

PAPER DETAILS

TITLE: COVID19 SÜRECİNDE DERGIPARK SİSTEMİNDE YAYINLANAN İŞLETME ODAGINDAKİ
ÇALIŞMALARIN NİTELİKSEL DEĞERLENDİRMESİ

AUTHORS: Elif ÜSTÜNDAGLI ERTEN

PAGES: 157-172

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1968839>

COVID19 SÜRECİNDE DERGİPARK SİSTEMİNDE YAYINLANAN İŞLETME ODAĞINDAKİ ÇALIŞMALARIN NİTELİKSEL DEĞERLENDİRMESİ

Elif ÜSTÜNDAĞLI ERTEN¹

Öz

COVID19 pandemi süreci, sağlık, sosyo-ekonomi ve teknoloji başta olmak üzere pek çok alanda ulusal ve uluslararası yazında ele alınan çalışmalara konu olmaktadır. Diğer çalışmalar da özellikle belirli bir alan veya konu etrafında ilgi çeken konuları ortaya çıkarmak için yapılan çalışmaları incelemekte ve tanımlayıcı bulgulara yer vermektedir. Ancak bu bulgular genellikle tanımlayıcı boyutta kalmakta ve analitik bir yaklaşımla ele alınmamaktadır. Bu çalışma, Dergi Park'ta yer alan dergilerde COVID19 konulu çalışmaların hangi konuları çalıştığını ve bu konuların birbiriyle olan ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan analitik ve yorumsamacı yaklaşımı içeren tanımlayıcı bir araştırmadır. Çalışmanın örneklemini Dergi Park'taki dergilerden Covid ve pandemi anahtar kelimeleriyle tespit edilen makaleler oluşturmakta ve veriler MAXQDA18 programıyla analiz edilmektedir. Araştırma bulguları göstermektedir ki çalışmaların bir araya getiren çerçeve temalar COVID19 süreci ve etkisidir. Çalışmada en fazla çeşitlilik gösteren ve öne çıkan alan medya ve medya iletişimi çalışmaları olup, işletme alanında çok boyutlu bir yapı göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: COVID19, İşletme, Pazarlama, İletişim, Makale Analizi, Nitel Araştırma

JEL Sınıflaması: M10, M19, M39

QUALITATIVE EVALUATION OF BUSINESS FOCUS STUDIES PUBLISHED IN DERGİPARK SYSTEM DURING COVID19

Abstract

The COVID19 pandemic process is the subject of studies in the national and international literature in many fields, especially health, socio-economics, and technology. Other studies examine the studies carried out to reveal topics of interest especially around a particular field or subject, and include descriptive findings. However, these findings generally remain descriptive and are not handled with an analytical approach. This study is descriptive research that includes an analytical and hermeneutic approach, aiming to reveal the topics of the studies on COVID19 in DergiPark journals and the relationship between these issues. The sample of the study consists of articles identified with the keywords Covid and pandemic in Dergipark journals, and the data is analyzed with the MAXQDA18 program. Research findings show that the framework themes that bring the studies together are the COVID19 process and impact. The most diverse and prominent field in the study is media and media communication studies, and it shows a multidimensional structure in the field of business..

Keywords: COVID19, Business, Marketing, Communication, Article Analysis, Qualitative Research

JEL Classification: M10, M19, M39

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama ABD, elif.ustundagli@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5111-927X

1. Giriş

2019 Aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde patlak veren ve tüm dünyaya yayılarak pandemiye dönüşen COVID19, ulusal ve uluslararası alanda, işletme yönetiminden eğitime hayatın tüm alanında etkisini göstermiştir (Abd-Alrazaq vd., 2020a). Ocak 2020'den önce bu yayılımın pandemi olarak ilan edilmemesi, akademik ilgili uyandırmamış ve bu da bu dönemde yapılan yayınların az olmasına neden olmuştur (Yas vd., 2021). Bu yorumu desteklercesine Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nün veri tabanı incelendiğinde bütün mevcut dillerde ve alanlarda 2019 yılında 64, 2020 yılında ise 173976 çalışmanın olduğu görülecektir (<https://search.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/>).

COVID19'un sosyal, ekonomik, çevresel, sağlık, sürdürülebilirlik, eğitim, davranışsal (Haleem vd., 2020; Krishnaratne vd., 2020; Wigginton vd., 2020; Mawani vd., 2021; Côté vd., 2021; Noone vd., 2021) gibi etkilerinin tartışılması çok çeşitli çalışmaları gündeme getirmiştir. Bireyleri, kurumları, örgütleri ve sistemleri pandemi sürecinde anlamaya, yorumlaya ve belirlenen sorunlar/ özgün alanlar etrafında katkı sunmaya çalışan çalışmaların varlığı söz konusudur. Böylece bilim alanına katkı sunmayı amaçlayan kişiler de ilgi ve çalışma alanları dahilinde bu çalışmaları değerlendirip üzerine katkı sunarak bilimsel yazının gelişmesini sağlamaktadır. Araştırma şirketleri ve onların araştırmaları fonlama süreçleri de temel aktörler olarak araştırmaya konu olmuştur (Radecki ve Schonfeld, 2020).

Literatürdeki çalışmalara bakıldığında özellikle klinik çalışmaları, laboratuvar bulguları ve sağlık riski analizleri gibi çalışmaların (Lv vd., 2020; Arefi ve Poursadeqiyan, 2020; Heßling vd., 2020, Yas vd., 2021) yoğunluk kazanırken, sosyal bilimler alanında da çalışmaların yoğunlaştığı (bazı örnekler Abd-Alrazaq vd., 2020a; Boiral vd., 2021; Tsao vd., 2021) görülmektedir. Dolayısıyla COVID19 sürecinin toplumlar üzerindeki etkisi akademiye de yansımış ve akademik araştırmaların odak noktası haline gelmiştir. Ancak bu çalışmalar, daha tanımlayıcı boyutta kalan ve analiz edilen makaleler kapsamında bir örüntü arayışı içinde olmayan çalışmalar olmaktadır.

Bu çalışmada amaçlanan, DergiPark dergilerinde COVID19 konulu çalışmaların hangi konuları çalıştığını ve bu konuların birbiriyle olan ilişkisini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda özellikle Türkiye bağlamında yapılan çalışmaların işletme ve pazarlama odağında incelenmesi hedeflenmektedir. Böylece bu kesişimsellikteki akademik merakın ne yönde evrildiğini ortaya koymakla birlikte, pandemi sürecinde işletme alanında hangi konuların ön plana çıktığını anlamamıza da yardımcı olacaktır. Akademik merakın özellikle karşılaşılan sorunlara çözüm üretme, cevap arama ve/veya anlamlandırma motivasyonu, bu noktada hangi alanlarda soru işaretleri bıraktığını da işaret edecektir.

2. COVID19 ve İşletme Alanındaki Yazın Üzerindeki Etkisi

Çalışmada COVID19'un akademik yazın üzerindeki etkisi araştırıldığında, benzer bir ilginin çok olmamakla birlikte uluslararası alanda da gösterildiği görülmektedir. Haleem vd. (2020)'nin yaptığı çalışma, pandeminin sosyal, ekonomik, çevresel, sağlık ve sürdürülebilirlik gibi etkilerini tartışmaktadır.

Homolak vd. (2020) ise yayınları akademik iş birliği ve bilgi akışının kalitesi yönünden ele almakta, veriye ulaşılabilirlik, standart basım-yayın sisteminin yükünün artışı ve akademi içindeki iş birliği yoksunluğuna dikkat çekmektedir.

Shakil vd. (2020)'nin çevresel sürdürülebilirlik çalışması, COVID19'un çevresel kirliliği azalttığı bulgularından bahsederken bu azalmanın çoğunu kapanmalara bağlamaktadır. Boiral vd. (2021)'nin örgütlerdeki pandemi yönetimi çalışmalarını ele aldıkları çalışmalarında, işletme odaklı çalışmaların azlığı ve yönetim çalışmalarının bile yönetimden çok sağlık bakış açısıyla ele alındığını ifade etmektedir. Aynı çalışmada, çalışmaların üniversiteler, bankacılık sektörü gibi sektörlerle odaklandığı ancak bu örgütler tarafından hangi eylemlerin uygulamaya koyulduğunun belirtilmediği tespitine de yer verilmektedir. Abd-Alrazaq vd. (2020a), pandemi sürecinin teknolojiye bağımlılığı arttırmasına dayanarak yapay zekâ teknolojisine yönelik çalışmaları incelemiştir. Bu çalışmaların teşhis, tedavi ve aşılama, topluluk hastalıklarını inceleme (epidemioloji), hasta çıktıları ve toplum farkındalığını arttırma amaçlarına odaklandığını bulmuşlardır. Sosyal bilimlerle klinik çalışmalardan ortak noktalar içeren bu çalışma, teknoloji söz konusu olduğunda alanların çalışma yönünden yakınsayabileceğini de göstermektedir.

Yas vd. (2021)'nin çalışması, COVID19 alanında yapılan çalışmalar kapsamındaki en büyük payın, önleme ve kontrol, hemen arkasından da toplum sağlığı ve sağlık uygulamalarında olduğunu ortaya koymaktadır. Tang (2020) ise COVID19 çalışmalarının daha çok tanımlayıcı çalışmalar olduğunu belirtmekte ve analitik çalışmaların daha az olduğunu ifade etmektedir. Çalışılan konulardan ziyade yazındaki boşluklara dikkat çeken yazar, sosyo-ekonomik, ekoloji ve çevresel, psikoloji, IT ve veri işleme, aşılama ve risk ölçme alanlarında çalışmaların azlığını vurgulamakta ve bölge odaklı çalışmaları önermektedir. Pandemi sürecinde istihdamın korunması, işletmeler ve sektör temelli benzer bir tarama yapan Mawani vd. (2021) de çevresel odağın ekonomik iyileşme yönünden eksikliğine dikkat çekmekte ve bu alandaki çalışmaların işi koruma, KOBİleri koruma ve işçileri korumaya odaklanan çalışmalar olduğunu belirtmektedir. Aynı çalışmada, müdahale önerilerinin daha çok uluslararası örgütlerden geldiği de ortaya koyulmaktadır. Côté vd. (2021) pandemi döneminde çalışanlara yönelik yaptıkları çalışmada, çalışma bulgularının pandeminin ayrımcılığı, sosyoekonomik ve psikolojik eşitsizliği işçilerin aleyhine arttırdığını ortaya koyduğunu ifade etmektedir.

Medya çalışmalarının analizini içeren bir çalışmada, temaların kamu tutumunun araştırılması, infodemilerin belirlenmesi, COVID19 vakalarının öngörülmesi, hükümetin pandemiye olan tepkisinin incelenmesi ve eğitim videolarında sağlık bilgisinin kalitesinin değerlendirilmesi olduğu ortaya koyulmuştur (Tsao vd., 2021). Abd-Alrazaq vd. (2020b), blockchain üzerine yapılmış çalışmaları incelemiş ve bu çalışmaların, blockchainin pandemiyle mücadelede bilgi paylaşımının güvenilir bir yolu olmada önemli bir araç olduğu üzerinde durduğunu belirtmiştir. Diğer yandan bu yolla merkezsizleşmiş ve iz sürülebilir bir yapının da oluşturulabileceği tartışılmaktadır.

Teknolojinin pandemideki rolünü inceleyen çalışmaları irdeleyen Abed (2021), yapılan çalışmalarda özellikle küçük ölçekli işletmelerin teknolojiyi kullanmalarının pandemi sürecinde stratejik öneme sahip olduğunu ancak teknoloji benimseme mekanizmalarına yönelik çalışmaların az olduğuna dikkat çekmektedir.

3. Metodoloji

Bu araştırma COVID19 sürecinde pazarlama ve tüketim alanlarında yayınlanan makalelerin genel değerlendirmesini sunarak Türkiye özelinde hangi boyutların ön plana çıktığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Böylece uluslararası alanda yapılan çalışmalardan farklılaşan ve bu çalışmalarla ortaklaşan alanlar belirlenerek Türkiye’de bu süreçte neyin daha önemli görüldüğü incelenecektir.

Çalışma tanımlayıcı bir araştırma olup, sistematik ve yorumsamacı yaklaşım temelinde analitik bir süreç benimsenmiştir (Saillard, 2011). Bunun için işletme ve işletme alanıyla ortak çalışmaları olabilecek olan diğer alanlarda yer alan ve genellikle heterojen nitelikteki makalelerin özellikleri incelenmiş (Pham vd., 2014), belirli bir araştırma alanında ele alınan kavramlar eşleştirilerek, çalışmaların kalitesine odaklanmadan, ana kavram ve boşluklar işaret edilmiştir (Tricco vd., 2016).

3.1. Örneklem Süreci

Çalışmanın örneklemine, Dergi Park sisteminde pazarlama alanında yayınlanan ve 07.05.2021 tarihinde taranan 2018 sonrası makaleler oluşturmaktadır. Bu doğrultuda tımdengelim yöntemiyle 4 adımda makale taraması ve içerik incelemesi yapılmıştır. Buna göre birinci adımda Dergi Park sisteminde COVID ve Pandemi anahtar kelimeleri altında makaleler, Sosyal Bilimler odağında aranmıştır. COVID anahtar kelimesiyle toplam 974 yayın ve Pandemi anahtar kelimesiyle de toplam 413 yayın bulunmuştur. Ancak bu sayıların içine hemşirelik, eğitim bilimleri, din bilimi gibi alanlar da dahil olduğu için öncelikli bir eleme süreci gerçekleştirilmiştir.

Örneklem sürecinin ikinci adımında, işletme alanındaki makaleler belirlenmeye çalışılmıştır. İşletme ve işletme alanının pazarlama alanındaki kesişimselliğini işaret edebilecek diğer alt alanlara yönelik makaleler indirilmiştir. Bu doğrultuda, İşletme, Sosyal Bilimler-Disiplinler Arası, İletişim, Beşerî Bilimler, Ortak Disiplinler, Otelcilik, Konaklama, Spor ve Turizm, Sosyal Çalışma, Kültürel Çalışmalar, Davranış Bilimleri, İş ve Sosyal Akımlar alt alanlarındaki makalelerden oluşan veri seti üçüncü adım için hazırlanmıştır. Bu makalelerin veri setine alınmasında araştırma makalesi olmaları temel kriter olarak belirlenmiş ve böylece değerlendirme yazılarından ziyade araştırma sorusu etrafında kurgulanan metinler araştırmaya dahil edilmiştir. Belirlenen alt alanlarda ön incelemeye alınan araştırma makalesi sayıları Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. COVID ve Pandemi Anahtar Kelimesiyle Tespit Edilen Alan ve Alt Alanlara Yönelik Makale Sayısı

Alan	İlgili Toplam Makale Sayısı (COVID Anahtar Kelimesi)	Alt Alanda Ön İncelemeye Alınan Makale Sayısı (COVID Anahtar Kelimesi)	İlgili Toplam Makale Sayısı (Pandemi Anahtar Kelimesi)	Alt Alanda Ön İncelemeye Alınan Makale Sayısı (Pandemi Anahtar Kelimesi)
İşletme	78	65	36	31
Sosyal Bilimler, Disiplinler Arası	72	53	31	21
İletişim	50	42	29	25
Beşerî Bilimler, Ortak Disiplinler	49	40	23	18
Otelcilik, Konaklama, Spor ve Turizm	46	35	17	13
Sosyal Çalışma	23	11	15	9
Kültürel Çalışmalar	7	4	4	3
Davranış Bilimleri	6	3	3	2
İş	2	1	1	-
Sosyal Akımlar	1	1	-	-
TOPLAM	334	256	159	122

Örnekleme sürecinin üçüncü adımında, makalelerin anahtar kelimeler etrafındaki ortaklıkları incelenmiştir. Pandemi ve COVID anahtar kelimelerinin benzer özellik taşımaları nedeniyle ön incelemeye alınan makalelerde ortak bulunan makalelerden bir tanesi analizden çıkarılmıştır. COVID kelimesi aramalarda yoğunluklu makale sayısının erişildiği anahtar kelime olması nedeniyle temel olarak alınmış ve Pandemi anahtar kelimesiyle aranan ve COVID anahtar kelimesiyle ortaklık gösteren makaleler veri setinden çıkarılmıştır (Tablo 2).

Tablo 2: Anahtar Kelimelerle Aranan Makalelerin Değerlendirilmesi ve Veri Setinin Son Halinde Analize Dahil Edilen Makale Sayısı

Tarama Alan Başlıkları	Örnekleme Sürecinin 3. Adımı				Örnekleme Sürecinin 4. Adımı		Nihai Veri Setinde Analize Dahil Edilen Makale Sayısı
	Pandemi Anahtar Kelimesiyle Tespit Edilen Toplam Makale Sayısı	COVID Anahtar Kelimesiyle Ortaklık Tespit Edilen ve Veri Setinden Çıkarılan Makale Sayısı	COVID Anahtar Kelimesiyle Aranan Makalelere Eklenen Makale Sayısı	4. Adıma Geçen Toplam Makale	Yabancı Dilde Olması Nedeniyle Çıkarılan Makale Sayısı	Araştırma Alanı Dışında Olması Nedeniyle Çıkarılan Makale Sayısı	
Beşerî Bilimler, Ortak Disiplinler	17	16	2	41	8	21	12
Davranış Bilimleri	2	1	1	4	2	2	-
İletişim	25	23	2	44	5	8	31
İşletme	31	27	4	70	18	41	11
Kültürel Çalışmalar	3	2	1	5	-	5	-
Otelcilik, Konaklama, Spor ve Turizm	13	13	0	35	7	13	15
Sosyal Bilimler, Disiplinler Arası	21	13	8	61	11	36	14
Sosyal Çalışma	9	8	1	12	2	7	3
İş	-	-	-	1	-	1	-
Sosyal Akımlar	-	-	-	1	-	-	1

Örnekleme sürecinin dördüncü adımında, tespit edilen makalelerin içerikleri incelenmiştir. Bulunan makalelerin çoğunun Türkçe olması ve yabancı dilde yayının azlığı nedeniyle dil birliğinin oluşması için yabancı dilde yayınlanan (çoğunluğu İngilizce ve birkaç Arapça) makaleler de analize dahil edilmemiştir. İçerik incelemesi yapıldığında ise, kesişimsellik olduğu için belirlenen makalelerde muhasebe-finance, eğitim bilimleri, psikoloji gibi alanların makalelerinin de yer aldığı görülmüş ve araştırma amacına uymaması nedeniyle bu makaleler de veri setinden çıkarılmıştır (Tablo 2). Bu noktada bir başka inceleme alanı, makalelerin özetleri olmuştur. Bahsedilen ön eleme süreçleri sonrasında kalan makaleler de özetleri temelinde incelenmiş ve başlık olarak ilgili görünen ancak içerik olarak ilgisiz olduğu belirlenenler çıkarıldıktan sonra analize alınacak makale örnekleme ulaşılmıştır. Örneğin kripto para ile ilgili makalelerden bir kısmı finans alanına hitap ederken, bir kısmı ihracat ve pazarlama alanlarına yöneliktir ve bu çalışmada ikinci gruptaki makaleler hedeflenmiştir. Bir diğer örnek de salgının genel etkisine yönelik yazılan makalelerdir. Bu tür makaleler de pazarlama da dahil çoklu çalışma alanını ilgilendiren makaleler olarak veri setine alınmıştır.

İletişim alanındaki çalışmalar ise pazarlama iletişimi, içerik, algı ve platformlar gibi konulara yönelik bir bakış açısı sunması nedeniyle doğrudan pazarlama alanına yönelik olmasa da çalışmaya alınmıştır. Son olarak bu aşamada farklı kategorilerde tekrarlandığı tespit edilen 3 makale de ilgili kategorilerin birinden çıkarılmış ve toplamda 87 makale, araştırmanın örneklemini oluşturarak analize alınmıştır.

3.2. Veri Analizi

Veri analizi MAXQDA18 programı ile gerçekleştirilmiştir (Detaylı kodlama süreci için bkzn. Saillard, 2011; Rädiker ve Kuckartz, 2020). Kodlama aşamasında sistematik bir yaklaşım olarak kategoriler (kodlar) ve kategori sistemi geliştirme (kod çerçevesi) yöntemi benimsenmiştir (Kuckartz, 2019: 183).

Analizin kodlama aşamasında *formel kategoriler* olarak (Kuckartz, 2019: 184) dergi adı, yayınlanma yılı ve makale başlıkları belirlenmiştir. Makalelerin anahtar kelimeleri incelendiğinde makale başlıklarıyla birebir örtüştüğü tespit edilmiştir. Bu sebeple bağlamı da doğru anlayabilmek adına anahtar kelimeler yerine makale başlıkları formel kategorilerde ele alınmıştır.

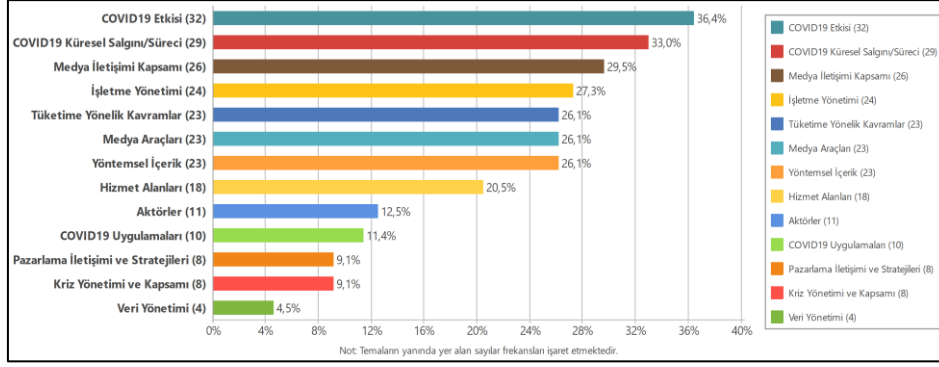
Temalara ulaşmada açık ve eksene kodlama süreçleri benimsenmiştir (Kendall, 1999; Vollstedt ve Rezat, 2019; Salinger vd., 2008). Açık kodlama süreciyle kodlanan makale başlıkları daha sonra kendi içinde programın *yaratıcı kodlama* aracıyla temalaştırılmıştır. Temalaştırma sürecinde herhangi bir tema altında birleşmeyen ve ilgisiz görülen ölüm kaygısı, eko din gibi 18 kod analizden çıkarılmıştır. Modern epistemolojinin araştırmacının teorik ve kavramsal bilgisinden etkilenen doğası (Vollstedt ve Rezat, 2019: 90) özellikle nitel araştırmalarda, araştırmanın doğasının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Daha sonra da elde edilen kodlar ile karşılaştırmalı nitel ve nicel analizler gerçekleştirilmiştir.

COVID19'un etkisinin 2019 yılı itibarıyla görünür olması, bu etkinin 2019'dan sonraki yayınlara yansıdığını göstermektedir. Örnekleme alınan makalelerin hepsi 2020 ve 2021 yılına ait makalelerdir. 2021 yılının mayıs ayına kadarki makalelerin sürece dahil edilmesi nedeniyle yıl bazında niceliksel bir karşılaştırmaların doğru bir sonuç vermeyeceği düşünülmektedir. Bu sebeple yıl bazındaki karşılaştırmalar daha çok niteliksel düzeyde ele alınmıştır.

4. Bulgular

4.1. Betimsel Bulgular

Analiz sonucunda elde edilen temalar ve bu temaların makalelerde kodlanma oranları ve ele alınma yoğunlukları Şekil 1'te gösterilmektedir. Buna göre pandeminin makalelerde en fazla etkisi yönünden ve süreçsel olarak ele alındığı görülmektedir. Dolayısıyla süreç ve çıktı odaklı bir yaklaşımın yazında merkezi rol oynadığı düşünülebilir. Öne çıkan diğer tema ise medya iletişimidir. Bu temanın işletmecilik alanında da yansımaları görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde Dergi Park'taki Türkçe yayınların en fazla çeşitlilik gösterdiği alanın iletişim olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle akademik bir özelleşmenin de bu temayla birlikte başladığından bahsedilebilir. Medya araçlarına odaklanan çalışmaların varlığı da COVID19'un genel iletişim stratejileri ve araçlar yönünden iki genel alana ve sonrasında da işletme ve pazarlama alanına odaklandığını ortaya koymaktadır.

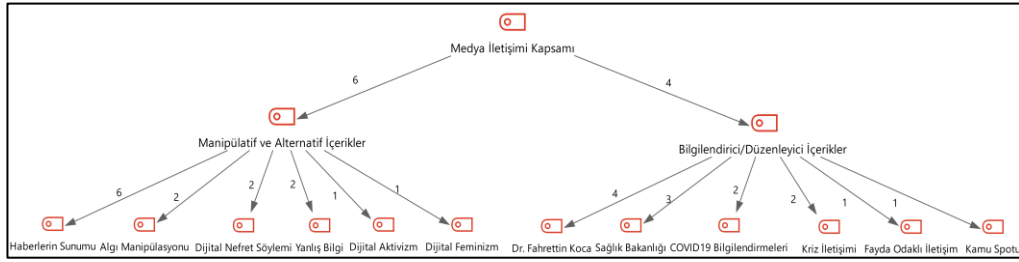


Şekil 1. Ana Temalar ve Makalelerde Ele Alınma Yoğunlukları

Pazarlama iletişimi, pazarlama ve iletişim çalışmalarının kesişimsel odağını yansıtırken, hizmet alanlarına yönelik çalışmalar ile pandemi sürecinde işletmecilik alanında ön plana çıkan aktörlere yönelik çalışmalar da dikkat çekmektedir. Dergi Park yazınında pandemiye yönelik önemli bir vurgunun, bu sürecin kriz ve veri yönetimi yönünden ele alınması olmaktadır.

4.2. Temaların Alt Temalar Yönünden Değerlendirilmesi

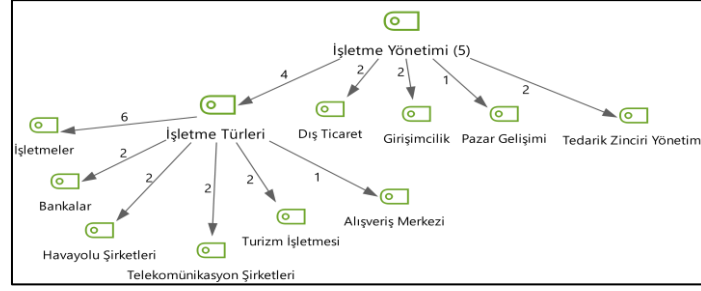
Analiz sonucu elde edilen temalar değerlendirildiğinde Medya İletişimi kapsamında iki ana boyutun ön plana çıktığı görülmektedir (Şekil 2): *Manipülatif ve Alternatif İçerikler* ile *Bilgilendirici ve Düzenleyici İçerikler*. Bu temalar aynı zamanda başka temalara da çatı tema görevi yapmaktadır. Manipülatif ve Alternatif İçerikler daha çok COVID19 iletişimini eleştirel yönden ele alan çalışmaları kapsamaktadır.



Şekil 2. Medya İletişimi Kapsamı Teması ve Alt Konuları

Bu doğrultuda özellikle haberlerin sunumundaki yaklaşım ve sunum biçimi öncelikli çalışma alanlarından olmuştur. Diğer yandan algı manipülasyonu, yanlış bilgilerle yönlendirme ve dijital aktivizm öncelikli çalışma alanlarındandır. Bilgilendirici ve Düzenleyici içerikler ise daha çok gündelik uygulamaların ve önlemlerin ele alındığı çalışmalardır. Özellikle Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın COVID19 paylaşımları ve kurumun resmi paylaşımları incelenmiştir. Düzenleyici olma noktasında dikkat çeken boyut kriz iletişimidir. COVID19'un kriz ortamı yaratması, özellikle iletişim stratejilerinde bunun nasıl ele alınması gerektiği konusunu çalışmalarda önceliklendirmiştir.

İşletme Yönetimi alanında ise işletmenin türü önemli görülmektedir (Şekil 3). Herhangi bir sektör ayrımı yapılmaksızın işletmelerin genel değerlendirildiği çalışmaların yanında, bankalar, alışveriş merkezleri gibi tür odaklı çalışmalar da görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde COVID19 sürecinde Türkiye'de sorun tespit edilen veya irdelenmesi gereken alanların bankacılık, ulaşım, turizm, telekomünikasyon gibi alanlar olduğunu söylemek de mümkündür.

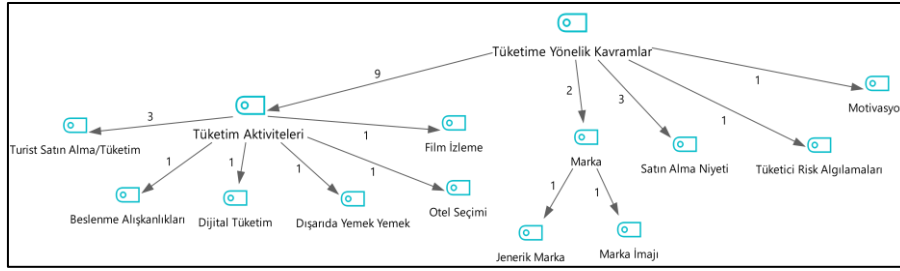


Şekil 3. İşletme Yönetimi Teması ve Alt Konuları

Dış ticaret ve tedarik zinciri yönetimi de işletme yönetimi alanında dikkat çeken diğer alt temalardır. Girişimcilik ve pazar gelişimi temalarıyla birlikte değerlendirildiğinde işletme yönetimi çalışmalarının 3 odak noktası olduğu düşünülmektedir.

Bunlar ya işletmelerin kendisini ele alan çalışmalar ya pandemi sürecinde değişen ve dönüşen iş faaliyetleri ya da tüm bu faaliyetleri şekillendiren, etkileyen ve aynı zamanda da pandemiden oldukça etkilenen girişimciliğin kavramsal yönden ele alınışı olduğu belirtilebilir.

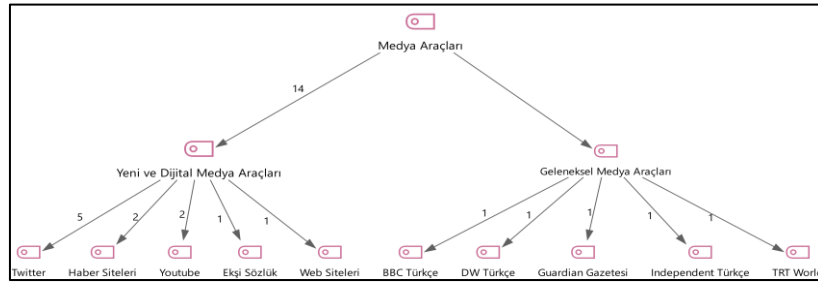
Tüketime yönelik alanlarda en yoğun çalışılan konu tüketimin eylemsel boyutu olmaktadır (Şekil 4). Özellikle evde kalma sürecinde film izleme aktivitelerinden dışarıda kısıtlamalara tabii olan yemek yeme faaliyetleri üzerinde duran çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar aynı zamanda tüketicilerin karar süreçlerine de odaklanmaları bakımından ortaklık göstermektedir. Tüketicilerin otel seçimleri gibi karar verme faaliyetleri risk algılamaları yönünden düşünüldüğünde önem kazanmaktadır.



Şekil 4. Tüketim Teması ve Alt Konuları

Marka konusu tüketim aktiviteleri kadar yoğunluk göstermese de imaj ve jenerik marka yönünden çalışılan konular olmuştur.

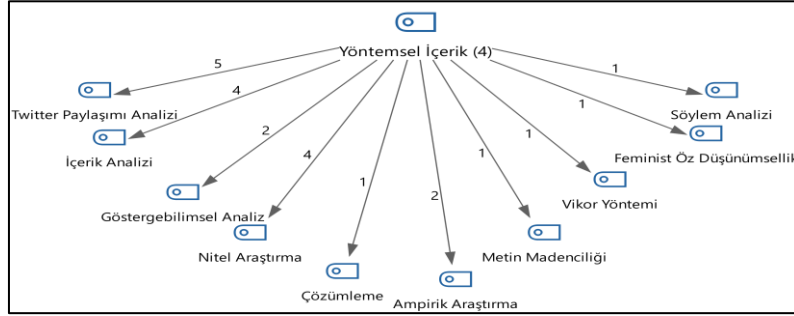
Medya Araçları teması, yoğunluklu olarak yeni/dijital medya araçlarını içerirken, geleneksel medya araçları da çalışma konusu olmuştur (Şekil 5). Geleneksel medya araçlarında dikkat çeken husus, bu araçların daha çok uluslararası yayın organlarının Türkiye ayağına yönelik olmasıdır. Böylece çalışmalara konu olan odak nokta, uluslararası bakış açısıyla Türkiye COVID19 değerlendirmeleri olmasıdır.



Şekil 5. Medya Araçları Teması ve Alt Konuları

Yeni medya araçlarında ise Twitter başı çekmektedir. Özellikle görüş ve bilgi paylaşımının yapıldığı bir platform özelliği taşıması, Twitter'ı hem veri toplama hem de başlı başına bir medya aracı olarak incelenmeye değer kılmaktadır. Türkiye bağlamında Ekşi Sözlük'ün de görünür olması, sosyal platformlar arasında güncel olguların tartışıldığı bir platform olarak dikkat çekmektedir.

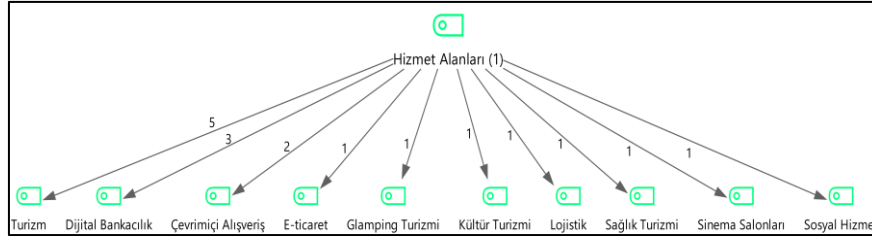
Araştırmacı açısından en ilginç bulgular, Yöntemsel İçeriğe yönelik bulgular olmuştur (Şekil 6). Bu tema, çalışmaların genel olarak hangi yöntemlerle gerçekleştirildiği konusunda fikir vermektedir. Buna göre nicel ve nitel yöntemlerin kullanıldığı ancak nitel yöntemlerin daha ağırlıklı tercih edildiği görülmektedir.



Şekil 6. Yöntemsel İçerik Teması ve Alt Konuları

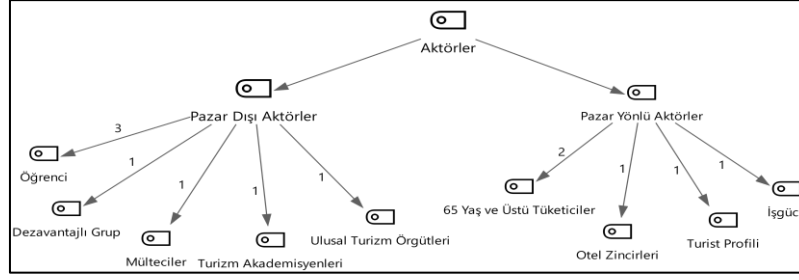
COVID19 olgusunu derinlemesine inceleme ve anlama gereksinimi, nitel yöntemleri öne çıkarmıştır. Eleştirel bakış açısının da hâkim olduğu feminist yöntemler de yine nitel yöntem ekseninde ele alınmaktadır.

Hizmet alanı teması, İşletme Türleri alt temasına yakınsayan ve bir ölçüde bu temayı da işaret ederek hangi hizmet sektörü alanlarının çalışmalar kapsamında ele alındığını ortaya koymaktadır (Şekil 7).



Şekil 7. Hizmet Alanı Teması ve Alt Konuları

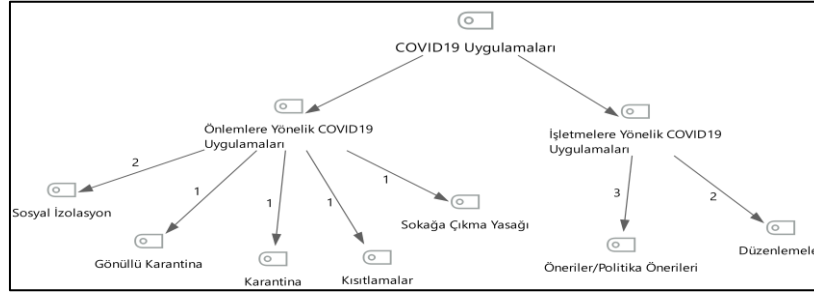
Bu doğrultuda en fazla çalışma turizm alanına yöneliktir. Bunu, dijital bankacılık ve çevrimiçi alışveriş izlemektedir. Glamping turizmi gibi alternatif alanların da çalışıldığı bu temada sağlık alanında doğrudan çalışmanın olmaması dikkat çekicidir. Bu doğrultudaki tek çalışma, turizm ve sağlık kesişimselliğinde çalışılmış bir çalışmadır. Türkiye'deki akademisyenlerin daha çok COVID19'un etkilediği sağlık gibi odak hizmet alanı dışında kalan alanlar üzerinde çalıştıkları görülmektedir. Bu bulgu, pazar yönlü etkilerin daha fazla üzerinde durulduğunu da göstermektedir. Pazar yönlü etkilerle kastedilen, tüketiciler, firmalar gibi paydaşların doğrudan veya dolaylı olarak hizmet, değer ve ihtiyaç gibi alanlarda birbirinin faaliyetinden karlılık ve değer noktasında etkilendikleri etkileşimi içermekte ve COVID19 ise bu süreçte daha çok uygulamalarıyla dahil olmaktadır. Bu etkileşim çalışmalarda ele alınan aktörlere de yansımaktadır.



Şekil 8. Aktörler Teması ve Alt Konuları

Turist, işgücü gibi doğrudan etkileşime konu olan ve üzerine çalışmalar yapılan aktörler olduğu gibi, veri toplama noktasında örneklem niteliğinde olan ve görüşlerine başvurulun pazar dışı aktörler de söz konusudur (Şekil 8). Öğrenciler, pazar dışı aktörlerden en fazla görüşüne başvurulun aktör olurken, mülteciler ise yakın dönemde Türkiye'nin stratejik konusu olan göçün aktörleri olarak pandemi sürecinde de akademik incelemeye konu olmuştur.

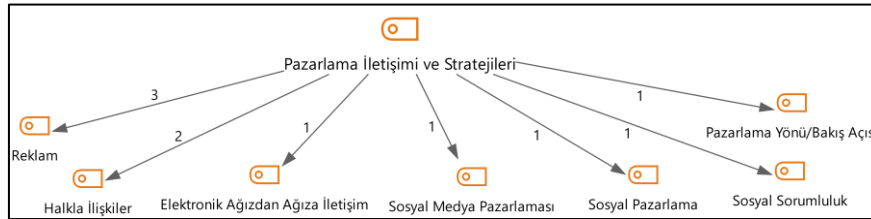
COVID19 uygulamalarına yönelik iki temel hususun ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlar önlemlere yönelik uygulamalar ve işletmelere yönelik uygulamalardır (Şekil 9).



Şekil 9. COVID19 Uygulamaları Teması ve Alt Konuları

Sosyal izolasyon, kısıtlamalar gibi gündelik hayatı düzenleyen faaliyetlerin değerlendirmesine yönelik çalışmalarla, bu faaliyetlerin işletmeler üzerindeki yansıması, düzenlemeler ve politika önerileri boyutu görülmektedir. Dolayısıyla çalışmalarda özellikle işletmeler açısından pandemi önlemlerinin ne gibi düzenlemeler getireceği gibi daha dolaylı etkinin değerlendirilmesi söz konusu olmaktadır. Özellikle yoğunluk olarak benzer düzeylere sahip olması, her iki boyutun da önemle izlendiğini göstermektedir.

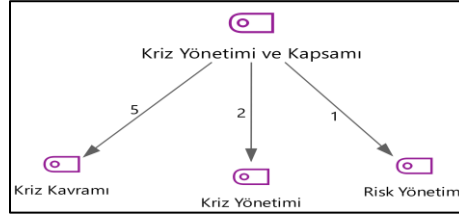
Pazarlama iletişimi ve stratejilerinde reklam ve halkla ilişkilerin öncelikli alanlar olduğu görülmektedir (Şekil 10). İletişim yönünden tutundurma karmasının öncelik kazandığı düşünülebilir. Diğer yandan, sosyal sorumluluk, elektronik ağızdan ağıza iletişim gibi stratejilerin de çalışılması pazarlama odaklı bir alanın da akademisyenler tarafından ele alındığını göstermektedir.



Şekil 10. Pazarlama İletişimi ve Stratejileri Teması ve Alt Konuları

Sosyal medyanın medya iletişimi alanında ağırlık kazanması, pazarlama iletişimi yönünden ise daha geleneksel araçların çalışılması dikkat çeken bir ayrım olmaktadır.

COVID19'un dikkat çeken bir başka çalışılan boyutu kriz yönetimi ve kapsamıdır (Şekil 11). İncelenen çalışmalar arasında bu süreci fırsat olarak değerlendiren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Özellikle kısıtlamaların işletmelere yönelik kısıtlamaları ve düzenlemeleri de içermesi, bu yaklaşımı destekler niteliktedir.



Şekil 11. Kriz Yönetimi ve Kapsamı Teması ve Alt Konuları

Kriz yönetimi alanında en fazla ele alınan konu kriz kavramının kendisidir. Pandemiyle süreciyle krizin içeriğinin ne şekilde değiştiği ve tanımının ne şekilde yapılması gerektiği sorusu ön plana çıkmıştır. Kriz ve risk yönetimi ise yoğunluk olarak kriz kavramını takip etmektedir. Böylece bir tanımlama sorunun önceliklendirildiğini söylemek mümkün görülmektedir.

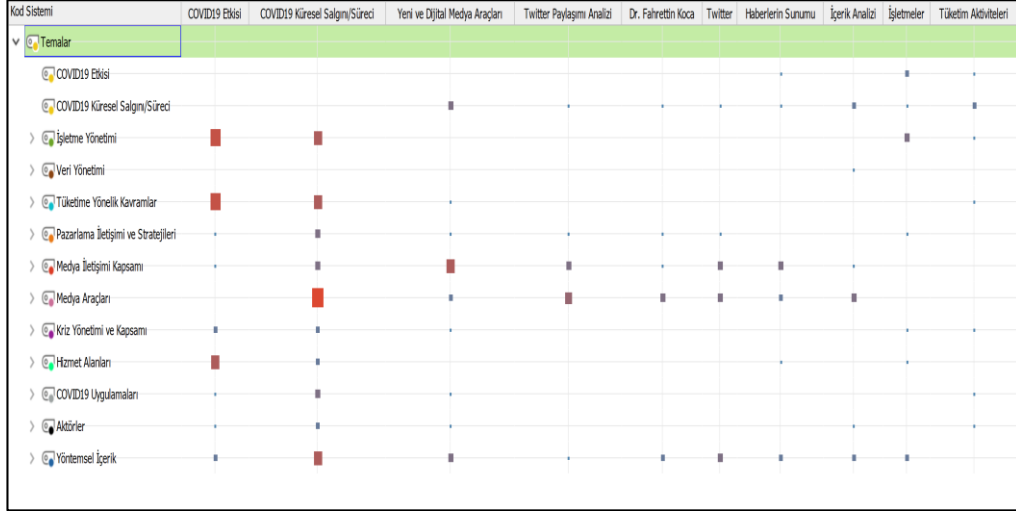
4.3. Karşılaştırmalı Analizler

Ama temalar incelendiğinde COVID19 etkisi ve COVID19 küresel salgın süreci makalelerde en yoğun ele alınan boyutlar olmuştur. Makalelerde COVID19'un daha çok süreç veya sonuç yönünden ele alındığını gösteren bu bulgunun, makalelerin yayınlandığı alanlar yönünden bir farklılığa işaret edip etmediği merak konusudur. Buna yönelik yapılan çapraz tablo analizinde COVID19 etkisi ile çalışma alanları arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir (Kikare: 32,052; $p < .001$; Kontejans Katsayısı C: 0,521; Cramer's V: 0,610). Diğer bir ifadeyle, çalışma alanlarına göre COVID19 etkisini çalışma durumu değişkenlik göstermektedir ve anlamlı farklılık otelcilik, konaklama, spor ve turizm ile iletişim alanında görülmektedir. COVID19 etkisi çalışmaları en fazla otelcilik, konaklama, spor ve turizm alanında (frekans: 12 (%14)) görülürken, en az iletişim alanında (frekans: 2 (%2,3)) görülmektedir. İletişim alanı ayrıca en fazla COVID19 etkisi *çalışılmayan* (frekans: 29 (%33,7)) çalışma alanını göstermektedir.

Diğer yandan, COVID19 küresel salgını ve süreci ile çalışma alanları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir (Kikare: 3,244; $p: 0,5179$; Kontejans Katsayısı C: 0,191; Cramer's V: 0,194). Diğer bir ifadeyle, COVID19 küresel salgını ve süreci, çalışma alanlarının ilgisini ayırt etmek için bir değişken olmamaktadır. İletişim bu noktada, bu konunun hem en çok çalışıldığı (frekans: 12 (%14)) hem de en çok *çalışılmadığı* (frekans: 19 (%22,1)) alan olarak ön plana çıkmaktadır.

Kodların kesişimselliği, hangi konuların birlikte çalışıldığını göstermektedir (Şekil 12). Buna göre, COVID19 etkisine odaklanan çalışmalar aynı zamanda görece yoğun olarak işletme yönetimi, tüketim ve hizmet alanlarına katkı sağlarken, kriz yönetimi alanında da içerik üretmişlerdir.

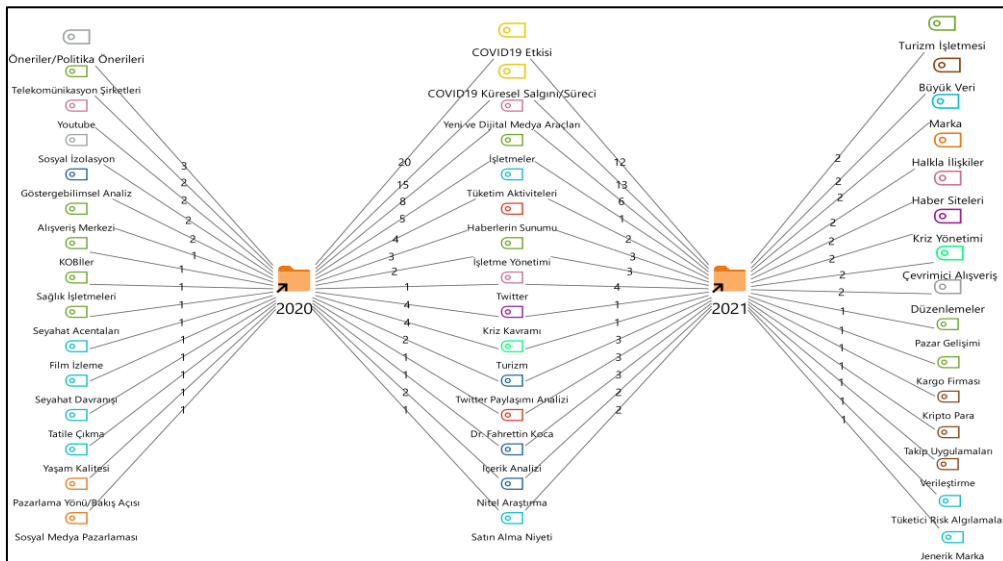
COVID19 küresel salgını ve sürecine odaklanan çalışmalar aynı zamanda işletme yönetimi, tüketim ancak en fazla medya araçları konusunda katkı sağlamışlardır. Pazarlama iletişimi, medya iletişimi, COVID19 uygulamaları, kriz yönetimi, hizmet alanları ve aktörler de yine katkı sağlanan alanlardır.



Şekil 12. Tema ve Alt Konuların Kesişimselliği

Yeni ve dijital medya araçları en fazla medya iletişimi alanıyla ve sonrasında da COVID19 küresel salgını ve süreciyle birlikte ele alınmıştır. İletişimin pandemi süreciyle ele alınması diğer analizlerle de belirlenmiştir. Daha özelden, iletişim ve medya araçları ortaklığı Twitter paylaşım analizlerinde kendini göstermektedir. Dr. Fahrettin Koca'nın incelenmesi, haberlerin sunumu ve içerik analizi de bu kesişimsellikte dikkat çekmektedir. Tüketim aktiviteleri de etkiden çok süreç bakımından ele alınan çalışma alanı olmaktadır.

Analize konu olan bir başka karşılaştırma noktası ise yıldır. Örneklem sürecinde veri setine dahil edilen tüm makaleler 2020 veya 2021 yılına ait makalelerdir. 2020 yılı ile 2021 yılı karşılaştırıldığında hangi çalışma konularının ortaklık, hangilerinin farklılık gösterdiğinin belirlenmesi için yapılan analiz sonucunda COVID19 etki ve sürecinin her iki yılın ortak çalışma alanı olduğu görülmektedir (Şekil 13). İletişim ve iletişim odaklı Twitter analizi, Dr. Fahrettin Koca'nın paylaşımları, yeni medya araçları ve iletişim dışında işletmeler, tüketim aktiviteleri, satın alma niyeti de ortak çalışma odağını oluşturmaktadır. 2020'de bu ortak alanların görece daha yoğun çalışıldığı da söylemek mümkündür. 2021'de artık çalışmaların çokluğu, ilginin kaybolması gibi nedenlerle yoğunluğun azaldığı yorumu yapılabilir.



Şekil 13. 2020 ve 2021 Yılında Çalışılan Konuların Karşılaştırılması

2020 yılında, 2021'den farklı olarak dikkat çeken noktalar, COVID19 önerileri ve politikaları, sağlık işletmeleri, film izleme, seyahat davranışı gibi pandemi nedeniyle kısıtlamaya tabii olan ve bireylerin de pandeminin ortaya çıkışından sonra bu kısıtlamaları yoğun bir şekilde deneyimledikleri gündelik aktiviteler dikkat çekmektedir. 2021 yılı ise kriz yönetimi, halkla ilişkiler, turizm işletmeleri, verileştirme gibi pandeminin daha çok stratejik çıktılarına odaklanmaktadır. Politika önerileri 2020'de ağırlık kazanırken, düzenlemeler de 2021'de ele alınmıştır.

5. Bulguların Tartışılması

Fen bilimleri alanındaki tartışmalar daha çok COVID19'a çözüm bulmaya odaklandığı için bunun önüne geçen faaliyetlerin ele alınması gündeme gelirken (Homolak vd., 2020), Türkiye'nin DergiPark sistemindeki yayınların daha çok pandeminin etkisi ve süreci üzerinde durduğu görülmektedir. Dolayısıyla pandeminin kendisinden ziyade etkilerinin araştırılması yaygındır. Özellikle bu süreçteki uygulamalar ve bunların sonuçları/etkileri merak noktası olmaktadır. Bu yüzden medya ve medya iletişimi çalışmalarında farklı boyutlar kendini göstermektedir. Süreç yönünden manipülatif ve bilgilendirici boyutlar ön plana çıkarken, etkileri bakımından da medya araçları çalışılmıştır. Tsao vd. (2021)'nin çalışmasından farklı olarak Türkiye'de eleştirel boyut dikkat çekmektedir. Manipülatif ve algı yönetimini içeren çalışmaların varlığı, ana akım medya çalışmaları kadar alternatif yaklaşımların da varlığını göstermektedir. Örneklemedeki çalışmalar içinde önemli bir bölümü oluşturan bu grup, Türkiye'de pandemi sürecinin en çok medya üzerinden sorunsallaştığını da işaret etmektedir. Analiz sonucunda çalışmaların işletme, tüketim, hizmet alanları, pazar yönlü ve pazar dışı aktörler gibi odak çalışma alanları etrafında örgütlendiğinin bulunması, işletme yönetimi açısından hizmetlerin, tüketim pratik ve alanlarının pandemi sürecinde özel sorun tespit edilen; işletme alanının da daha genel ilgi gösterilen alanlar olarak karşımıza çıktığını göstermektedir. Dolayısıyla hem genel değerlendirme hem de hedef sorun odaklı yaklaşım olduğunu söylemek mümkündür.

Pazarlama iletişimi noktasında ilginç bir şekilde medya iletişimi alanıyla adeta bir rol paylaşımı göze çarpmaktadır. Pazarlama iletişiminde geleneksel medyanın, genel pandemi iletişiminde ise dijital/yeni medyanın ön plana çıkması bu rol ayrımını düşündürmektedir. Elbette bu amaçlanan bir durum değildir ancak anlaşılan o ki, pazarlama odaklı iletişim stratejileri bu süreçte geleneksel medya araçlarıyla daha fazla dikkat çekmiştir. İşletmeler açısından değerlendirildiğinde, pandemi mesajlarının ve gündeminin yeni medyada takibi, bilgi paylaşımı yoğunluğunu yaratırken mesajların dikkat çekiciliği azalmaktadır. Bu durum, pazarlama odaklı iletişimin geleneksel medyaya kaymasına yol açmış olabileceği düşünülmektedir.

Önlemler, önlemlerin kontrolü (Wigginton vd., 2020) alanında yapılan çalışmalarla benzer özellik gösteren yazınımız, Tang (2020)'in vurguladığı boşlukları doldurucu bir eğilimdedir. Yazarın eksiklik olduğunu düşündüğünü, veri işleme, sosyo-ekonomik, ekoloji ve çevresel, IT ve veri işleme ve risk ölçme alanlarında çalışmalarımız bulunmaktadır. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'deki yazınında yabancı literatüre kıyasla (Tang, 2020; Yas vd., 2021; Boiral vd., 2021; Haleem vd. 2020) çok daha odak, yerel ve özellikli konularda çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

Özellikle işletmeler açısından stratejik öneme sahip bu alanlara yönelik çalışmaların mevcudiyeti, uluslararası alanda da önem teşkil etmekte ve dil bariyerinin olumsuz etkisinden bahsedilebilmektedir. Zira dil bariyeri olmasa bu çalışmaların uluslararası alanda dikkat çekeceği açıktır.

Bu çalışmada analize konu olan çalışmaların çeşitliliği farklı konularda bilgi sağlarken, Mawani vd. (2021)'nin çalışmasında olduğu gibi odak noktalar ve bunların etrafında kümelenen bir yapıdan bizi aynı zamanda uzaklaştırmaktadır. Dolayısıyla hem ilgi farklılığı hem de ilgi dağınıklığı şeklinde iki yönlü değerlendirebilecek bir sonuç karşımıza çıkmaktadır. Özellikle bir sorunun boyutlarının ortaya konulması, farklı örneklem gruplarıyla irdelenmesi kümülatif olarak bilgi birikimini oluşturacağı için bir problemin çok boyutlu kavrayışını sağlayacaktır. Türkiye bağlamındaki anadilde yapılan çalışmaların birbirinin eksikliğini gidermeye yönelik olmaktan veya farklı boyutuyla katkı sunmayı amaçlamaktan ziyade, farklı amaçlarla yazında yer alan yapısı çeşitlilik gibi olumlu görüşü ve bir odak sunamayışı yönünden de eleştirel bakış açısını teşvik etmektedir. İlginç bir bulgu olarak dikkat çeken nokta, uluslararası yazında çoklu yazarlı çalışmaların varlığı daha fazlayken, Türkiye’de anadilde yapılan yayınlarda daha az yazarlı çalışmalar ağırlık kazanmasıdır.

6. Sonuç

Türkiye yazınında pandeminin odak çalışma noktası medya olmuştur. Hem iletişim hem de işletme alanında yapılan çalışmaların yanında pazarlama iletişimi gibi ortak alanda da çalışmaların varlığı görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye anadilde yazında pandeminin dikkat çektiği alan medyadır. Pandemiye yönelik işletme odaklı çalışmaların çeşitlilik göstermekle birlikte hala çalışılabilecek konuların olduğu düşünülmektedir.

Özellikle, sürdürülebilirlik, satın alma davranışı, örgütler alanında çalışmalar olmakla birlikte hem güncellenen uygulamaların hem de gelişmelerin ışığında yeni boşlukların oluşması olasıdır. Eleştirel ve ana akım çalışmaların görece birbirine denk yoğunlukta çalışılması oldukça dikkat çekicidir. Burada ilginç olan husus pazarlama alanının daha ana akım kaldığı, iletişim çalışmalarının ise olguya eleştirel ve alternatif gözlüklerle baktığıdır. Bu durum, çalışma disiplinlerinin yaklaşımlarının tartışılması gerektiğini de düşündürmektedir.

COVID19 çok boyutlu bir yapıdır. Bu çalışmanın temel bulgusu olan pandeminin süreç ve sonuç (etki) yönünden incelenmesi, sonraki çalışmalar için önemli bir kümeleme ayırım noktası ve çerçeve sunmaktadır. Bu çerçevenin kapsayıcı özelliği, diğer çalışmalara bir yapı sağlayacağı için yazındaki çalışmaların ortaklıkları ve farklılıklarının incelenmesi daha kolay olacaktır. Bu noktada teknoloji, diğer alanlara kıyasla daha fazla boşluk barındırabilecek bir alanı işaret etmektedir. Özellikle KOBİlerin teknolojileri kullanma mekanizmaları (Abed, 2021) gibi süreç ve sonuçları da bir araya getirebilecek çalışma konuları, işletmeler açısından stratejik öneme sahip olacaktır.

Çalışmada Dergi Park’ta Türkçe olarak yayınlanan makalelerin tercih edilmesi çalışmanın bir kısıtını oluştururken aynı zaman ana dilde olması itibariyle doğrudan Türkiye’deki akademisyenleri ve okuyucuları hedeflemesi bakımından da önemli görülmektedir. Nitel çalışmaların kalitatif doğası, bize durum tespiti yapmamıza imkân vermektedir. Nicelikten ziyade niteliğin ön plana çıktığı bu çalışmalar, belirli bir zaman dilimi ve kapsam çerçevesinde hangi hususların dikkat çektiğini ifade etmektedir. Bu çalışmanın da genellenebilir – nitel çalışmaların da doğası gereği – sonuçlara ulaşma amacı bulunmamaktadır.

Ancak pandemi gibi sosyal etkisi yüksek bir olgunun, Türkçe yayınlara ne şekilde yansıdığının, hangi alanların dikkat çektiğinin anlaşılması, hangi alanlarda problem görüldüğünü de anlamamıza yardımcı olacaktır.

Mevcut temalardaki yoğunluğun görece az olması çalışmanın dezavantajı gibi görünse de nitel açıdan çalışmaların farklı boyutlarda çeşitlilik göstermediğini ve geniş bir yelpazenin değerlendirilmesine imkân verdiğini işaret etmektedir. Bu durum Türkiye'deki akademisyenlerin aslında COVID19 olgusunu farklı boyutlarla daha görünür kıldıklarını da göstermektedir.

Kaynakça

- Abed, S. S. (2021). A literature review exploring the role of technology in business survival during the Covid-19 lockdowns. *International Journal of Organizational Analysis* DOI: 10.1108/IJOA-11-2020-2501.
- Abd-Alrazaq, A., Alajlani, M., Alhuwail, D., Schneider, J., Al-Kuwari, S., Shah, Z., ... & Househ, M. (2020a). Artificial intelligence in the fight against COVID-19: scoping review. *Journal of medical Internet research*, 22(12), e20756.
- Abd-alrazaq, A., Alajlani, M., Alhuwail, D., Erbad, A., Giannicchi, A., Shah, Z., ... & Househ, M. (2020b). Blockchain technologies to mitigate COVID-19 challenges: A scoping review. *Computer Methods and Programs in Biomedicine Update*, 100001.
- Arefi, M. F., & Poursadeqiyan, M. (2020). A review of studies on the epidemic crisis of COVID-19 disease with a preventive approach. *Work*, 66, 717-729, DOI:10.3233/WOR-203218.
- Boiral, O., Brotherton, M. C., Rivaud, L., & Guillaumie, L. (2021). Organizations' Management of the COVID-19 Pandemic: A Scoping Review of Business Articles. *Sustainability*, 13(7), 3993.
- Côté, D., Durant, S., MacEachen, E., Majowicz, S., Meyer, S., Huynh, A. T., ... & Dubé, J. (2021). A rapid scoping review of COVID-19 and vulnerable workers: Intersecting occupational and public health issues. *American Journal of Industrial Medicine*.
- COVID-19 Global literature on coronavirus disease, 6 Eylül 2021 tarihinde <https://search.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/> adresinden alındı.
- Haleem, A., Javaid, M., Vaishya, R., & Deshmukh, S. G. (2020). Areas of academic research with the impact of COVID-19. *The American Journal of Emergency Medicine*, 38(7), 1524-1526.
- Heßling, M., Hönes, K., Vatter, P., & Lingenfelder, C. (2020). Ultraviolet irradiation doses for coronavirus inactivation—review and analysis of coronavirus photoinactivation studies. *GMS hygiene and infection control*, 15, ISSN 2196-5226.
- Homolak, J., Kodvanj, I., & Virag, D. (2020). Preliminary analysis of COVID-19 academic information patterns: a call for open science in the times of closed borders. *Scientometrics*, 124(3), 2687-2701.
- Kendall, J. (1999), Axial Coding and the Grounded Theory Controversy. *Western Journal of Nursing Research*, 21(6), 743-757.
- Krishnaratne, S., Pfadenhauer, L. M., Coenen, M., Geffert, K., Jung-Sievers, C., Klinger, C., ... & Burns, J. (2020). Measures implemented in the school setting to contain the COVID-19 pandemic: a scoping review. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, (12), Art. No.: CD013812.
- Kuckartz, U. (2019), Chapter 8. Qualitative Text Analysis: A Systematic Approach, (Eds.: G. Kaiser ve N. Presmeg), *Compendium for Early Career Researchers in Mathematics Education*, s. 181-197, İsviçre: Springer Open.

- Lv, M., Luo, X., Estill, J., Liu, Y., Ren, M., Wang, J., ... & Chen, Y. (2020). Coronavirus disease (COVID-19): a scoping review. *Eurosurveillance*, 25(15), 2000125.
- Mawani, F. N., Gunn, V., O'Campo, P., Anagnostou, M., Muntaner, C., Wanigaratne, S., ... & An, A. (2021). COVID-19 Economic Response and Recovery: A Rapid Scoping Review. *International Journal of Health Services*, 51(2), 247-260.
- Noone, C., Warner, N. Z., Byrne, M., Durand, H., Lavoie, K. L., McGuire, B. E., ... & Toomey, E. (2021). A scoping review of research on the determinants of adherence to social distancing measures during the COVID-19 pandemic. *Health Psychology Review*, 1-168.
- Pham, M. T., Rajić, A., Greig, J. D., Sargeant, J. M., Papadopoulos, A., & McEwen, S. A. (2014). A scoping review of scoping reviews: advancing the approach and enhancing the consistency. *Research synthesis methods*, 5(4), 371-385.
- Rädiker, S. ve Kuckartz, U. (2020), *Focused Analysis of Qualitative Interviews with MAXQDA*, MAXQDA Press: Berlin, Germany.
- Radecki, J., & Schonfeld, R. (2020). The Impacts of COVID-19 on the Research Enterprise. *Ithaka S+R Research Report*, 31 Ağustos 2021 tarihinde <https://sr.ithaka.org/wp-content/uploads/2020/10/SR-Report-Impacts-of-COVID-19-on-the-Research-Enterprise102620-1.pdf> adresinden alındı.
- Saillard, E. K. (2011), Systematic versus Interpretive Analysis with two CAQDAS packages: NVivo and MAXQDA, *Forum: Qualitative Social Research*, 12(1), Art. 34.
- Salinger, S., Plonka, L. ve Prechelt, L. (2008), A coding scheme development methodology using grounded theory for qualitative analysis of pair programming. *Human Technology: An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments*, 4(1), 9-25.
- Shakil, M. H., Munim, Z. H., Tasnia, M., & Sarowar, S. (2020). COVID-19 and the environment: A critical review and research agenda. *Science of the Total Environment*, 745, 141022.
- Tang, K. H. D. (2020). A scoping review of studies on COVID-19. *International Journal of Science and Healthcare Research*, 5(2), 205-14.
- Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., O'Brien, K., Colquhoun, H., Kastner, M., ... & Straus, S. E. (2016). A scoping review on the conduct and reporting of scoping reviews. *BMC medical research methodology*, 16(1), 1-10.
- Tsao, S. F., Chen, H., Tisseverasinghe, T., Yang, Y., Li, L., & Butt, Z. A. (2021). What social media told us in the time of COVID-19: a scoping review. *The Lancet Digital Health*, 3, e175-e194.
- Vollstedt, M. ve Rezat, S. (2019), Chapter 4. An Introduction to Grounded Theory with a Special Focus on Axial Coding and the Coding Paradigm, (Eds.: G. Kaiser ve N. Presmeg), *Compendium for Early Career Researchers in Mathematics Education*, 81 – 100, İsviçre: Springer Open.
- Wigginton, N. S., Cunningham, R. M., Katz, R. H., Lidstrom, M. E., Moler, K. A., Wirtz, D., & Zuber, M. T. (2020). *Moving academic research forward during COVID-19*. *Science*, 368(6496), 1190-1192.
- Yas, H., Alkaabi, A., Al Mansoori, H. M., Masoud, M., & Alessa, A. (2021). A scoping review research on the dynamics managing of Coronavirus disease (COVID-19). *Elementary Education Online*, 20(2), 169-178.