Öyle ki mesai mevhumu gözetilmeksizin sadece empati yapılarak bile faaliyetler gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. O yüzden nitelikli yetişmiş işgününün ülke içinde tutulması ayrıca önemlidir.

Kaynakça

- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması: Sosyal web’de pazarlama stratejileri*. Ankara: Eflatun Basım.
- Acar, E. (2023). 1960-1965 döneminde Türkiye’den Almanya’ya işçi göçleri. *Troyacademy*, 8(1), 38-69.
- Aydan, S. (2023). Hekim göçü açısından Türkiye’nin çalışma koşullarının değerlendirilmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 26(3), 895-920.
- Berkaş, S. ve Oraklıbel, R. D. (2021). Sanayi Devrimi ile gelen değişim: İş bölümü ve yabancılaşma. *Atlas Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(6), ISSN 2602 – 4128.
- Delibaş, H. (2020). Transatlantik köle ticaretine dair bir analiz (Gorée ve Saint Louis köle ticareti). *AHBV Akdeniz Havzası ve Afrika Medeniyetleri Dergisi*, 2(1),32-42.
- Demirbaş, T. (1989). *Federal Almanya’ya Türk işçi ve bunun yarattığı sorunlar*. Erişim Tarihi: 6.05.2024, <https://hukuk.deu.edu.tr/wp-content/uploads/2020/01/timur-demirbas.pdf>.
- Develi, E. S. (2017). 21. yüzyılda göç olgusu: Uluslararası göç teorilerinin ekonomi politikası. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22, Göç Özel Sayısı, 1343-1353.
- Gerbeau, Y. M. (2017). *Mass migrations across the world-system’s history. E-International Relations*. Erişim Tarihi: 30.04.2024, <https://www.e-ir.info/2017/08/01/mass-migrations-across-the-world-systems-history/>.
- Hayran, O. (2023). *Sağlık alanında beyin göçü ve yönetimi. Dosya: Beyin Göçü*. Erişim Tarihi: 14.05.2024, https://www.medipol.edu.tr/sites/default/files/document/SD_063_Online-48-51.pdf
- Kahya, Y. (2022). Göçün değişen yüzü: Fiziksel emek göçünden beyin göçüne. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 15(39), 819-833.
- Kara, O. (2024). *We are social digital 2024 global raporu yayımlandı*. Erişim Tarihi: 01.05.2024, <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2023-global-ve-turkiye-raporu-yayinlandi/>.
- Kara, O. (2024). *We are social digital 2024 global raporu yayımlandı*. Erişim Tarihi: 03.05.2024, <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2023-global-ve-turkiye-raporu-yayinlandi/>.
- Karaca, İ. ve Yurttaş, S. (2021). Alman nitelikli işçi gücü göçü yasası çerçevesinde sağlık çalışanlarının Almanya’ya göç edebilme motivasyon ve potansiyelleri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 1760-1788.
- Karataş, K. ve Ayyıldız, A. A. (2021). Bugünün Türkiye’inde göç gerçeği: Küresel hareketliliğin neresindeyiz?. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 473-500.
- Mc Neil, W. H. (2007). *Dünya tarihi*, Alaaddin Şenel, (Çev.), Ankara: İmge Kitabevi.

- Odabaşı, S. ve Karaman N. (2023). Türkiye`den yurtdışına göçün sosyo-ekonomik nedenleri. *İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(11) 75-90.
- Tataru, G.F. (2019). Migration—an overview on terminology, causes and effects. *Logos Universality Mentality Education Novelty: Law*, 7(2), 10-29.
- Toney, M. B. ve Bailey, A. K. (2014). Migration, an overview. A. C. Micholas (Ed.), *Encyclopedia of quality of life andwell-being research*. Springer, Dordrecht.
- Sağbaşı, S. M. (2009). *Beyin göçünün ekonomik ve sosyal etkileri: Türkiye örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şahin Kütük, B. (2015). Türkiye'den Batı Avrupa'ya işçi göçünün sosyolojik çalışmalara yansımaları. *Sosyoloji Konferansları*, No: 52 (2015-2) / 609-654.
- Şengöz, A. ve Eroğlu, E. (2017). Örgütlerde sosyal medya kullanımı: sosyal medya algıları, amaçları ve kullanım alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 503-524.
- Tosun, N. B. (2018). *Reklam yönetimi*. 1. Baskı. İstanbul: Beta.
- Tosun, N. B. (2020). *Marka yönetimi*. Güncellenmiş 4. Baskı. İstanbul: Beta.
- Türk Hemşireler Derneği (2023). Hemşire göç eğilim çalışması raporu. Ankara.
- United Nations (2016). Defining and measuring circularmigration. United Nations Economic Commission for Europe, New York and Geneva.
- Urgan, S. (2021). İşyeri mutluluğu ve transhümanizm. Ş. Sevim, C. Duran ve S. Budak (Editörler), *Örgütsel mutluluk* (ss. 92-108), Konya: Eğitim.
- Vural, Z. B. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 20(5), 3348-3382.
- Wikipedia (2024). *LinkedIn kavramı*. Erişim Tarihi: 01.05.2024, <https://tr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>.
- Wikipedia (2024). *Facebook kavramı*. Erişim Tarihi: 01.05.2024, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>.
- Wikipedia (2024). *Webinar kavramı*. Erişim Tarihi: 01.05.2024, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Webinar>.
- Wikipedia (2024). *Intranet kavramı*. Erişim Tarihi: 01.05.2024, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Intranet>.
- Yalçın, S. (2023). Yeni medya ve kurumsal itibar yönetimi. E. B. Aydın (Ed.), *Yeni medya ve halkla ilişkiler-kavramsal çerçeve ve uygulama örnekleriyle* (ss.121-142), 1. Baskı. Ankara: Nobel.
- Yıldırımoğlu, H. (2005). Uluslararası emek göçü "Almanya'ya Türk emek göçü". *Kamu-İş*, 8(1).