International
SOCIAL SCIENCES STUDIES JOURNAL
e-ISSN:2587-1587
Open Access Refereed E-Journal & Indexed & Publishing
Research Article
Article Arrival : 06/01/2021
Published : 17.02.2021
Doi Number http://dx.doi.org/10.26449/sssj.2950
Reference Kırık, A.M. & Özkoçak, V. (2021). "Koronavirüs (Covıd-19) Pandemisinde Evden Çalışma Ve İş Hayatında Dijital İletişim Teknolojilerinin Kullanımı" International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:7, Issue:79; pp:924-933

KORONAVİRÜS (COVID-19) PANDEMİSİNDE EVDEN ÇALIŞMA VE İŞ HAYATINDA DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI

On The Use Of Digital Communication Technologies In Work From Home And Business Life In Coronavirus (Covid-19) Pandemic

Doç. Dr. Ali Murat KIRIK
Marmara Üniversites,i İletişim Fakültesi Radyo, TV ve Sinema Bölümü, İstanbul/TÜRKİYE
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5771-4843

Dr. Öğr. Üyesi. Vahdet ÖZKOÇAK
Hitit Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Antropoloji Bölümü, Çorum/ TÜRKİYE
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-4603-2548

ÖZET

Sosyolojik bir varlık olan insan kültürel, iktisadi, biyolojik ve tıbbi durumlardan da etkilenebilmektedir. 2019 yılında başlayan ve 2020 yılında tüm dünyayı adeta etkisi altına alan yeni tip Koronavirüs (Covid-19) pandemisi, insanoğlunu küresel anlamda etkileyen uluslararası bir sorun olarak karşımıza çıkmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) bir takım mücadele önerileri sunsa da ülkeler koronavirüsle mücadelede daha çok ulusal çözüm yolları geliştirmişlerdir. Özellikle bu süreçte ekonomi ve iş dünyasında ulusal tedbir ve politikalar izlenmiştir. İş dünyası; hem özel sektörde hem de kamuda dijital iletişim teknolojilerini kullanarak bu sorunun etkilerini en aza indirgemeye çalışmış, evden çalışma sistemi giderek yaygınlaşmaya başlamıştır. Bazı iş kollarında evden çalışma bir çözüm yolu olurken, bazılarında ise istenen verim elde edilememiştir. Ancak motivasyonun artışı ve çalışanların birbirleriyle iletişimi noktasına telekonferans uygulamaları hızlı bir ivme kazanmış, internet aracılığıyla fiziki sınırlar adeta ortadan kalkmıştır. Evden uzaktan çalışmayı benimsemek işletmeler için yeni bir normdur. Koronavirüs pandemisi, ekiplerin ve çalışanların iletişim kurduğu yeri tamamen yeniden tanımlamıştır. Evden çalışma artık bir seçenek değil, birçok işletme için hayatta kalma yolu halini almıştır. Yeni çalışma planlarının anında benimsenmesi, birçok şirketi iş güçlerini geleneksel ofislerin dışında nasıl yöneteceklerini, iletişim kuracaklarını ve onlarla nasıl bağlantı kuracaklarını anlamaya zorlamıştır. Skype, Facetime, Zoom, Google Hangouts gibi sürekli gelişen teknolojiler, kimlik doğrulama uygulamaları ve bulut bilişim sistemleri sayesinde çalışanlar arasında dijital ortamda iletişim sağlanabilmiştir. Bu çalışmada, insanın kendine özgü davranış ve tutumları göz önünde bulundurularak Koronavirüs pandemisiyle birlikte iş dünyasında meydana gelen evden çalışma ve dijital teknolojilerin kullanımını detaylandırılmaya çalışılmış ve durum saptaması gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Koronavirüs, COVID-19, Pandemi, Evden Çalışma, Dijital İletişim, İş Hayatı, Ekonomik Antropoloji

ABSTRACT

As being a sociological entity, human can also be affected by cultural, economic, biological and medical conditions. The new type of coronavirus (Covid-19) pandemic, which started in 2019 and affected the whole world in 2020, has emerged as an international problem that affects human beings globally. Although the World Health Organization (WHO) has offered some combat recommendations, countries have developed more national solutions to combat coronavirus. Especially in this process, national measures and policies were followed in the economy and business world. Business world; tried to minimize the effects of this problem by using digital communication technologies both in the private sector and in the public sector, and the home-working system has become increasingly common. While working from home is a solution in some business lines, the desired efficiency has not been achieved in some of them. However, teleconferencing applications have gained rapid momentum to the point of increasing motivation and communication between employees, and physical boundaries have almost disappeared through the internet. Adopting remote work from home is a new norm for businesses. The coronavirus pandemic has completely redefined where teams and employees communicate. Working from home is no longer an option, but a means of survival for many businesses. The immediate adoption of new work plans has forced many companies to understand how to manage, communicate and engage with their workforce outside of traditional offices.

Thanks to constantly evolving technologies such as Skype, Facetime, Zoom, Google Hangouts, identity verification applications and cloud computing systems, digital communication between employees was achieved. In this study, taking into account the distinctive behaviors and attitudes of the human being, the use of home work and digital technologies that occurred in the business world with the coronavirus pandemic is tried to be detailed and the situation is determined.

Key Words: Coronavirus, COVID-19, Pandemic, Home Work Dijital Communication, Business Life, Economic Anthropology

1. GİRİŞ

Tüm dünyayı etkisi altına alan yeni tip Koronavirüs (Covid-19) pandemisinin etkileri şüphesiz ki her alanda yoğun şekilde hissedilmiştir. Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi olarak ilan edilen bu hastalıkla mücadelede sağlık çalışanları başta olmak üzere, kolluk kuvvetleri, filyasyon (hastalığın kaynağını bulma) ekipleri ve diğer görevliler etkin bir rol üstlenmiştir. 2020'de etkisini yoğun şekilde hissettiren bu küresel sağlık sorununun 2021'de de devam edeceği öngörülmektedir. Öyle ki ekonomik büyüme tahminleri şimdiden Koronavirüs salgını temelinde yapılmaya başlanmış, iş dünyasında da yeni iş modelleri geliştirilmeye çalışılmıştır. Dünya genelinde meydana gelen pandemiler incelendiğinde birçok alanda değişikliklerin yaşandığı görülmüştür. Yeni tip Koronavirüs (Covid-19) pandemisi sonrası da sosyolojik, politik, kültürel ve iktisadi alanlarda dönüşümlerin oluşması kuvvetle muhtemeldir. Özellikle Covid-19 pandemisinin bitişinden itibaren yenidünya düzeninin baş göstereceği bilim insanlarının birçoğu tarafından hali hazırda dile getirilmektedir (Kırık ve Özkoçak, 2020: 135).

Covid-19 salgını, halk sağlığı sistemlerinde ve küresel ekonomilerde benzeri görülmemiş zorluklara neden olmuştur. Hükümetler, kısıtlamalar başta olmak üzere toplumun birçok alanında kontrol önlemleri yoluyla sosyal mesafe kurallarını uygulamaya geçirmiştir. Sosyal ve iş hayatı aniden değişmiş ve birçok ülke pandemiyle mücadele noktasında iş dünyasında farklı yöntemleri geliştirmeye çalışmıştır. Modern dünya tarihte ilk kez, dünyanın dört bir yanındaki çalışanlar, hazırlıklı olmadıkları birçok yeni teknolojik zorluğun üstesinden gelerek hemen her gün evden çalışmaya yönelmek zorunda kalmıştır (Waizenegger, McKenna, Cai, Bendz, 2020: 429)

Evden çalışma şekli, maliyet tasarrufu potansiyeli nedeniyle giderek daha popüler hale gelmekte; aynı zamanda bir organizasyonun daha çevik olmasının ve küresel pandemi gibi krizlere uyum sağlamasının bir yolu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yenilikçi çalışma yöntemi, aniden evden çalışmaya geçmek zorunda kalan kuruluşlara yeni zorluklar getirmekte, iş hayatına doğrudan etki etmektedir. Evden çalışma başlangıçta olumlu karşılansa da, çalışanlar için iletişim, işbirliği ve teknoloji uygulamasıyla ilgili birçok sorunu ortaya çıkarmaktadır (Raišienė, 2020: 5332).

Evden çalışma dijital iletişim araçlarının ön plana çıkmasını sağlamış ve teknoloji bu süre zarfında yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Zira iletişim hayatın merkezinde yer almaktadır. Konuşmak, yönlendirmek, anlaşmak adına iletişim son derece önemlidir (Kırık, Altıntaş Var, Özkoçak, Darıcı, 2020: 47). Pandemi nedeniyle tüm dünyada ekonomik, politik, sosyolojik ve psikolojik birçok alanda meydana gelen zorluklar evden çalışma sürecinde de etkisini hissettirmiş, çalışanların sağlıklı iletişim kurabilmesi adına kullanmış olduğu teknolojiler son derece önem kazanmıştır.

The Harris Poll tarafından Glassdoor adına yürütülen yaklaşık 1000 ABD'li yetişkin arasında işverenlerinin Covid-19 olarak ifade edilen yeni tip Koronavirüse yönelik tepkisi ve evden çalışma konusundaki duyguları hakkında yapılan bir araştırma son derece önemli veriler sunmaktadır. Zira bu araştırma evden çalışmada dijital iletişimin önemini gözler önüne sermektedir. Tüm gelir aralıklarındaki 10 çalışandan yaklaşık 3'ü (% 28), işverenlerinin Covid-19 salgını endişelerine yanıt olarak hiçbir şey yapmadığını söylemiştir. Çalışanların % 67'si ise koronavirüs salgını nedeniyle işverenlerinin çalışanları süresiz olarak evden çalıştırma kararını destekleyeceklerini belirtilmiştir. ABD'deki 5 çalışandan 3'ü (% 60), süresiz olarak evden çalışmaları gerekiyorsa, işlerini uzaktan verimli bir şekilde yapabileceklerinden emin olduklarını aktarmıştır. Çalışanların % 50'si ise normal iş yerlerinin aksine evden çalışarak eşit veya daha verimli çalışacaklarına inandıklarını dile getirmiştir. Araştırmada bir diğer dikkat çeken husus cinsiyet farklarında göze çarpmaktadır. Kadın çalışanların dörtte biri (% 25), erkek çalışanların% 14'üne kıyasla işlerini uzaktan yapmanın mümkün olmadığını beyan etmiştir. (https://www.glassdoor.com/blog/new-survey-covid-19/, Erişim Tarihi: 05.01.2021).

Tüm bu sebeplerden ötürü çalışmada koronavirüs nedeniyle iş hayatında meydana gelen dönüşüm irdelenmeye çalışılacak, bu sürecin çalışanlara ve iş hayatına etkileri aktarılacaktır. Koronavirüsün

oluşturduğu olumsuzluklara karşı motivasyonun rolü ve evden verimli çalışmanın yolları üzerinde durulacak, işletmeler açısından dijital iletişimin önemi ve çalışanların sağlıklı iletişim kurabilmesi adına izlemesi gereken stratejiler belirtilecektir.

2. COVID-19 SÜRECİNİN ÇALIŞANLARA VE İŞ HAYATINA ETKİLERİ

İthalat ve ihracat özelinden birçok devlet salgının etkisini en aza indirgemek için hem uluslararası hem de ulusal tedbirleri almış, ekonomik kaygıları önceleyecek şekilde borçlanmaları düzenlemiş, bu adımları hem ulusal hem de uluslararası kamuoyu ile paylaşmıştır.

Dünya genelinde iş hayatının etkileri üzerine yapılan birçok çalışma mevcuttur ve bu önemli çalışma alanlarından birisi de ekonomik antropolojidir. Ekonomik antropoloji işletme ve iktisat alanında sıklıkla temas eden bir alandır. Ekonomik antropoloji araştırmaları, iktisat ve özellikle işletme alanı için birikimli olarak yapılan çalışmalar sayesinde büyük önem taşımaktadır. Çünkü antropologlarının saha çalışmaları, karşılaştırmalı bakış açısı ve bütüncül metodolojisiyle, iş hayatında var olan şirketlerin geniş perspektifte kendi imkânlarını ve kabiliyetlerini geliştirebilme fırsatı sunmaktadır (Çeven, 2017).

Dünya daha önce de bu tip ekonomik sorunlar yaşamış, tarih ekonomik buhranların sebeplerini ve etkilerini yazmıştır. Ancak Koronavirüs salgınının etkileri ve neden olduğu ekonomik yıkım oldukça farklıdır. Salgın küresel ancak çözümler ulusaldır ve krizin kaynağında insan vardır. İnsan kaynağını etkileyen bu durum dolayısı ile iş hayatını ve istihdamı da etkilemiştir. Hem üretimde düşüşler hem de iş hayatında yaşanan sorunlar olumsuz etkileri katlayarak artırmıştır. Salgın döneminde üretimin durması, fabrikaların bazılarının çalışma kapasitesinin altına düşmesi, bazı durumlarda üretimin tamamen durması neticesinde ekonomik olumsuzluklar derinleşmiştir. Bu derinleşen sorunlar sektörler arasında farklılık arz etmiş, hem dünyada hem de Türkiye'de coğrafik farklılıklar da göstererek, sorunların küresel anlamda çeşitliliği de artmıştır (Balcı ve Çetin 2019).

2.1. Covid-19 Sürecinde İş Hayatı ve Evden Çalışma

Koronavirüs pandemisi küresel bir sorun olduğu için dünyada ortak bir seferberlik görülmüştür. Pandemi ekonomik ayrım gözetmeksizin her kesimden insanın kendini izole etmesine sebebiyet vermiştir. Bu durum antropolojik olarak da ele alındığından, Koronavirüs salgını bedensel sağlık dışında da, toplumun genelini hem psikolojik hem de sosyolojik olarak etkilemiştir. Eğitimden, sağlığa birçok alanda topyekûn bir takım değişiklikler söz konusu olduğundan ilerleyen dönemlerde de bu değişikliklerin kalıcı olabileceği vurgulanmaktadır. Bu sebeplerle özellikle uzaktan eğitimin revaçta olduğu bir dönemde eğitim sektöründe ve ekonomik boyutları ile eskisinden daha fazla alan ile etkileşime girmiş iş dünyasında farklı saha çalışmalarının yapılması da kaçınılmazdır. Salgından en çok etkilenen sektörlerde antropolojik, psikolojik ve sosyolojik araştırmaların yapılması oldukça önem arz etmektedir. Sürecin dinamik olduğu dikkate alınırsa, ileride hayata geçirilecek süreçlerin planlamasında hazırlıkların detaylı yapılması mühimdir. (Akca ve Küçükoğlu, 2020).

Evden, uzaktan, tele çalışma veya yaygın adı ile "Home Office" olarak isimlendiren bu çalışma modelleri 2000'lerden bu yana revaçta olmasına rağmen Koronavirüs ile daha da önemli bir yer teşkil etmiştir. Evden, uzaktan, tele çalışma, alışılagelmiş iş ortamında faaliyet gösterme yerine çalışanın sürekli yaşadığı alan olan kendi evinden çalışmasıdır. Koronavirüs sonrası evden çalışma biçimi sektörlerin yer aldığı alanlara göre bazı avantajları da beraberinde getirmiştir. Özellikle bazı büyük şehirlerde evden çalışma ile yolda ya da trafikte geçen zaman azalmış ve verim artmıştır. Bu eğilim aynı zamanda üretkenliği de beraberinde getirmiştir. Çalışanların boşa geçen zamanlarına karşın daha az yorulması onları daha olumlu ve enerjik yaparken, arta kalan zaman ve enerjileri de aileleri ile eskiye nazaran daha çok vakit geçirebilmelerine imkân tanımıştır. Evden çalışmanın, çocuk bakımı ve diğer işlerle ilgilenme konularında da pozitif yansımaları olacağı da düşünülmektedir. İşveren ve sektör sorumluları için klasik ofis giderleri dışında ulaşım kartı giderleri de azalacaktır. Uzaktan çalışma yani evden çalışma için gerekli alt yapı kurulmalı, hizmet içi eğitimler verilerek sürecin sorunsuz işlemesi sağlanmalıdır (Akca ve Küçükoğlu, 2020).

Kısaca internet ortamında ve dijitalleşen dünyada evden çalışma modeli uzun zamandır gündemde olan ve uygulamasına başlanmış bir sistemdir. Koronavirüs salgını sonrası özel sektörden, kamuda çalışan memurlara kadar esnek çalışma modeli başat uygulama olmuştur. En uygun sektörlerin başında gelen eğitim, bilişim, teknik hizmetler ve finans kuruluşlarında evden çalışma uygulamaları sorunsuz olmasa da

en az sorunla yürütülmektedir. Bu sektörlerin evden çalışma modelinde başarılı olması da ekonomik gelişmişliğe katkı sağlamaktadır.

2.2. Çalışma Hayatında Motivasyonun Rolü

Motivasyon genel tanımı ile güdülenmek olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca isteklendirme ve teşvik etme gibi anlamları da vardır. Kişilerin belli bir hedef veya amaç ile kendi arzu ve istekleri ile davranmasına da motivasyon denir. Çalışma hayatının olmazsa olmazı olarak da gösterilebilmektedir. Çalışma hayatında başarılı olan bireylerin motivasyonlarının da güçlü olduğu varsayılmaktadır. Tabi ki motivasyonun bir de çalışma dünyasında ve çalışma ortamında karşılığı bulunduğunu göz ardı etmemek gerekmektedir.

Hemen hemen her sektörde çalışanların motivasyon düzeyi hizmeti veya ürünü alanlar açısından önemli olduğu kadar, işletme-firma açısından da oldukça mühimdir. İnsanı insan yapan temel özelliklerden birisi de iletişimdir. İletişim, aynı zamanda motivasyon düzeyinde de en etkili araçlardandır. İletişime gereken önemin verilmesi ile kurum veya kuruluşlarda çalışanların hem motivasyonunu hem de verimliliği artacaktır (Mert ve Yılmaz, 2019)

2.3. Performans Açısından Çalışma Hayatındaki Temel Problemler

Çalışma hayatında çeşitli problemler, farklı sorun kaynakları ve bunların ortak örüntüsü, bilim insanları tarafından verimlilik artırma için sıklıkla incelenen konulardandır. Verimlilik arttıkça, hem sektöre hem de ülke ekonomisine olumlu katkı sağlanacağı aşikârdır. Bu sebeple iş ortamında stres kaynaklarının ortadan kaldırılması mümkün değilse bile en aza indirgenmesi önemlidir. Bu işi yapacak ilgili birimler hem özel sektörde hem de kamuda farklılık göstermektedir.

Çalışma hayatında yaşanan ve sıklıkla karşılaşılan sorunlardan birisi de işin yapılış koşullarından kaynaklanmaktadır. Maddi çıkarlar, çalışanların kişiliği ile ilgili sorunlar, psikolojik davranış bozuklukları, saldırgan davranışlar vb. durumlar bu sorunların bazılarına örnektir. Bu gibi sorunlar çalışma hayatında performans açısından olumsuz yönde etki edebilecek sorunlardandır. İşe devamsızlık ve iş ortamının yetersiz fiziksel koşulları da en az iş yerinde psikolojik bezdiri (mobbing) kadar performansı düşüren etkenlerdendir. Cinsel taciz sorunu yukarıda saydığımız sorunlardan daha farklı sonuçları doğuran sadece performansı verimliliği değil sosyolojik ve psikolojik sonuçları ile özelinde aile genelinde de toplumu ilgilendiren başat sorunlardandır (Yıldız, 2020).

Koronavirüs nedeniyle çalışanların mağduriyet yaşamaması ve zarara uğramaması adına farklı tedbirlerin alınması gerekli olmuştur. İş hayatında temel olan hususlar iş ilişkisinin sürekliliğinin kesintiye uğramaması, iş sözleşmesinin sona ermesinin engellenmesidir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de konu hakkında gerekli tedbirler alınmış, iş yerlerinin kısmen ya da tamamen kapalı hale getirilmesi gibi nedenlerden dolayı çalışanların, hem işçilerin hem de işverenlerin korunabilmesi adına hukuki düzenlemeler meydana getirilmiştir. Özellikle kısa çalışma uygulaması aracılığıyla gerek iş ilişkisinin korunması, gerek işçilerin gelir kaybının kısmen de olsa önüne geçilmesi ve gerekse de işveren bakımından işletmenin ayakta tutulması mümkün hale gelmiştir (Yürekli, 2020: 35-36).

Çalışma hayatında yaşanan diğer sorun ise iş yeri ortamı, işveren, şef-amir-müdür ya da çalışma arkadaşı kaynaklı yaşanan strestir. Stres, *"bir eylem ya da durumun kişi üzerinde yarattığı fiziksel veya psikolojik zorlanmaya verilen tepkidir"*. İş stresi; *"bireyi normal fonksiyonlarından saptıran psikolojik ve/veya fiziksel davranışlarını değiştiren işle ilgili etmenlerin sonucunda oluşan psikolojik bir durum"* olarak tanımlanabilir. Stresin davranışsal, psikolojik ve fizyolojik etkileri vardır. Günümüzde stressiz yaşamak neredeyse imkânsızdır. Bireylerde aynı stres düzeyi ve ortamı farklı tepki ve sorunlara yol açabilmektedir. Stresten uzak kalınamayacağına göre stresle baş etme yöntemlerinin öğrenilerek iş yerindeki stresten en az zarar ile dönüş sağlanması son derece mühimdir (Yıldız, 2020). Zira koronavirüs pandemisinin iş stresini arttırdığına yönelik tespitler mevcuttur.

Çalışanların çok azı maalesef stressiz ya da az stresli ortamda çalışmaktadır. Yukarıda saydığımız kişisel zararlarının yanı sıra, kurumlara da bazı sorunlar yansıyabilir. Bunlardan bazıları; performans düşüklüğü, işe devamsızlık, devir hızı ve yabancılaşmadır (Yıldız, 2020). Koronavirüs salgını döneminde bu olumsuz yansımalar daha da artmıştır. Temelinde sadece hayatta kalma içgüdüsü değil aynı zamanda ağırlaşan ekonomik şartların olduğunu da söyleyebiliriz. Hem çalışan hem de işveren bu sorunları baş etme konusunda ortak irade göstermeli, empati kurmalı ve temel yaşamsal gereksinimleri hem sosyolojik hem de

psikolojik olarak anlamaya çalışmalıdır. Bu manada Antropoloji biliminden de faydalanılması gerektiğini düşünmekteyiz.

2.4. Pandemi Döneminde Çalışanların Antropolojik Açıdan Değerlendirilmesi

Antropolojinin kelime anlamı insan bilimidir. İnsanı biyolojik, morfolojik ve sosyo-kültürel özellikleriyle araştıran, inceleyen bilim dalıdır. Antropoloji, sosyolojiden biyolojiye, paleontolojiden coğrafyaya, odontolojiden osteolojiye, tıptan felsefeye, jeolojiden arkeolojiye, psikolojiden iktisadi bilimlere hemen her bilim dalıyla yakın temastadır. Antropoloji bilimi başta biyolojik antropoloji ve sosyal antropoloji olmak üzere çeşitli alt dallara ayrılır (Özkoçak, Koç ve Gültekin, 2020).

Globalleşen günümüz dünyasında ekonomik, endüstriyel, ticari, eğitimsel ve kültürel sebeplerle anlık, konforlu ve çok hızlı yer değiştirebilmenin mümkün olduğunu biliyoruz. Bu kolay, konforlu ve hatta ekonomik seyahatlerin bir sonucu olarak da bulaşıcı hastalıklar hatta salgınlar (pandemiler) küresel bir sorun haline gelmiştir. Tarihi kayıtlarda yer alan epidemiyolojik veriler detaylı incelendiğinde, yeni salgınların ve yeni hastalıkların ortaya çıkmasının yanında bazı eski hastalıkların da tekrar ortaya çıkabileceği görülmektedir (Özkoçak, Çetli ve Koç, 2020).

Pandemi terimi doğadaki uyumun bir sonucu olarak da görülebilir; bakteriler ve virüsler hayattaki dengeyi sağlamaktadırlar. Epidemiyoloji, hastalıkların insan gruplarındaki görülme sıklığını ve bu sıklığı tetikleyen unsurları detayları ile araştıran önemli bir disiplindir; "Ne? Kim? Nerede ve Ne zaman?" sorularına yanıt arar. "Kim?" sorusunun öznesi insandır. Antropoloji de en kestirme tanımı ile insan bilimi demektir. İnsanı; sosyolojik, biyolojik ve morfolojik olarak ele alır (Özkoçak, Çetli ve Koç, 2020).

İnsan evrimi gereği bazı özellikleri doğrudan kullanmayı ister. Çalışma ortamının gelişen teknolojilerle değiştiği aşikardır. Ortamda kullanılan alet ve gereçlerin ergonomik olmasından, ruhsal duruma kadar tamamı Antropoloji biliminin direkt çalışma konusudur. Fiziki Antropoloji alanı doğrudan bu konularla ilgilenir. Bu çalışmalar da Pandemi öncesi ve sonrası olarak ikiye ayrılacaktır. Antropologların insanı çalışma ortamı ile bir bütün görmesi de oldukça önemlidir. Antropoloji biliminin ortaya koyduğu sonuçlar, ilerleyen dönemlerde hem çalışan hem de işveren özel-kamu açısından değerlendirilme fırsatı bulacaktır.

2.5. Evden Verimli Çalışma Yöntemleri

Son zamanlarda, özellikle de Koronavirüs salgını sonrası Evden Çalışma ve yöntemleri birçok bilim insanı tarafından detayları ile ele alınmıştır. Koronavirüs salgını ile de kamu ve özel sektör için alternatif bir strateji olmuştur. Koronavirüs salgını birçok kamu ve özel sektör işvereninin çalışma yöntemlerini ve kültürlerini değiştirmesinde önemli bir etken olmuştur. Salgını durdurmak ve bulaşma risklerini en aza indirgemek için alınan önlemler çerçevesinde evden çalışma yöntemleri küresel anlamda geçerliliği olmuş ve kabul görmüştür. Evden çalışmanın istihdam üzerindeki etkisini değerlendirmek için önemli bir nokta, bireylerin evden çalışıp çalışamayacağı konusudur. Bu konu icra edilen mesleğe bağlıdır. Evden çalışma modeli, hâlihazırda uygun çalışma imkânlarına sahip işletmelerce etkili bir şekilde uygulanabilirken bazı sektörler-alanlar için zorluklarla boğuşma anlamına da gelebilmektedir. Bilgisayar programcılığı, eğitim, bankacılık ve sigortacılık gibi meslek icrasında oldukça verimli sonuçlar verirken, birtakım özel ekipmanların kullanılmasını gerektiren, işgücü ile yapılması zorunlu olan ve kişisel yakınlık ve temas gerektiren işler için evden çalışma modeli verimli olamamakta ve hatta uygulanamamaktadır (Akca ve Küçükoğlu, 2020).

3. COVID-19 SÜRECİNDE İŞLETMELER AÇISINDAN DİJİTAL İLETİŞİMİN ROLÜ VE ÖNEMİ

Bilgi iletişim ağından (Web 1.0) etkileşimli ağa (Web 2.0) geçişle meydana gelen dijital iletişimdeki teknolojik yenilikler, sosyal araştırmalar için yeni fırsatlar ve zorluklar oluşturmaktadır. Web 2.0 teknolojileri, özellikle yeni sosyal medya (örn. sosyal ağ, bloglama ve mikro bloglama) ve ayrıca World Wide Web'in artan erişilebilirliği akıllı telefonlar, tabletler ve mini dizüstü bilgisayarlar gibi son derece portatif ve yaygın cihazlarla, sosyal araştırmalar için önemli olan yeni veri formları ve bu tür verileri analiz etmek için yeni yöntemler ve teknikler üretmektedir (Edwards vd. 2013: 245). Ayrıca dijital bilgi ve iletişim teknolojilerinin sınıf, cinsiyet, ırk, etnik köken ve yaş ilişkili sosyal eşitsizliklere karıştığı da yaygın olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte, şu anda bu ara yüzü analitik olarak keşfetmenin sadece sınırlı, hatta kısıtlayıcı yolları vardır. Özellikle, dijital uçurumun en etkili yanı, bir yanda teknolojiyi, diğer yanda sosyal süreci ayırmasıdır. Dahası, 'dijital uçurum' kavramı, dijital olarak meşgul olan ve ayrılanlar

arasında basit ve tekil bir sınır ima etme eğilimindedir. Bu arada, bilim ve teknoloji çalışmaları sosyo-teknik ilişkileri keşfetmek için bazı önemli kavramsal ve teorik kaynaklar önermekle birlikte, bunlar şimdiye kadar büyük ölçüde sınıf, cinsiyet, ırk ve diğer biçimlerle 'ana akım' sosyolojik endişelerin bir eleştirisi olarak geliştirilmiştir. Gerçekten de Latour (2005) ve diğerleri, önceden sosyolojiye sahip olan ve bunun yerine Aktör Ağı Teorisi ile hazırlanan 'dernek sosyolojisini' destekleyen 'sosyolojik kümeler' (sınıf, cinsiyet vb.) , sosyal kategorilerin veya kümelerin varlığı hakkında herhangi bir varsayımı reddetmiştir (Halford & Savage, 2010: 937-938).

3.1. Dijital İletişimin Fırsatları, Tehditleri

Dijital iletişim sanal ortamda hızlı ve kesintisiz iletişim sağlamakta, tüketicilerin işletmelerle bağlantı kurmasını sağlamaktadır. Özellikle yeni tip koronavirüs süecinde dijital iletişim araçları ve görüntülü konuşma uygulamaları işletmeler açısından yoğun bir şekilde tercih edilmiştir. Ancak dijital iletişimin bir takım tehditleri de yer almaktadır. Bunların başında saldırgan tutum ve davranışlar gelmektedir. Saldırganlık olgusu, hem ana akım medyada hem de ampirik literatürde sosyal medyadaki düşmanca davranışlara gösterilen büyük ilgiye rağmen iyi anlaşılmamıştır. Çoğu katkı tanımlayıcıdır ve büyük ölçüde teorilerin yokluğunda yapılır. Çevrimiçi saldırganlık, empati ve sosyal becerilerin eksikliği, narsisizm, dürtüsellik, sansasyon arayışı, duygusal düzenleme sorunları veya yalnızlık, depresyon gibi psikolojik belirtiler gibi altta yatan kişilik özelliklerinin neden olduğu irrasyonel ve gayri meşru bir davranış olarak anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, geleneksel zorbalık araştırma teorisi, saldırganlığın özel sosyal ağlarda değil, kamusal alanda gerçekleştiği noktasını kaçırmaktadır. Örneğin, zorbalık araştırma teorisinde güçlü ve yaygın olarak paylaşılan bir varsayım, bir iletişimcinin mesaj kaynağını bilinmeyen ve belirtilmemiş olarak algılama derecesi olarak anlaşılan anonimliğin, azaltılmış inhibisyonlar yoluyla saldırganlığı teşvik ettiği şeklindedir (Rost vd., 2016: 2). Dolayısıyla bu dijital iletişim hayatın her alanına nüfuz etmekte ve toplumsal gelişmelerden doğrudan etkilenmektedir.

3.2. Koronavirüs Döneminde İşletmelerin Dijital Medya Kullanımı

Dijital ortam, işletmelerde etkileşim için ana araçlardan biri haline gelmiştir. Kişisel sosyal davranışları değiştirmenin yanı sıra; bu durum bilgisayar aracılı iletişim araçları organizasyon yapılarını da etkilemektedir. Örneğin, e-postanın resmi iş ağlarını tamamladığı ve daha çeşitli, katılımcı ve daha az resmi olarak hizalanmış ilişkiler sağladığı görülmüştür. Gerçekte, dijital iletişim ağlarının sunduğu yetenekler, iletişim modellerine dayanan yeni ağ yapılarının gelişimine yol açmaktadır. Bu tür yapıların örnekleri, örneğin çevrimiçi toplulukların büyümesinde belirgindir. Teknoloji ile desteklenen, normlar ve politikalar tarafından yönlendirilen, bir amaç ile sanal bir ortamda etkileşim kuran insan grupları olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel bilgeliğin aksine, bu tür sanal ağlarda ilişkiler ve ekler geliştirilir ve korunur. Paylaşılan bir örgütsel bağlamda, tanınmayan insanlarla iletişim kurmanın sosyal yükünün azalması, yüz yüze daha önce hiç karşılaşmamış insanlar arasında bilgi akışına bile izin verir (Trier, 2008: 335).

Long ve Sarah'a göre Amerika Birleşik Devletleri'ndeki sosyal yaşam bugün Web 2.0 teknolojilerinin artan kullanımı ile hızla değişmektedir. Sosyal yaşamın birçok alanı, bilgisayarların, internetin, cep telefonlarının ve akıllı telefonların, iPod'ların ve benzer iletişim ve bilgi teknolojilerinin yayılmasıyla farklı şekillerde yeniden düzenlenmektedir. Özellikle yeni tip Koronavirüs olarak ifade edilen COVID-19 hastalığının ortaya çıkması teknolojik dönüşümü hızlandırmıştır. Ticaret daha çok sanal ortamda gerçekleştirilmekte ve birçok iş, bilgisayarların merkeziliği ve Web erişimi ile yeniden yapılandırılmaktadır. Birçok insan, siyasete internet üzerinden katılmakta, çalışmalarını ev ortamında gerçekleştirmektedir. Anaokulundan üniversiteye kadar değişen eğitim, bilgisayarlara giderek daha fazla bağımlı hale gelinmesine neden olmuş ve Web üzerinden bilgiye erişim sağlanmaya başlanmıştır. Kişisel yaşamdan, aile hayatından arkadaşlığa, samimi ilişkilere kadar uzanan bu yeni teknolojiler, hızlı bir dönüşüm oluşturmuştur (Essays UK, 2018).

3.3. Koronavirüs Döneminde İşletmelerin Dijital İletişim ve Sosyal Medya Stratejileri

COVID-19 sürecinde işletmeler sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmıştır. Sosyal medya, işletmelerin ve kullanıcıların üstlenebileceği faaliyetlerin kesişimi ve bu faaliyetlerin araştırılabileceği analiz seviyesi olarak kavramsallaştırılabilmektedir. Faaliyetler, üreticilerin ve tüketicilerin sosyal medyayı nasıl yarattığını ve kullandığını açıklayan geniş bir alanda kategorize edilebilmektedir (Aral, Dellarocas, Godes, 2013: 4):

- ✓ Tasarım ve özellikler tüketicilerin, firmaların ve kuruluşların belirli sosyal medya özelliklerini nasıl kullandığını açıklar; platformların, kuruluşların ve hükümetlerin, bu teknolojilerin kurumsal ve toplumsal hedeflere ulaşmak için kullanılmasını sağlamak ve kısıtlamak için bu özellikleri nasıl tasarladığı, uyguladığı, standartlaştırdığı ve düzenlediğini saptar.
- ✓ Strateji ve taktikler, tüketicilerin, platformların, firmaların ve hükümetlerin sosyal medyayı nasıl yaygın olarak kullandıklarını açıklar ihtiyaçları ya da bireysel ya da toplumsal hedeflerine ulaşma konusunda yol gösterir.
- ✓ Yönetim ve organizasyon, tüketicilerin, platformların, firmaların ve hükümetlerin ihtiyaçlarını karşılamak veya elde etmek için sosyal medyayı geliştirmek, dağıtmak, kullanmak ve etkileşimde bulunmak için gereken süreçleri, insan kaynaklarını, finansal varlıkları ve teknolojiyi nasıl yapılandırdığını, yönettiğini ve tahsis ettiğini açıklar.
- ✓ Ölçüm ve değerlendirme, tüketicilerin, firmaların ve hükümetlerin sosyal medya kullanımından kaynaklanan değeri veya refahı nasıl yarattığını, ölçtüğünü, tahsis ettiğini veya uygun hale getirdiğini açıklar.

Görüldüğü gibi işletmelerde dijital iletişimin bir ayağını da sosyal medya oluşturmaktadır. Ancak faaliyet planı bir sosyal medya hesabı açmaktan çok daha fazlasını gerektirir. Faaliyet için doğru çerçeve oluşturulmalı, izleyiciler geliştirilmeli ve sorumluluklar teyit edilmelidir. Her şeyden önce, kampanyanın stratejik amacı açıkça tanımlanmalıdır. İşletmelerde dijital iletişim planı aşağıdaki şekilde olabilmektedir (Henley Group, Digital, 2020) :

- ✓ Hedeflere uygun bir dijital iletişim stratejisi tasarlanmalı ve bu halkla ilişkiler ve pazarlama faaliyetleriyle entegre edilmelidir.
- ✓ Dâhili kullanımı yönetmek için bir sosyal medya politikası geliştirilmeli ve kanalların nasıl kullanılacağı konusunda rehberlik sağlanmalıdır.
- ✓ Organizasyon içerisinde yer alacak savunucuların tanınması ve dijital iletişimden pay almaları sağlanmalıdır.
- ✓ Topluluğa davet edilecek müşteriler, potansiyel müşteriler ve diğer paydaşlar araştırılmalı ve tanımlanmalıdır.
- ✓ Ortaya çıkabilecek sorunların ve konulardaki kilit mesajların ve stratejik pozisyonların onaylanması için bir mesaj platformu oluşturulmalıdır.
- ✓ İçerik üretimine rehberlik etmek ve kampanya mesajlarının tutarlılığını sağlamak için bir yayın paneli oluşturulmalıdır.
- ✓ Kampanya metrikleri kabul edilmeli ve genel işletme hedeflerine uygun gösterge panoları geliştirilmelidir.
- ✓ Belirli bir işletmenin ihtiyaçlarına en uygun sosyal medya kanalları kullanılmalıdır.

3.4. Pandemi Dönemlerinde İşletmelerin Dijital Acil Eylem Planı

Ernst ve Young; "her şeyin" sayısallaştırıldığı bir dünyada asıl zorunluluğun, işletmelerin rekabetten önce kendi iş modellerini revize etmek için inovasyon peşinde koşmaları gerektiğini belirtmektedir. İnovasyon stratejileri olmadan, şirketler giderek metalaşan bir dünyada rekabet avantajlarını kaybetmektedirler. Teknoloji değişimi hızlandıkça, yeni dijital platformlar ve cihazlar ortaya çıktıkça kaybedecek zaman olmamaktadır. Dahası, yeni 'Y kuşağı' veya 'dijital yerlilerden' beklentiler, şirketlerin değişim hızına ayak uydurmaları veya ilgilerini kaybetmeleri gerektiği anlamına gelmektedir. Ayrıca, işletmelerin, katlanarak artan teknoloji değişiminin hızı açısından kesintisiz ve tutarlı katılım sağlamak için dijital kanalları kullanması gerektiğini belirtmektedir. Çoğu işletmenin zorluğu, dijital kanalların ve cihazların çoğalması nedeniyle bilgiye, iletişim ve işbirliği araçlarına daha fazla erişim sağlandığı için müşteri ilişkileri üzerinde kontrol kaybıyla karşılaşmak olacaktır. Fiziksel dünya, dijital topluluklar, işletmeler, varlıklarla dijital dünyada çoğaltılıyor ve tüketicilerin işletmelerle, birbirleriyle etkileşim kurma şeklini temelden değiştirmektedir. Ayrıca tedarikçiler ve çalışanlarla dijital olarak etkileşim kurma gereğini de ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle geleneksel iş modellerini geliştirmek, mevcut iş modellerini dijital olarak dönüştürmek ve tamamen yeni iş modelleri ya da farklı katılım modelleri icat etmek için dijital teknolojinin kullanılması büyük önem arz etmektedir. Artan bir rekabet ve metalaşma riski

mevcuttur. Dijital kanallar, küreselleşmenin önündeki engelleri düşürmekte ve küreselleşmeyi arttırmaktadır. Bu durum yoğunlaşan rekabet ve metalaşma sarmalına yol açmaktadır (Essays UK, 2018). Yenilikçi organizasyonlar, sektörler arası yakınsama ve endüstriler arasındaki sınırların bulanıklaşması nedeniyle çeşitlendirme fırsatını iyi kullanmaktadır. Daha önce fiziksel olarak farklı ürünler ve sektörler artık daha az açık bir şekilde tanımlanmış müşteri tabanları üzerinde birbirleriyle rekabet etmektedir. Birçok şirket müşterileri ile tekil işlemden 'etkileşimli' ilişkiye geçerek dijitalin meydan okumasına şimdiden yanıtlar geliştirmektedir. Müşterilerini Ar-Ge sürecinin, tasarım sürecinin ve pazara gitmenin bir parçası olmaya davet etmektedirler. Ayrıca satış sonrası destek sürecine katılmaları için teşvik etmekte ve üre-tüketicilerden faydalanmak için düşük maliyetli bir yöntem olarak tercih etmektedirler.

COVID-19 ile ilgili endişeler dünya genelinde ele alırken, şirketler hem iç hem de dış paydaşlarla nasıl iletişim kuracaklarından tam anlamıyla emin olamamaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün pandemi ilan edilen COVID-19 birçok belirsizliği de beraberinde getirmiştir. Krizleri ortadan kaldırmak için iletişim stratejilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Dış paydaşlara açık, şeffaf güncellemeler sunulmalıdır. İletişim kurmak için beklenilmemelidir. Özellikle işletmenin yüksek müşteri etkileşimi varsa özellikle dikkat edilmelidir. Yüksek müşteri temas noktalarına sahip bir işletme olmasa bile, müşteriler güvence aramaktadır. İşletmeler pandemi dönemlerinde dijital iletişime oldukça dikkat etmelidir. Geri bildirim almak için kilit paydaşlarla iletişim sağlanmalıdır. *"Ne için endişeleniyorlar? Onlara işinize nasıl güvenebilirsiniz ve onlara nasıl yardımcı olabilirsiniz?"* Salgın ve paydaş tepkileri konusunda eğitim almak için sağlam sosyal dinleme ve medya izleme sistemleri kurulmalıdır. Ayrıca, sahip oldukları olası çözümler dinlenmelidir. Örneğin, akademik kurumlar çevrimiçi öğrenme fırsatlarını genişletmiştir.

Film yapımcıları sanal festivalleri tercih etmiştir. İşletmenin ürün ve hizmet taleplerini karşılamak için teknolojiyi nasıl kullanabileceği konusunda yaratıcı olunmalıdır. Pandemi dönemlerinde çalışanlara endişelerini paylaşmaları için fırsatlar sağlanmalıdır. Çalışanlara mümkün olduğunca cezalandırıcı olmadan uzak çalışma koşulları sunulmalıdır. Stres ve belirsizlik zamanlarında iletişim gereklidir. Bu salgının değişen doğası nedeniyle iletişim kurmaktan korkulmamalı ve sanal ortamda iletişim devam ettirilmelidir. Çalışanlara mesaj verildiğinde, her bir paydaş grubu için anlamlı iletişim kanalları seçilmelidir (Mcmullan ve Smith, 2020). İşletmeler hem hedef kitleleri, hem de personelleriyle bir bütündür. Zira hedef kitlenin ve çalışanların kendini güvende hissetmeleri oldukça önem arz etmektedir.

Koronavirüs pandemisinin tüm dünyaya yayılmasıyla birlikte birçok kurumsal şirket ve işletme evden çalışma kararı aldığından dolayı finanstan telekomünikasyona, ilaç sektöründen danışmanlığa firmalar uzaktan çalışma kararı almış ve telekonferans uygulamalarına yoğun ilgi göstermeye başlamıştır. Özellikle COVID-19 sürecinde dijital iletişimin önemi daha iyi anlaşılmıştır. Bununla birlikte işletmelerin de çeşitli paydaşlarla çok hızlı bir şekilde iletişim kurmaları gerekmektedir. Ayrıca, kişisel ve iş hayatında sosyal medyanın her yerde bulunmasıyla iletişimin birden fazla kanalda tasarlanması gerekmektedir. İşletmelerin atması gereken adımlar aşağıdaki gibidir (Vaidyanathan, 2020):

1. İşletmelerdeki bilinen bir kişiden farklı paydaşlara kişiselleştirilmiş e-posta mesajları oluşturulmalıdır.
2. Uygulama içinde kullanıcılarla doğrudan etkileşime geçilmelidir.
3. İstemciler spam göndermeden e-posta ve uygulama içi iletişimle koordine edilmelidir.
4. Tüketicilere farklı iletişim araçları aracılığıyla ulaşılmalıdır.
5. Tüketicilerin daha etkili olmasına yardımcı olacak yeni forumlar oluşturulmalıdır.

SONUÇ

Evden çalışma iletişiminin başında teknoloji gelmektedir. Bugün çevrimiçi olabilmek ve işbirliği yapabilmek için sınırsız sayıda iletişim seçeneği bulunmaktadır. Tam da bu noktada doğru mecraların tercih edilmesi gerekmektedir Fakat "doğru" kanal tamamen şirketlerin özel ihtiyaçlarına bağlıdır. Zira her şirket farklı bir yapı ve konsepte sahiptir. Bununla birlikte, Microsoft Teams, Zoom, Skype ve hatta Facebook'tan Workplace gibi sohbet ve işbirliği uygulamaları bu dönemde giderek artan bir kullanıma ulaşmıştır.

Uzaktan çalışmadaki en büyük zorluklardan biri, fiziki olarak yoksunluk hissidir . Çalışanlar genellikle yapılması gereken işe odaklanacaklarından ve diğer çalışanlardan fiziksel olarak uzak oldukları için kendilerini iş arkadaşlarından izole ve duygusal olarak uzak hissetmeleri kolaydır. Bu nedenle, uzaktan iş

iletişiminin doğası gereği daha proaktif ve canlı olması gerekmektedir. Sınırlamalar göz önüne alındığında, iletişimcilerin yaratıcı olması son derece önemlidir.

Motivasyon, insanları güçlenmeye ve hedeflerine ulaşmaya yönlendirir. Yanlış yere ve zamana yerleştirildiğinde motivasyon çok kolay yok olmaktadır. İstenilen iş sonuçlarına ulaşma riskini daha da artırmaktadır.

Ortak bir amacı olan diğer personellerle bir ofiste çalışmak veya işyerinde kıdemli biriyle moral konuşması yapmak bir dış motivasyon kaynağı olabilmektedir. Oysa evden çalışmak böyle bir ortamdan yoksundur. Motivasyon eksikliği bir çalışanın hayatını zorlaştırabilir ve kişi işe devam etmekte güçlük çekebilmektedir. Ancak bu nedenle artan dijital iletişim, özellikle mesajlaşma kanallarını kullanırken aşırı bilgi yüklemesine de yol açabilmektedir. Dolayısıyla evden çalışma esnasında dijital iletişim kanallarının etkili kullanılması için birtakım önlemler alınması gerekmektedir.

Yukarıda saydıklarımızın tamamı temelinde insan olan bilimin yani Antropolojinin de temel çalışma konularındandır. Pandemi sürecinde insan kaynaklı olmayan bir hastalığın küresel anlamda insalığa olan etkisini tüm dünya görmüş oldu. İş hayatında da insan merkezli bir süreç yaşandı. Ekonomik Antropoloji özelinde de irdelenen evden çalışma diğer adı ile tele çalışma süreçleri hayatımızda daha büyük bir önem kazandı. Bazı uzmanlara ve Antropologlara göre de evden çalışma modeli birçok sektörde pandemi sonrası da kalıcı olabilecek. Bu sebeple de çalışanların motivasyonları ve verimlilikleri daha fazla çalışma konusu olacaktır.

Tüm ekibin kullanılabilirliğini sağlayan sanal bir çalışma programı oluşturulması sorunların çözümüne katkı sağlayacaktır. Ekip üyelerinin programlarını görüntülemeyi kolaylaştırmak için bir ekip takvimi oluşturulmalıdır. Gündelik toplantıların video konferans uygulamaları aracılığıyla sabit bir programa göre düzenlenmesi son derece önemlidir. Kritik veya zamana duyarlı bilgiler için özel bir iletişim kanalı seçilmelidir. Belirli aralıklarla yapılandırılmış ve kısa güncellemeleri teşvik eden şablonlar oluşturulması çalışanların uyumuna katkı sağlayacaktır.

Kısaca temelinde insan olan iş dünyası yıllar öncesiden başlayan ve hatta rakip haline gelen robotlaşma-dijitalleşme modeli, Pandemi sürecinde kaçınılmaz bir sonuç olarak karşımıza çıkmıştır. Koronavirüs Pandemisi sonrası sürecin daha hızlı olacağı, evden çalışma ve esnek çalışma modellerinin sadece özel sektörde değil kamuda da yaygınlaşacağı görülmektedir. Hükümetlerin ve karar vericilerin bu süreçten alacakları dersler ile ‘’Yeni Dünya Düzeni’’ne hazırlanmaları, ülkelerini ve vatandaşlarını da bu dönüşüme adapte etmeleri gerekmektedir. 2020 yılı iş dünyası için Pandemi sonrası devire hazırlıkların yılı olarak da anılacaktır.

KAYNAKÇA

Akca. M., Küçükoğlu. T., M. (2020). Covıd-19 Ve İş Yaşamına Etkileri: Evden Çalışma, Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives 8 (1) (2020) 71–81.

Aral, S., Dellarocas, C., & Godes, D. (2013). Introduction to the Special Issue—Social Media and Business Transformation: A Framework for Research. Information Systems Research, 24(1), 3–13.

Balcı, Y., Çetin, G. (2019). Covıd-19 Pandemi Sürecinin Türkiye'de İstihdama Etkileri Ve Kamu Açısından Alınması Gereken Tedbirler, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı Yıl:19 Sayı:37 Bahar (Özel Ek) s.40-58.

Çeven, A. Ö., (2017). Ekonomik Antropoloji Vasıtasıyla Ekonomiye Bütüncül Yaklaşım Ve Karl Polanyi Örneği, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Karaman.

Edwards, A., Housley, W., Williams, M., Sloan, L., & Williams, M. (2013). Digital social research, social media and the sociological imagination: surrogacy, augmentation and reorientation. International Journal of Social Research Methodology, 16(3), 245–260.

Essays, UK. (2018). Digital Communication in Business, https://www.ukessays.com/essays/communications/digital-communication-business-2613.php?vref=1, Erişim Tarihi: 01.06.2020.

Halford, S., & Savage, M. (2010). “Reconceptualizing Digital Social Inequality”, Information, Communication & Society, 13(7), 937–955.

Kırık, A. M.; Özkoçak, V. (2020). Yeni Dünya Düzeni Bağlamında Sosyal Medya ve Yeni Koronavirüs (Covid-19) Pandemisi, The Journal Of Social Sciences, 45 (7), 133-154.

Kırık, A. M., Altıntaş Var, S. S. , Özkoçak, V., Darıcı, S. (2020). Pandemi Dönemlerinde İletişim Ve Algı Yönetimi: Yeni Koronavirüs Hastalığı (Covıd-19) Örneği, Asos Journal - Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Vol.8, 36-57.

Waizenegger, L., McKenna, B., Cai, W., & Bendz, T. (2020). An affordance perspective of team collaboration and enforced working from home during COVID-19. European Journal of Information Systems, 29(4), 429-442.

Mcmullan, K. & Smith, J. (2020). "How smart companies are communicating during COVID-19", https://www.theglobeandmail.com/business/careers/leadership/article-how-smart-companies-are-communicating-during-covid-19/, Erişim Tarihi: 02.06.2020.

Mert, G., Yılmaz, G. (2019). Beş Yıldızlı Otellerde Örgütsel Sinizmin İşletme Performansına Etkisinde Motivasyon Rolünün İncelenmesi. Turkish Studies, 14 (2), 629-650.

Özkoçak, V., Koç, F., Gültekin T. (2020). Pandemilere Antropolojik Bakış: Koronavirüs (Covid-19) Örneği, Turkish Studies, 15(2), 1183-1195. https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.42679.

Özkoçak, V.; Çetli, E. & Koç, F. (2020). "Geçmişten Günümüze Pandemilere Genetik Ve Antropogenetik Açıdan Bakış", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 6(32): 1114-1124.

Raišienė, A. G., Rapuano, V., Varkulevičiūtė, K., & Stachová, K. (2020). Working from Home—Who is Happy? A Survey of Lithuania's employees during the COVID-19 quarantine period. Sustainability, 12(13), 5332.

Rost, K., Stahel, L., & Frey, B. S. (2016). Digital Social Norm Enforcement: Online Firestorms in Social Media. PLOS ONE, 11(6), 1-26.

The Henley Group (2020). Digital Communications: Social Media For B2B Business, http://henley.co.uk/wp-content/uploads/SOCIAL_MEDIA_8PPA4_lr.pdf, Erişim Tarihi: 01.06.2020.

Trier, M. (2008). Research Note—Towards Dynamic Visualization for Understanding Evolution of Digital Communication Networks. Information Systems Research, 19(3), 335–350.

Vaidyanathan, A. (2020). "5 Best Practices For Crisis Communications During COVID-19", https://www.gainsight.com/blog/5-best-practices-for-crisis-communications-during-covid-19, Erişim Tarihi: 03.06.2020.

Yürekli, S. (2020). 'Çalışma Hayatında Koronavirüs (COVID-19) Salgınının Etkileri' (2020) 19(38), İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, COVID-19 Hukuk Özel Sayısı, 34-61.

İnternet Kaynakları:

Çalışma Psikolojisi Ders Notları, Dr. Halil Yıldız, İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/ceko_ue/calismapsikolojisi.pdf Erişim Tarihi: 10.11.2020