



## ETİK TÜKETİM ÜZERİNE BİR BİBLİYOMETRİK ANALİZ<sup>1</sup>

Ruşen SEZEN KIŐLALIOĐLU<sup>2</sup> 

### ÖZET

*Bu makalenin amacı, bibliyometrik bir yaklaşım kullanarak etik tüketim üzerine yapılan akademik araştırmaların niceliksel bir incelemesini sunmaktır. Bu çalışmada Web of Science veri tabanındaki etik tüketim alanında 1993 ile 2023 yılları arasında yayınlanmış 828 çalışmaya ait veriler dikkate alınmıştır. Verileri incelemede VOSviewer kullanılmıştır. VOSviewer aracılığıyla ortak yazarlık analizi, atıf analizi, anahtar kelimelerin analizi, en üretken ülkelerin analizi ve kaynakça (bibliyografik) eşleşme analizi yapılmıştır. Web of Science veri tabanında ilk yayının 1993, ilk atfın ise 1994 yılında yapıldığı görülmüştür. 2011 yılından itibaren yayın sayılarının arttığı tespit edilmiştir. Yayın türü olarak en çok makale yazılmıştır. Clarke'ın en çok yayın yapan yazar, Carrington'un en çok atıf alan yazar, anahtar kelime olarak en çok tekrarlanan kelimenin etik tüketim olduğu görülmüştür. En çok yayın yapan ülkenin İngiltere, en çok yayın yapan kurumun ise Sussex Üniversitesi olduğu belirlenmiştir. En çok yayın yapan ülkeler sıralamasında Türkiye'nin yirmi altıncı sırada olduğu görülmüştür.*

**Anahtar Kelimeler:** Etik Tüketim, Adil Ticaret, Sürdürülebilir Tüketim, Bibliyometrik Analiz.

## A BIBLIOMETRIC ANALYSIS ON ETHICAL CONSUMPTION

### ABSTRACT

*This article provides a quantitative review of academic research on ethical consumption using a bibliometric approach. For this study, data from 828 studies published between 1993 and 2023 in the field of ethical consumption from the Web of Science database were taken into consideration. Vosviewer was used to analyze the data. Co-authorship analysis, citation analysis, analysis of keywords, analysis of the most productive countries, and bibliographic match analysis were performed through VOSviewer. It was seen that the first publication in the Web of Science database was made in 1993 and the first citation was made in 1994. It has been determined that the number of publications has increased since 2011. The most common type of publication was articles. It was observed that Clarke was the most published author, Carrington was the most cited author, and ethical consumption was the most*

<sup>1</sup> Bu çalışma 2019 yılında Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Doç. Dr. Günil AYDIN danışmanlığında Ruşen SEZEN KIŐLALIOĐLU tarafından hazırlanan "Etik Tüketimde Duygusal Belirleyiciler" isimli Doktora tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Öğr. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Savaştepe Meslek Yüksekokulu, [sezen@balikesir.edu.tr](mailto:sezen@balikesir.edu.tr)



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

*recurring keyword. It was determined that the country with the most publications was England, and the institution with the most publications was the University of Sussex. It has been observed that Turkey ranks twenty-sixth in the list of countries with the most broadcasts.*

**Keywords:** *Ethical Consumption, Fair Trade, Sustainable Consumption, Bibliometric Analysis.*

## 1. GİRİŞ

Son yıllarda içinde yaşadığımız dünyanın eskiye nazaran değişmeye başladığı, daha yaşanılabilir bir yer olmaktan ziyade, daha çok canlılar için sorun olarak belirtilebilecek çevrenin kirlenmesi, kaynakların tükenmesi, insanların birbirlerine karşı biten tahammülleri gibi olumsuzlukların baş gösterdiği bir hale dönüşmekte olduğu herkesin malumudur. Bu değişimde konunun üzerine hassasiyet oluşturularak gidilmeye başlanmasıyla birlikte, oluşan olumsuzlukların ortadan kaldırılabilmesi için yapılabileceklerin var olduğu görülmektedir. Hitchin ve Bitterman (2018) çalışmalarında Avrupalıların %68 gibi çevre dostu olmalarının kendileri için beş yıl öncesine göre daha önemli olduğundan bahsetmektedirler. Global Data (2021) verilerine göre, küresel tüketicilerin %43'ü ürünleri sürdürülebilirlik, çevresel ve etik faktörlere dayalı olarak seçtiklerini belirtmişlerdir (Akt. Kato vd., 2023: 2). Diğer taraftan, Subramanian (2020)'ye göre 2019 yılında tüketicilerin satın aldığı dört buçuk milyar uçak bileti 1998 yılına göre %300 artış gösterirken, McFall–Johnsen (2019) giyim tüketimindeki artışın 2000 yılından bu yana iki katına çıktığı bir durumdan bahsetmektedir (Akt. Coffin ve Egan–Wyer, 2022: 106). Cowe ve Williams (2000) tarafından Avrupalı tüketiciler üzerinde yapılan başka bir araştırmada, tüketicilerin yaklaşık %30'unun etik tüketime önem verdiği belirtilirken, satın alımlarda yalnızca %3'ünün bu ideali yansıttığı tespit edilmiştir (Akt. Govind, Singh, Garg, ve D'Silva 2019: 1196). Uygulamada bu tip örneklerin görülmesine rağmen, tüketicilerin tüketim uygulamalarının çevresel ve etik sonuçları konusunda daha bilinçli hale gelmesiyle birlikte konuya olan ilgi artmaktadır (Bairrada, Coelho ve Moreira, 2023: 1). Tüketiciler kendilerine göre etik davranıştan ayrılan firma, ürün veya markaları, ürünlerini boykot ederek veya daha düşük bir fiyat ödemek isteyerek cezalandırma yoluna gidebilmektedir (Govind vd., 2019: 1197).

Bütün bu bilgilerle birlikte kavramsal olarak bahsedilecek olur ise; “Etik tüketim” 1989'da ilk kez yayınlanan aynı isimli dergi tarafından popüler hale getirilmiştir. Özellikle bireysel tüketiciye odaklanmak noktasında daha fazla kullanılmaya başlanmış bir terimdir (Coffin ve Egan–Wyer, 2022: 112). Tüketici davranışı alanında nispeten yeni bir çalışma alanı olarak ifade edilirken, tüketicilerin tüketim uygulamalarının çevresel ve etik sonuçları konusunda daha bilinçli hale gelmeleri nedeniyle artan bir ilgiye sahip olduğu söylenebilir (Bairrada vd., 2023: 1). Bu bağlamda, özellikle bireylerin tüketim tercihlerinin çevre üzerindeki etkisi konusunda daha bilinçli hale gelmesi, sosyal ve çevresel sorumluluk konusunda olumlu bir sicile sahip şirketlerin ürettiği ürünleri satın almaya öncelik vermeleri,



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

satın alma kararlarında yalnızca fiyat veya uygunluktan ziyade ahlaki ve etik hususlara dayalı, yani, bir ürünün çevresel etkisi, ürünün üretiminde yer alan işçilere yönelik uygulanan muameleler ve belirli bir markayı veya sektörü desteklemenin sosyo-politik sonuçları gibi hususların dikkate alınmasıyla birlikte “etik tüketim” hakkındaki araştırmalara verilen önemin artmaya başladığı belirtilebilir (Quoquab ve Mohammad, 2023: 289).

Etik tüketim, fiyat ve kalite açısından rekabetçi alternatifler olmaktan ziyade, sosyal veya çevresel açıdan değerli ürün veya hizmetler oluşturma eylemi olarak tanımlanırken (Jo, Ochieng ve Kim, 2022: 2), politik, dini, manevi, çevresel, sosyal veya diğer motivasyonlarla da yönlendirilebilir (Li, Wei, Zeng ve Zhu., 2021: 4) olduğundan bahsedilmektedir. İnsan hakları, sürdürülebilirlik, çevre ve hayvan dostu olma veya çalışma koşulları dikkate alınarak tedarik edilen, üretilen ve dağıtılan ürünler etik açıdan savunulabilir olarak sınıflandırılır. Tüketici ve perakende bağlamlarında etik, bilinçli, çevre yanlısı, yeşil tüketim veya yavaş tüketim terimleri sıklıkla eşanlamlı olarak kullanılır (Lindenmeier, Andersch, Arnold, ve Seemann, 2019: 51).

Bibliyometrik çalışmalar ise sosyal bilim dalları içerisinde farklı disiplinlerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Örnek vermek gerekirse, Intriago, Villaverde ve Robles (2023) hizmet tasarımındaki müşteri deneyiminin hizmet araştırmalarına olan ilgiyi arttırmasına istinaden, artan bu ilgiyi incelemek için 1999-2020 yılları arasını seçerek bibliyometrik analiz yoluyla müşteri deneyimi ile hizmet tasarımı arasındaki bağlantıyı keşfetmeye odaklanmışlardır. Hasbullah, Sulaiman, Mas'od, ve Ahmad (2021) sürdürülebilir tüketimin bibliyometrik ve ağ analizleri yoluyla incelenmesine ilişkin çalışmaların azlığını dikkate alarak 1974-2019 yıllarına ait sürdürülebilir tüketimle ilgili yayınların bibliyometrik analizini yapmışlardır. Rosa, Rosa, das Neves, ve Santos (2021) girişimcilik, yenilikçilik ve yaratıcılık kavramlarını keşfedici bibliyografik ve belgesel araştırmayı kullanarak analiz etmişler, Web of Science (WoS) ve Scopus veri tabanlarını dikkate alarak bibliyometrik bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Ingale ve Paluri (2022) finansal okuryazarlık ve finansal davranışa ilişkin ana eğilimleri değerlendirerek anlaşılması için bibliyometrik analiz araçlarını kullanmışlardır. Firmansyah, Masri, Anshari, ve Besar (2023) finansal yenilik araştırmalarındaki eğilimleri gözden geçirmek ve değerlendirmek için temel olarak bibliyometrik bir yaklaşım kullanmışlardır. Ruiz-Alba, Guzman-Parra, Oblitas ve Mediano (2021) girişimcilik niyetleriyle ilgili 1993-2016 yılları arasındaki çalışmaları bibliyometrik olarak analiz etmişlerdir. Martinho ve Mourão (2020) döngüsel ekonomi ve Avrupa Birliği konularına ilişkin bibliyometrik analizle desteklenen bir literatür taraması yapmışlardır. Wang, Xu ve Skare (2020) Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja'da 2007-2019 yılları arasında yayınlanan makalelerin etkisini ve verimliliğini değerlendirmek için bibliyometrik analizini yapmışlardır. Sahoo (2022) işletme yönetimi alanındaki araştırmaları sistematik olarak belirlemek ve analiz etmek için bibliyometrik ve görsel analiz yaklaşımlarını kullanmıştır. Farooq (2024) Scopus veri tabanında 1988-2021 yılları



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

arasında yer alan dergilerden bilgi yönetimi konusunda bibliyometrik, performans ve bilim haritalama analizi kullanmıştır.

Etik tüketim üzerine yapılmış bibliyometrik çalışmalardan bazıları ise şöyledir; etik ve pazarlama sorumluluğu (Kamila ve Jasrotia, 2023); adil ticaret (Sterie, Tarhini, ve Dumitru, 2022; Ruggeri, Orsi ve Corsi, 2019); ürün pazarlamasında etik (Kamila ve Jasrotia, 2023); sürdürülebilir pazarlama ve sürdürülebilir tüketici davranışı (Yadav, Gupta, ve Nair, 2024); sürdürülebilir tüketim davranışı (Vergura, Zerbini, Luceri, ve Palladino, 2023); geri dönüşüm davranışı (Phulwani, Kumar ve Goyal, 2020); yeşil pazarlama (Wang, Liu ve Pérez, 2023; Saleem, Khattak, Rehman, ve Ashiq, 2021); sosyal sorumlu tüketim (Falcão ve Roseira, 2022); yeşil pazarlama yeniliği ve sürdürülebilir tüketim (Kar ve Harichandan, 2022); tüketici etiği (Küster ve Vila, 2023); yeşil tüketim (Yao, Guo, Wang, ve Jiang, 2022); etik tüketici davranışı (Tani, Troise, Basile, ve Mazzitelli, 2023); etik davranış olarak atıkların azaltılması (Rafiq, Dastane ve Mushtaq, 2023).

Bu makalede etik tüketim üzerine WoS'de yayımlanan araştırmaların bir bibliyometrik analizi oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bibliyometrik analiz yapmak için, etik tüketim alanı içerisindeki ağırları temsil etmek ve görselleştirmek için VOSviewer kullanılmıştır. Çalışmada yayın trendleri, ortak yazarlıklar, atıflar, anahtar kelimeler, en üretken ülkeler ve kaynakça eşleşmesi ile ilgili bibliyometrik boyutlar araştırılmıştır. Çalışmada 1993 ile 2023 yılları arasında yayınlanan etik tüketim literatürünü bibliyometrik yaklaşımla analiz edebilmek için sistematik haritalama yapılmıştır. Çalışma, zamana göre yayınların dağılımı, yayınların en çok hangi ülkede yapılmış olduğu, etik tüketimde güncel eğilim nereye doğru gitmekte olduğu, bu gidişatla ilgili eğilimin belirleyicilerinin neler olduğu, ortaya çıkan temaların bibliyografik eşleştirme tekniği aracılığıyla etik tüketim teorisine getirdikleri katkıları incelemektedir.

Bu makalenin yapılandırılması şu şekildedir: İlk olarak, etik tüketim ve bibliyometrik analizle ilgili literatür taraması yapılmıştır. İkinci olarak, yöntem kısmında çalışmanın metodolojisi açıklanmaktadır. Üçüncü olarak, temel bibliyometrik analiz ve VOSviewer görüntüleyici yazılımından elde edilen sonuçlar ve bulgular detaylandırılmaktadır. Son olarak da, sonuç ve sınırlamalar ile öneriler sunulmaktadır.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

### **2.1. Etik Tüketim**

Etik tüketim, bir ürünün üretiminden tüketimine kadar tüm yaşam döngüsü boyunca çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini dikkate alan uygulamaları; aynı zamanda bu uygulamalarla ilgili endişeler nedeniyle belirli ürün veya hizmetlerden kaçınmayı veya tüketimini azaltmayı, daha bilinçli, sorumlu



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

seçimler yapmaya odaklanarak özgürce seçilen bir ürün satın almayı içerir (Karimzadeh ve Boström, 2023: 1; Bairrada vd., 2023: 1-3; Govind vd., 2019: 1197). Burada uygulamalar, doğal kaynakların tahribatından, kirlenmeye ve tükenmeden korunmasını, bununla birlikte toplumlarda eşitsizliğin, sömürünün ve adaletsizliğin önlenmesini amaçlayan uygulamalar olarak ifade edilebilir (Karimzadeh ve Boström, 2023: 3). Etik tüketim uygulamaları tüketicinin kendi etik öz standartlarına uygundur. Tüketici etik tüketim tercihleri yoluyla piyasayla aktif etkileşim kurar. Etik tüketicilerin tüketim eylemleri, genellikle günlük yaşamın gündelik ve daha geniş bir düzeyde etik öneme sahip nispeten sıradan unsurları olarak sunulur. Örneğin tüketicilerin geri dönüşüm davranışları yoluyla tükenmeden koruma niyetlerini harekete geçirmesi; adil ticaretin yapıldığı, kötü şartlara maruz kalmayan ve hayvanlara eziyet edilmeyen ürünlerin öncelikli olarak seçilmesi; gereksiz ışıkları kapatarak enerji tasarrufu sağlamak ve çiftçi pazarlarında alışveriş yapmak gibi.

Bu uygulamaları tüketim eylemlerinin ötesinde aktivist/politik bir uygulama alanı olarak da görmek mümkündür. Örneğin, etik olmayan piyasa uygulamalarına karşı direniş yaklaşımını gösteren, tüketici markası sabotajı yaparak etik güdülerle hareket eden toplum yanlısı tüketiciler veya doğrudan şirketlere şikayette bulunmayı, olumsuz söylentileri ve bireysel düzeyde boykot davranışlarını etik vatandaş tüketicilerin siyasallaştırılmış taktikleri gibi (Carrington, Chatzidakis, Goworek, ve Shaw, 2021: 228).

Aynı zamanda etik tüketim, etik hareket eden şirketler tarafından etik olarak meydana getirilen ürünlerin satın alınmasını içerir. Burada etik, hem şirketler hem de tüketiciler için subjektif bir kavram olarak belirtilirken, gerçek anlamı insanlara, hayvanlara ve çevreye zarar vermemek veya onları sömürmemek anlamındadır (Clarke, Barnett, Cloke ve Malpass, 2007: 238). Bu bağlamda, etik tüketim, çevresel ve toplumsal konulara duyarlı kişi veya kuruluşların gerçekleştirdiği davranışlar olarak ifade edilebilir (Quoquab ve Mohammad, 2023: 289). Bu davranışı sergileyen etik tüketiciler de ihtiyaçlarını ve isteklerini tatmin ederken tüketim davranışlarının toplumsal sorunlara çözüm noktasında nasıl katkıda bulunduğunun farkındadırlar (Rombach, Dean, Widmar ve Bitsch, 2021: 1). Yaptıkları tüketim ile insanlara, hayvanlara ve çevreye zarar vermeyen ve emek sömürsü içermeyen etik ürün ve hizmetleri tercih ederler (Oh ve Yoon, 2014: 279).

Etik tüketim etkinlikleri içerisinde pozitif ve negatif davranışlar görülmektedir. Pozitif davranışlar içerisinde çevreye zarar vermeyen veya adil ticaret kapsamında işlem görmüş ürünlerin satın alınması, negatif davranışlar içerisinde ise, bazı şirketlerden veya ürünlerin satın alınmasından uzak durulması, gerektiği takdirde boykot edilmesi gibi uygulamalar görülmektedir (Szmigin, Carrigan ve McEachern, 2009: 224).



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

Etik tüketim şekillerinden bazılarının sağladığı artılar insanlar için ve doğal çevre için olarak iki grupta sınıflandırılabilir. Ürünlerin üretilmesinde çocuk işçi kullanılmaması veya adil ticaret kapsamında ürünün üreticisinden ilk elden satın alınması insanlar için sağlanan faydalara; çevreye duyarlı ürünlerin veya ürünlerin üretilmesinde hayvan refahının gözetilmiş olması doğal çevreye karşı oluşturulan artılara örnek olarak verilebilir (DePelsmacker, Driesen ve Rayp, 2005: 363).

Etik tüketim davranışının tüketimin çevresel, ekolojik ve insani maliyetlerle ilgili endişeleri yansıttığı ve literatürde; yeşil tüketim, sürdürülebilir tüketim, adil ticaret, tüketici boykotları ve gönüllü sadelik gibi çok çeşitli alanları kapsadığı görülür (Hasan, Wooliscroft ve Ganglmair-Wooliscroft, 2023: 175).

Kapsanan alanlara değinildiğinde, sürdürülebilir tüketim, mevcut ve gelecek nesillerin refahının bağlı olduğu dünyanın yaşam destek sistemini korurken, günümüzün ihtiyaçlarının karşılanması olarak tarif edilir (Hasan vd., 2023: 175). Etik ve sürdürülebilir tüketim davranışı, kültürel ve kişisel değerler, tutumlar, ahlaki yükümlülükler ve kişisel motivasyon dahil olmak üzere bağlamsal ve kişisel faktörler tarafından yönlendirilir (Hasan vd., 2023: 178).

Yeşil tüketimden bahsedildiğinde çoğunlukla tüketicinin çevreye zarar vermekten kaçınma arzusu öne çıkar (Hasan vd., 2023: 176). Yeşil tüketim denildiğinde çevre dostu üretim ve paketleme, enerji tasarrufu, geri dönüşüm, enerji tasarruflu cihazlar ve ürünlerin uygun şekilde atık olarak geri kazanımlarının mümkün olduğu tüketim anlaşılır (Akhtar, Sultana, Masud, Jafrin, ve Al-Mamun, 2021: 1).

Adil ticaret için ulusal ve uluslararası düzeyde üreticiler, ticaret şirketleri, belgelendirme kuruluşları, baskı grupları, Sivil Toplum Kuruluşları, perakendeciler, toptancılar ve tüketiciler gibi çok çeşitli aktör ve kuruluşların dahil olması söz konusu olduğu için yaygın olarak kabul edilen tek bir tanım bulunmamaktadır. Adil ticaret söz konusu olduğunda, gelişmekte olan ülkelerdeki yerel üreticilerin, küçük ölçekli üretici kooperatiflerinin ve işçilerin yaşam ve çalışma koşullarının uzun vadede iyileştirilmesi, refah seviyelerinin yükseltilmesi amacıyla söz edilir. Temel hedefleri içerisinde yasadışı çocuk işçiliği ve zorla çalıştırmanın yasaklanması, güvenli ve sağlıklı çalışma koşullarının teşvik edilmesi ve işçi haklarının güvence altına alınması bulunur (Basso, Bouillé ve Troiville, 2021: 508; Andorfer, 2013: 425-428). Adil ticaret ile yoksulların yaşam kalitesinin iyileştirilmesine odaklanılır ve tedarik zincirindeki tüm taraflar için eşitlik üzerine vurgu yapılır (Hasan vd., 2023: 176-177). Ayrıca saygı ve şeffaflığa dayalı bir ticaret ortaklığı söz konusudur (Jo vd., 2022: 2). Bir toplumsal hareket olarak adil ticaret, sosyal ve çevresel projeler için daha iyi fiyatlar, istikrarlı pazar bağlantıları ve kaynaklar sunarak tüketicilere yüksek sosyal ve çevresel standartları koruyan ürün seçenekleri arz eder (Basso vd., 2021, 508). Adil ticareti yapılan ürünlerin satın alınmasında bir taraftan tüketicilerin ürünü



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

satın alarak ve üreticinin aldığı fiyat primini bilinçli olarak ödeyerek fedakar davranmasını sağlayan, diğer taraftan ise tüketicilerin, uzaktaki bir yabancıya yardım ettiklerine dair sosyal olarak saygın bilgiyi satın aldıkları ve görünüşte etik tüketimlerini bilerek kendi çıkarlarını gözetken bir eyleme dönüştürmelerine olanak tanıyan piyasa ilişkisi söz konusudur (Watson, 2006: 435). Adil ticaret ürünleri için ödenen fiyat, diğer ürünler için ödenen fiyatlardan daha yüksektir. Küresel fiyatlardaki dalgalanmalardan etkilenmeyen bir minimum fiyat garantisi söz konusudur (Bosbach ve Maietta, 2019: 34).

Etik tüketici faaliyet biçimlerinden bir diğeri olan tüketici boykotları, bireysel veya toplu eylemler olarak modellenir ve genellikle şirketlerin sosyal, etik veya çevresel olarak kabul edilemez uygulamalarını protesto etmek için kullanılır (Akt. Seegebarth, Peyer, Balderjahn, ve Wiedmann, 2016: 75). Friedman (1985) tüketici boykotunu tüketici pazarında bireylerin yapacakları satın almalarda kaçınacakları satın alımları bir veya daha çok tarafın desteklemesiyle birlikte istenen amaca ulaşma teşebbüsü olarak tanımlar (Akt. Klein, Smith ve John, 2004: 92). Tüketici boykotlarının nedenlerine bakıldığında, çevrenin korunması veya bazı küresel şirketlerin çalışanlarına yönelik etik dışı davranışları görülür. Ürünleri boykot eden etik tüketiciler, bir ürünü veya markayı satın almaktan kaçınırlar. Tüketiciler ürün fiyatlarının yükseltilmesi, çevreye olumsuz etkisi olan ürünlerin piyasaya sürülmesi, insan hakları sorunları ve azınlıklara karşı ayrımcılık gibi uygulama yapan firmalara karşı memnuniyetsizliklerini dile getirerek tepki gösterirler. Etik olmayan ürünleri veya etik olmadığı kabul edilen şirketlerin ürünlerini satın almayı reddederler. Tüketici boykotları, gönüllü sadelik, yeşil tüketim ve güçlü sürdürülebilir tüketimle bağlantılı olarak tüketimin azaltılmasını vurgulamaktadır (Hasan vd., 2023: 176-177; Bylok, 2018: 155-156).

Gönüllü sadelik, aşırı değil, bireylerin kimliğini ve kendi kaderini tayin eylemini yansıtan ölçülü, gelişmiş ve ihtiyatlı bir tüketici yaşam tarzıdır (Seegebarth vd., 2016: 73). Dıştan basit, içten zengin bir yaşam tarzı olan gönüllü sadelik, vicdanlı tüketicilerin aşırı tüketim ve aşırı materyalizme karşı tepkisi olarak ifade edilebilir (Demirel, 2020: 75). Gönüllü sadelik, tüketimi azaltarak basit bir hayat yaşamayı ve materyalist olmayan yollarla tatmin kaynakları elde etmeyi içerir. Gönüllü sadelik, basit tasarım veya dekorasyon tercihi, satın almanın azaltılması, dikkatli tüketim, yeşil tüketim, işgücü becerilerinin paylaşımı, organik ürün tüketiminin de dahil olduğu, ancak bu uygulamalarla sınırlı olmayan farklı davranışlarla gerçekleştirilebilir. Gönüllü sadeleştiriciler, daha az tüketmeyi, tüketimlerini azaltmayı ve yeşil ve adil ticaret ürünleri satın almayı tercih etmek gibi farklı şekillerde tüketim yapmayı seçerler (Hasan vd., 2023: 176; Chen, Kou, Hu, ve Xiao., 2022: 64).



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

## **2.2. Bibliyometrik Analiz**

Bibliyometri teriminin tespit edilebilen ilk kullanımının Pritchard tarafından Aralık 1969 yılında olduğu görülmektedir. Pritchard (1969) matematik ve istatistik metodların kitap ve farklı iletişim vasıtalarına uygulanmasını bibliyometri olarak ifade eder. Nicholas ve Ritchie (1978) tarafından ise bibliyometri, bir literatürün (bir grup ilgili belgenin) istatistiksel veya niceliksel açıklaması olarak tanımlanmıştır (Akt. Broadus, 1987: 373). Bibliyometri, kitapların, makalelerin ve diğer yazılı iletişim türlerinin niceliksel analiziyle ilgilenen bilimsel alanı olarak bibliyometrik haritalamaya büyük önem verilmektedir. Bibliyometrik haritalama, belirli ilgi çekici birimler arasındaki ilişkilerin görsel temsillerini üretmeyi amaçlamaktadır. İlgi birimler örneğin belgeler, yazarlar veya anahtar kelimeler olabilir ve birimler arasındaki ilişkiler, örneğin alıntılara, ortak alıntılara, ortak yazarlıklara veya anahtar kelimelerin birlikte bulunmasına dayanabilir (Heersmink, Van den Hoven, Van Eck, ve Van den Berg, 2011: 243). Bibliyometrik metodlar ile araştırmalardan elde edilen sonuçların bu konuda çalışmakta olan ve fikirlerini atıf, ortak çalışma ve yazma şeklinde belirten diğer bilim insanlarının ürettiği bibliyografik verilere toplu olarak dayandırmasına imkan tanır (Zupic ve Čaters, 2015: 430).

## **2.3. VOSviewer**

VOSviewer, bibliyometrik haritaların oluşturulması ve görüntülenmesi için geliştirilmiş bir programdır. Çeşitli göstergeler kullanarak seçilen bir çalışma alanı içindeki ağları temsil etmek ve görselleştirmek için bibliyometrik analiz yapmak için önemli bir araçtır. VOSviewer, örneğin ortak alıntı verilerine dayalı olarak yazarların veya dergilerin haritalarını oluşturmak için kullanılabilir. Program, bibliyometrik haritaların tüm detaylarıyla incelenebilmesine olanak sağlayan bir görüntüleyici sunmaktadır. VOSviewer'ın görüntüleme yetenekleri özellikle en az orta derecede çok sayıda (genellikle en az 100) ögenin bibliyometrik haritaların oluşturulması için kullanışlıdır. VOSviewer, bir haritayı her biri haritanın farklı bir yönünü vurgulayan çeşitli farklı şekillerde görüntüleyebilir. Farklı renklerle gösterilen kümelerden oluşan bir ağdan oluşan görsel çıktılar üretir (Van Eck ve Waltman, 2010: 524).

## **3. YÖNTEM**

Bibliyometrik analizin gerçekleştirilmesi için ilk adım erişilebilir veri tabanlarının uygunluğuna ve bir veya diğerini kullanmanın önemine göre seçilmesidir. Kararlaştırılan çalışma konusuna göre bibliyometrik analiz stili tasarlanır. VOSviewer gibi çeşitli analitik yazılım programları, güçlü ve ilgili desteğin yanı sıra yayın eğilimleri hakkında grafiksel açıklamalar da sunar (Hasbullah vd., 2021: 1293). Kessler (1963)'e göre, bibliyografik eşleştirme, iki farklı belgenin/ yayının üçüncü bir yayından ortak olarak atıf yaptığında meydana gelir. Ortak atıf ise, iki farklı belgenin üçüncü bir belgeden atıf alması durumunda gerçekleşir. Ayrıca anahtar kelimelerin bir arada bulunması, aynı yayınlarda daha sık





## Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi Social Sciences Research Journal

DOI: 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

görülen anahtar kelimeleri analiz eder (Akt., Farrukh, Javed, Raza, ve Lee, 2021: 490). Bu makale ile etik tüketim üzerine WoS'de yayımlanan araştırmaların bir bibliyometrik analizi oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bibliyometrik analiz yapmak için, etik tüketim alanı içerisindeki ağları temsil etmek ve görselleştirmek için VOSviewer kullanılmıştır. Çalışmada yayın trendleri, ortak yazarlıklar, atıflar, anahtar kelimeler, en üretken ülkeler ve kaynakça eşleşmesi ile ilgili bibliyometrik boyutlar araştırılmış ve bibliyografik materyalin grafiksel haritalaması yapılmıştır.

### 3.1. Araştırmanın Amaç ve Kısıtları

Bu araştırma ile gün geçtikçe artan bir ilgiye sahip etik tüketime ilişkin 1993-2023 yılları arasında WoS'de yayımlanmış çalışmaların bibliyometrik analizler neticesinde incelenmesi amaçlanmıştır.

WoS veri tabanı üzerindeki çalışmaların dikkate alınması, bibliyometrik analizler için Vosviewer kullanılarak ve analizlerde ağ haritalaması için seçilmiş başlıklar üzerinden analizlerin yapılmış olması araştırmanın kısıtlarını oluşturmaktadır.

### 3.2. Verinin Elde Edilmesi ve analizi

14/03/2024 tarihinde Web of Science'de "tüm alanlar" ve anahtar sözcük olarak "ethical consumption" seçilerek, 2023 yılının sonuna kadar olan süre dikkate alınarak veriler elde edilmiştir. Veriler incelendiğinde konuyla ilgili ilk yayının 1993 yılında yayımlandığının görülmesiyle birlikte veri zaman aralığı 1993-2023 olarak güncellenmiştir. Bu çerçevede 828 yayına ulaşılmıştır. Elde edilen veriler üzerinden yazar, atıf, anahtar kelime, ülke ve kaynakça eşleşmesi analizleri ağ haritalaması ile incelenmiştir.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Yayın Trendleri

Etik tüketim araştırmalarında 828 verinin yıllara göre dağılımı ve toplamda 19.325 alıntı yapıldığı Tablo 1'de görülmektedir. İlk yayın 1993 yılında 2 tane, ilk atıf ise 1994 yılında 1 olarak gerçekleşmiştir. 1994, 2002 ve 2004 yıllarında hiç yayın yapılmadığı, 2005-2007 yılları arasında tek haneli sayılarda yayın görülürken, 2008 yılında 36 yayın gibi o zamana kadar yapılan yayınlardan büyük bir sıçrayış görülmüştür. Özellikle 2011 yılından itibaren düzenli yayın artışları görülürken, yayın olarak en verimli yıl 72 yayın ile 2021, atıflara göre en verimli yıl ise 2.931 atıf ile 2022 olmuştur.



**Tablo 1. Etik tüketim araştırmalarına ait yayın ve atıf sayıları**

Yıllar	Doküman sayısı	Atıf sayısı	Yıllar	Doküman sayısı	Atıf sayısı
2023	53	2.889	2010	20	191
2022	68	2.931	2009	12	100
2021	72	2.862	2008	36	73
2020	66	2.343	2007	8	44
2019	58	1.881	2006	5	23
2018	66	1.415	2005	2	11
2017	67	1.076	2004	0	1
2016	58	986	2003	2	1
2015	50	769	2002	0	1
2014	61	647	2001	1	0
2013	47	436	1994	0	1
2012	37	370	1993	2	0
2011	37	274	<b>Toplam</b>	<b>828</b>	<b>19.325</b>

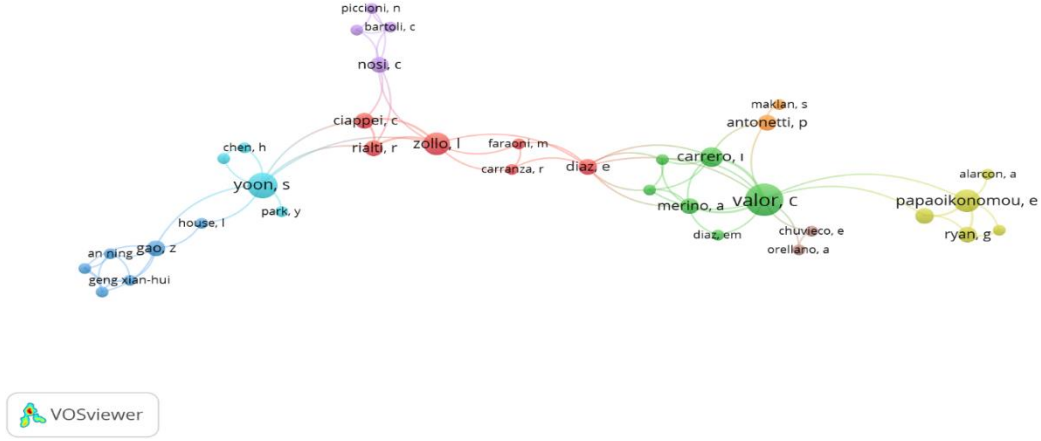
Konunun çalışıldığı ilk 10 bilim dalına ilişkin bilgiler değerlendirildiğinde, farklı disiplinler arasında ilk sırayı işletme 277 kayıtle alırken, sıralama şöyle devam etmektedir, sosyoloji 116, etik 101, yeşil sürdürülebilir bilim teknolojisi 85, çevre çalışmaları 74, ekonomi 70, coğrafya 70, yönetim 64, kültürel çalışmalar 61 ve çevre bilimleri 60 olarak görülmüştür.

Çalışmada elde edilen veriler yayın türlerine göre incelendiğinde en çok yayının 710 ile makale olduğu görülmektedir. Makale birinci sırada yerini alırken takip eden çalışmalar şöyle sıralanmaktadır, 94 kitap bölümü, 52 bildiri, 23 editör yorumu, 18 erken erişimli çalışma, 15 kitap incelemesi, 7 kitap, 3 toplantı özeti ve 1 tane veri kağıdından oluşmaktadır. WoS veri tabanında bir yayının hem makale hem de kitap bölümü veya hem makale hem de erken erişimli çalışma gibi doküman tipinin birden fazla olarak verilmiş olması, yayın tür ve kayıt sayılarının incelenen yayın sayılarından fazla olmasını karşımıza getirmiştir.

#### 4.2. Ortak Yazar Analizi

Etik tüketim alanında en üretken yazarları tespit etmek ve aynı zamanda bu üretken yazarlar arasındaki işbirliğini görebilmek için ortak yazar analizi yapılmıştır. En fazla bağlantısı ve aralarında en çok işbirliği olan yazarların ortak yazarlık analizini gerçekleştirmek için yayın ve atıf kriterleri 1 olarak verilmiş ve ağ haritası oluşturulmuştur. Yazarlara ilişkin ağ analizi Şekil 1’de görülmektedir. Elde edilen yazarlar arası ağ haritasında 35 yazar adının 8 kümede toplandığı ve bağlantı sayılarının 69 ve toplam bağlantı gücünün 77 olduğu tespit edilmiştir. En üretken yazarlara yani en çok yayın yapan yazarlara bakıldığında ilk sırada Clarke 16 yayın ile görülürken, Barnet ve Cloke 15 yayın ile ikinci sırayı paylaşmakta, üçüncü sırada ise Malpass 14 yayın ile görülmektedir. En bağlantılı yazarlar kimlerdir diye incelendiğinde Clarke, Barnett ve Cloke’u aynı derecede bağlantılı olarak ilk sırada görürken, Malpass’ı ikinci, Anderson ve Sayogo’yu üçüncü sırada görmekteyiz. Burada en üretken yazarların en bağlantılı yazarlar olduğunu görmekteyiz.

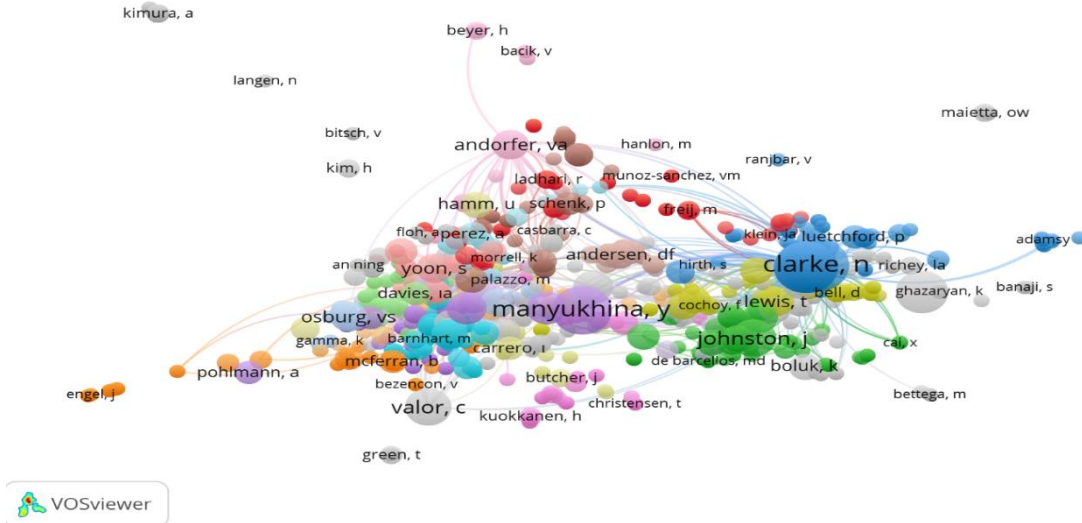
Şekil 1. Ortak yazar ağ analizi



#### 4.3. Atıf analizi

Yazarların atıflarına ilişkin ağ analizi yapmak üzere yazarın en az 1 yayını ve en az 1 atıf almış olması kriteri üzerinden hareket edilmiştir. Şekil 2’de yazarların atıflarına ilişkin ağ analizi görülmektedir. Birbiriyle bağlantılı olduğu görülen 965 gözlem birimi üzerinden yapılan analizde toplamda 34 küme, 9.376 bağlantı ve 11.504 toplam bağlantı gücü görülmüştür. Yazarları atıflar sayılarına göre sıraladığımızda ilk sırada Carrington 1.246 atıf ile görülmektedir. Neville ve Whitwell 1.074 atıf ile ikinci, Clarke 791 atıf ile üçüncü sırada görülmüştür.

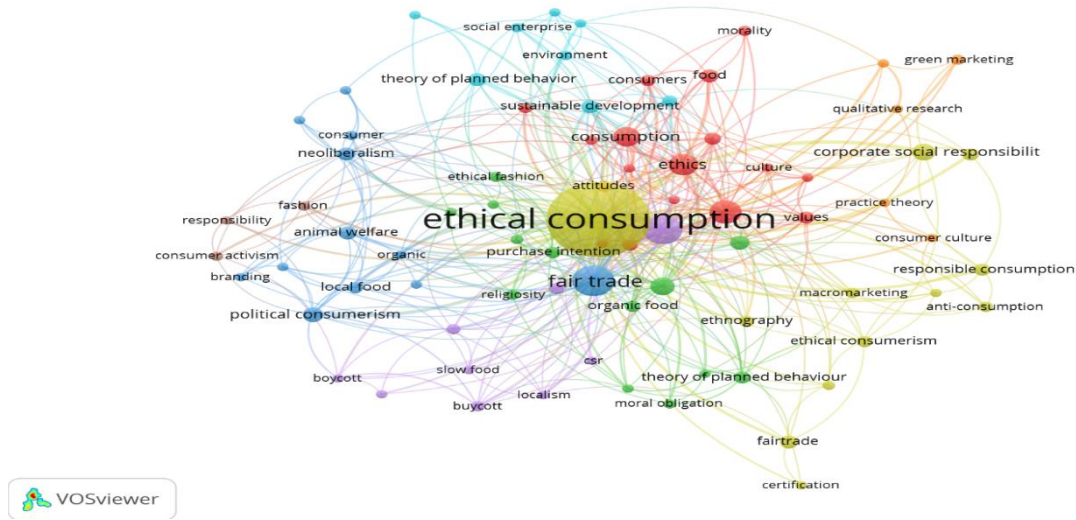
Şekil 2. Yazar atıf ağ analizi



#### 4.4. Anahtar Kelimelerin Analizi

Etik tüketime ilişkin literatürde kavramsal yapısının dinamiklerinin neler olduğunu tespit etmek için anahtar kelime analizi yapılmıştır. Anahtar kelime analizi yazarlara ait anahtar kelimeler dikkate alınarak yapılmıştır. Analiz, en az 5 defa görölmesi istenen kelime ve bu eşik değer üzerinden toplam 2.108 anahtar kelimedenden 79'unun 5 veya daha fazla kullanıldığı görölmüştür. Analiz sonunda 8 küme, 419 bağlantı ve 828 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. Etik tüketim çalışmalarında en sık kullanılan yazar anahtar ağ analiz sonucu şekil 3'te gösterilmiştir. En çok kullanılan anahtar kelime etik tüketim 365 kez tekrar edilerek birinci sırada yerini almıştır. İkinci sırada 62 tekrar ile adil ticaret, üçüncü sırada 53 tekrar ile sürdürülebilirlik görölmektedir. Sırasıyla sürdürülebilir tüketim 35 kez, etik 31 kez tekrarlanmış olarak görölmüştür. Toplamda bağlantı gücüne sahip kelimeler/kelime grupları sırasıyla etik tüketim birinci, adil ticaret ikinci, sürdürülebilirlik üçüncü, sürdürülebilir tüketim dördüncü ve etik beşinci olmuştur. Anahtar kelime kullanımında en az kullanılanlara bakıldığında, organik, davranış, boykot, kurumsal sosyal sorumluluk gibi kelimeler görölmüştür.

#### şekil 3: Etik tüketim çalışmalarında en sık kullanılan yazar anahtar kelimeleri ağ analizi



#### 4.5. En Üretken Ülkeler Analizi

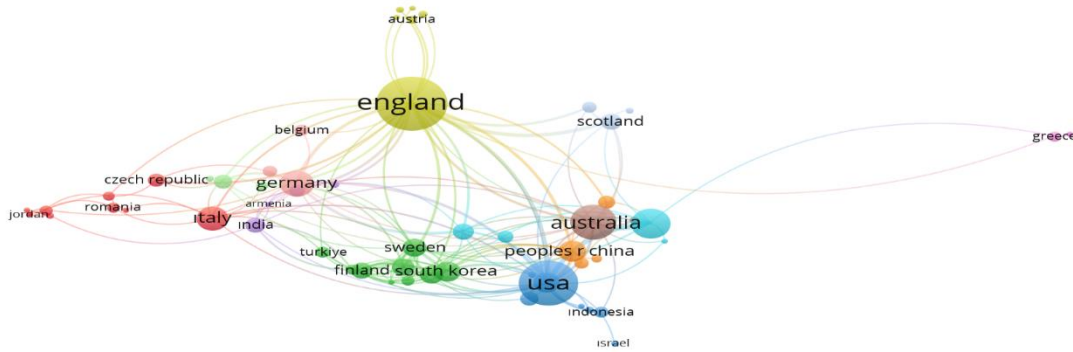
1993-2023 arasında yazarların ölkeleri üzerinden analiz yapılmıştır. Tablo 2 etik tüketim çalışmalarında en üretken ilk on ölkeler ve atıf sıralamasındaki ilk on ölkeler sonuçlarını göstermektedir. Tablo sıralaması yayın ve atıf sayısına göre iki ayrı şekilde verilmiştir. En üretken ölkelere ilişkin ağ analizi yapmak üzere bir ölkedeki minimum yayın sayısı en az 1 ve atıf sayısı en az 1 atıf almış olması kriteri üzerinden hareket edilmiştir. Birbiriyle bağlantılı olduğu görölen 60 gözlem birimi üzerinden yapılan analizde toplamda 12 küme, 177 bağlantı ve toplam bağlantı gücü 311 olarak görölmüştür.

Tablo 2'de İngiltere'nin 193 yayınlı en verimli ülke olduğu görülmüş. ABD 134 yayınlı ikinci sırada yer alırken, onu 81 yayınlı Avustralya takip etmektedir. Kanada 59 yayınlı dördüncü sırada yer alırken, Almanya 47 yayınlı beşinci sırada yer almaktadır. Ülkelerin üretkenlikleri içerisinde Türkiye 9 yayınlı ile 26. sırada görülmektedir. Ülkeler arası atıf sıralamasına bakıldığında, İngiltere 6.792 atıf ile birinci, ABD 3.131 atıfla ikinci, Avustralya 2.836 atıfla üçüncü görülmektedir. Türkiye'nin atıf sıralamasındaki yerini 82 atıfla yirmi sekizinci olarak görmekteyiz. İlk beş sıralamada ülke yayınlı ve atıf sayısı sıralaması aynı şekilde devam ederken, altıncı sıra ile birlikte yayınlı ve atıf sıralamasının değiştiği tabloda da görülmektedir. şekil 4'te en üretken ülkelere ilişkin ağ analizi görülmektedir.

Tablo 2. Toplam yayınlı sayısına göre en üretken ülkeler ve atıflar

Sıra	Ülkeler	Yayınlıların adedi	Sıra	Ülkeler	Atıfların adedi
1	İngiltere	193	1	İngiltere	6.792
2	ABD	134	2	ABD	3.131
3	Avustralya	81	3	Avustralya	2.836
4	Kanada	59	4	Kanada	2.209
5	Almanya	47	5	Almanya	1.245
6	İtalya	38	6	Yeni Zelanda	1.071
7	Çin	29	7	İskoçya	675
8	İspanya	28	8	İspanya	655
9	Güney Kore	27	9	Çin	593
10	Fransa ve İsveç	23	10	İtalya	581
26	Türkiye	9	28	Türkiye	82

şekil 4. En üretken ülkelere ilişkin ağ analiz

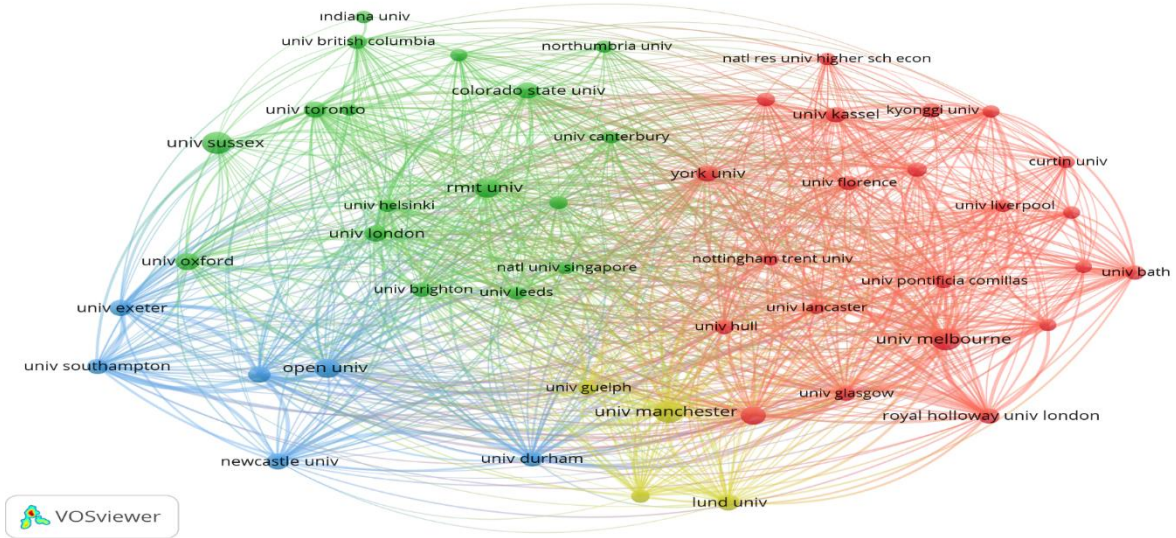


#### 4.6. Kaynakça Eşleşmesi

1993-2023 arasındaki çalışmaların analiz türü kaynakça eşleşirmesi, analiz birimi kurumlar olarak seçilmiştir. Kaynakça eşleşmesine ilişkin ağ analizi yapmak üzere, bir kurumda üretilen minimum yayınlı sayısı en az 5 ve alıntı sayısı en az 1 atıf almış olması kriteri üzerinden hareket edilmiştir. Analiz, en az 5 defa görülmeli istenen eşik değer ve bu eşik değer üzerinden toplam 752

kurumdan 49'unun 5 veya daha fazla çalışma ürettiği görölmüştür. Birbiriyle bağlantılı olduğu görölen 49 gözlem birimi üzerinden yapılan analizde toplamda 4 küme, 1165 bağlantı ve toplam bağlantı gücü 47.367 olarak görölmüştür. Kaynakça eşleşmesine ilişkin kurumlara göre ağ analizi şekil 5'te görölmektedir.

şekil 5. Kaynakça eşleşmesine ilişkin kurumlara göre ağ analiz



Kurumlara göre kaynakça eşleşirmesi değerlendirildiğinde 17 yayın ile en çok yayını olan kurum Sussex Üniversitesi görölmektedir. Bu üniversiteyi sırasıyla 16 yayın ile Melbourne Üniversitesi ve Manchester Üniversitesi, 12 yayın ile Open Üniversite ve Rmit Üniversitesi takip etmektedir. Toplam bağlantı gücü üzerinden kurumlar değerlendirildiğinde ise en çok yayını olan kurumun bağlantı gücü düşük olarak görölmüş ve toplam bağlantı gücüne göre kurum sıralaması değişmiştir. Bu çerçevede ilk sırada toplam bağlantı gücü en yüksek olan kurum Melbourne Üniversitesi olurken bu üniversiteyi Manchester Üniversitesi, Glasgow Üniversitesi ve Open üniversitenin takip ettiği görölmüştür. Tablo 3'te kaynakça eşleşmesi ağ analizinde kurumların yayın sayıları ve toplam bağlantı güçlerine göre sıralamaları verilmektedir.



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

DOI: 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

**Tablo 3. Kurumların yayın sayıları ve toplam bağlantı güçleri**

Sıra	Kurum	Yayın sayısı	Sıra	Kurum	Toplam bağlantı gücü
1	Sussex Üniversitesi	17	1	Melbourne Üniversitesi	5.003
2	Melbourne Üniversitesi	16	2	Manchester Üni.	4.489
3	Manchester Üni.	16	3	Glasgow Üniversitesi	4.012
4	Open Üniversite	12	4	Open Üniversite	3.540
5	Rmit Üniversitesi	12	5	Durham Üniversitesi	3.475
6	Sheffield Üniversitesi	11	6	Royal Holloway Üni. London	3.379
7	Oxford Üniversitesi	10	7	Bristol Üniversitesi	3.115
8	Bristol Üni./ Exeter Üni./ York Üni./ Toronto Üni./ London Üni./ Newcastle Üni./ Lund Üni. Ve Colorado Üniversitesi	9	8	Southampton Üniversitesi	2.951
			9	Pontificia Comillas Üni.	2.852
			10	Exeter Üniversitesi	2.771

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüketici davranışı alanında oldukça yeni denilebilecek çalışma konusu olarak etik tüketimin, yaptıkları tüketimlerde çevresel ve etik konular hakkında bilinçlenen tüketiciler sebebiyle artan bir ilgiye sahip olduğu görülmektedir (Bairrada vd., 2023; Quoquab ve Mohammad, 2023). Etik tüketim, bir ürünün üretiminden tüketimine kadar tüm yaşam döngüsü boyunca çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini dikkate alan uygulamaları; aynı zamanda bu uygulamalarla ilgili endişeler nedeniyle belirli ürün veya hizmetlerden kaçınmayı veya tüketimini azaltmayı, daha bilinçli, sorumlu seçimler yapmaya odaklanarak özgürce seçilen, insanlara, hayvanlara ve çevreye zarar vermeyen veya onları sömürmeyen firmalar tarafından üretilen ürünlerin satın alınmasını içerir. Etik tüketim davranışı sergileyen tüketiciler taleplerini karşılarken toplumsal sorunlara çözüm konusunda sağladıkları katkının bilinciyle etik ürün ve hizmetleri tercih ederler (Karimzadeh ve Boström, 2023; Bairrada vd., 2023; Quoquab ve Mohammad, 2023; Rombach vd., 2021; Govind vd., 2019; Oh ve Yoon, 2014; Clarke vd., 2007).

Bu çalışmada, bibliyometrik incelemeye dayanarak, 1993-2023 yılları arasında etik tüketim çalışmalarına ilişkin güçlü bir bakış açısı sunulmaktadır. Yayınlar WoS veri tabanından alınmıştır. VOSviewer yardımıyla bibliyometrik analizler yapılmıştır. Çalışmada konunun yıllara göre dağılımına bakılarak yayın trendleri, işbirliğini incelemek için ortak yazarlıklar, konu üzerinde çalışan yazarlara ilişkin alıntı değerlendirme için atıflar, en çok kullanılan popüleritesi yüksek olan kelimeleri tespit edebilmek için anahtar kelimeler, konunun en fazla çalışıldığı ülkeleri anlayabilmek için en üretken ülkeler ve kaynakça eşleşmesinde kurumlar arası değerlendirme için ilgili bibliyometrik boyutlar araştırılmış ve bibliyografik materyalin grafiksel haritalaması için sistematik olarak 828 çalışma incelenmiştir.

Etik tüketimle ilgili WoS veri tabanında ilk yayın 1993 yılında, ilk atıf ise 1994 yılında gerçekleşmiştir. 1994, 2002 ve 2004 yıllarında hiç yayın yapılmadığı, 2005-2007 yılları arasında tek haneli sayılarda yayın görülürken, 2008 yılından itibaren yayın sayılarında artışlar görülmeye



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

başlanmıştır. Bu yükselişin etik tüketime olan ilginin artışıyla bağlantılı olduğu belirtilebilir. Çünkü, etik tüketimin tüketici hassasiyetleri (ticaretin adil bir şekilde yapılması için desteğin artışı, çalışan haklarının iyileştirilmesi, çevreye duyarlılığı ve hayvan refahını önemseme gibi) olarak ifade edildiği düşünöldüğünde bilinçlenen tüketiciyle birlikte daha da önem kazanılan bir konu olmaktadır.

En çok yayının makale olarak yapıldığı ve birinci sırada olduğu görölmektedir. Makalenin ağırlıklı olmasına rağmen konu kitap, kitapta bölüm, kitap incelemesi, bildiri gibi farklı yayımlar şeklinde de çalışılmıştır. Bu şekilde farklı yayımlar üzerinden konunun incelenmesi konuyu derinliğine inceleme noktasında desteklemektedir.

En çok yayın yapan yazarlara bakıldığında sırasıyla, Clarke, Barnet ve Cloke, Malpass görölmektedir. En bağlantılı yazarlar incelendiğinde Clarke, Barnett ve Cloke’u aynı derecede bağlantılı olarak ilk sırada, Malpass’ı ikinci, Anderson ve Sayogo’yu üçüncü sırada görmekteyiz. Burada en üretken yazarların en bağlantılı yazarlar olduğu söylenebilir. Diğer taraftan yazarları alıntılanmalarına göre değerlendirdiğimizde en çok atıf alan yazarın Carrington olduğu, bu yazarı sırasıyla Neville ve Whitwell, Clarke takip etmiştir. Yayın sayıları ve atıflar birlikte değerlendirildiğinde en çok yayın yapan yazarların en çok atıf alan yazarlar olmadığı da görölmektedir.

Yazarlara göre anahtar kelimeler dikkate alındığında; en fazla tekrar edilen ve toplam bağlantı gücüne sahip kelime/kelime gruplarının sırasıyla etik tüketim, adil ticaret, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir tüketim ve etik olduğu görölmüştür. En çok kabul gören yayımların taraması yapılırken anahtar kelimelerin yayımlara kolay ulaşımı sağladığı düşünöldüğünde, etik tüketimle ilgili yapılacak çalışmalara en çok tekrar edilen kelime/kelime gruplarının anahtar kelime olarak verilmesi yeni çalışmanın bu tip taramalar içerisine girmesinde görünürlüğünün artmasını sağlayabilecektir.

Etik tüketim üzerine en verimli ölkeler ve ölkeler arası atıf sıralamasına bakıldığında; sırasıyla İngiltere ABD, Avustralya, Kanada ve Almanya’yı görmekteyiz. Türkiye’nin üretkenlik sıralaması incelendiğinde yayın sayısı ile yirmi altıncı, atıf sıralamasında ise yirmi sekizinci olduğu görölmüştür. Ölkelerin üretkenlikleri üzerinden Türkiye’nin yeri değerlendirildiğinde yayın sayıları ve atıf sıralamasının oldukça gerilerde olması, bu konu üzerine daha fazla çalışma yapılması ve aynı zamanda literatüre katkı sağlayacak, katkı değeri yüksek çalışmaların gerekliliğinden bahsedilebilir.

Kaynakça eşleştirmesi kurumlar üzerinden değerlendirildiğinde, ilk sırada Sussex Üniversitesi takip eden sıralamada Melbourne Üniversitesi ve Manchester Üniversitesi, Open Üniversite ve Rmit Üniversitesi görölmektedir. Toplam bağlantı gücü üzerinden kurumlar değerlendirildiğinde ise, en çok yayını olan kurumun bağlantı gücü düşük olarak görölmüş ve toplam bağlantı gücüne göre kurum sıralaması değişmiştir. Bu çerçevede ilk sırada toplam bağlantı gücü en yüksek olan kurum Melbourne Üniversitesi olurken bu üniversiteyi Manchester Üniversitesi, Glasgow Üniversitesi ve Open





**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

Üniversitenin takip ettiği görölmüştür. Bu bağlamda yayın sayısı fazla olan kurum veya kurumların toplam bağlantı gücünün en yüksek olmadığı görölmüştür.

Bulgular neticesinde, etik tüketim araştırmasının tarihsel gelişimi hakkında fikir vermesi, verimli yazarların, ölkelerin belirlemesi, en sık kullanılan anahtar kelimelerin ve ayrıca en az kullanılan anahtar kelimelerin verilmesi (özellikle daha üzerinde çalışılabilecek yeni alanlar olarak düşünölebileceği öngörüsüyle) gelecekteki çalışmalar için etik tüketim alanındaki araştırmacı ve akademisyenlere fayda sağlayacağı düşünölmektedir.

Her çalışmada olduğu gibi mevcut çalışmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Çalışmada WoS veri tabanından elde edilen yayınlar dikkate alınarak değerlendirmeler yapılmıştır. Bu çerçevede sonraki araştırmalar için farklı veri tabanları üzerinden (örneğin Scopus, Google Akademik) yapılması önerilebilir. İlave olarak, gelecekteki araştırmacılar diğer veri tabanlarından elde edilen sonuçları bu çalışmanın sonuçlarıyla kıyaslayabilirler. Bu çalışmada etik tüketim üzerinden inceleme yapılmıştır, gelecekteki araştırmalar da etik tüketimin alt dalları dikkate alınabilir, birbirleriyle kıyaslamalı şekilde değerlendirilmesi düşünölebilir.

#### **KAYNAKÇA**

Akhtar, R., Sultana, S, Masud, M.M., Jafrin, N., ve Al-Mamun, A. (2021). Consumers' environmental ethics, willingness, and green consumerism between lower and higher income groups. *Resources, Conservation & Recycling*. 168. 105274.

Andorfer, V.A. (2013). Ethical consumption in Germany: A cross-sectional analysis of determinants of fair trade consumption (2000–2010), *Zeitschrift für Soziologie*, 42(5), 424–443.

Bairrada, C.M., de Matos, C., A. F. ve Moreira, J. R., M. (2023). Attitudes toward ethical consumption in clothing: Comparing Peruvian and Portuguese consumers. *Journal of International Consumer Marketing*. 1-17. <https://doi.org/10.1080/08961530.2023.2200221>

Basso, F., Bouille, J. ve Troiville, J. (2021). Are you up for fair-trade products? Vertical dimension as a metaphorical representation of virtuous consumption. *Journal of Business Research*. 135, 508–518. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.050>

Bosbach, M. ve Maietta, O., W. (2019). The implicit price for fair trade coffee: Does social capital matter?, *Ecological Economics*. 158, 34–41. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.12.010>

Broadus, R., N. (1987). Toward a definition of bibliometrics. *Scientometrics*, 12 (5 – 6). 373-379

Bylok, F. (2018). Ethical Consumption and its development in contemporary society. *Management Issues-Problemy Zarzadzania*, 16, 3(75), part 1, 150-165.



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

Carrington, M. Chatzidakis, A, Goworek, H. ve Shaw, D. (2021). Consumption ethics: a review and analysis of future directions for interdisciplinary research. *Journal of Business Ethics*. 168, 215–238. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04425-4>

Clarke, N., Barnett, C., Cloke, P. ve Malpass, A., (2007). Globalising the consumer: Doing politics in an ethical register. *Political Geography*. 26. 231-249.

Chen, S., Kou, S., Hu, L., ve Xiao, T. (2022). Leveraging voluntary simplicity in promoting sustainable consumption from the perspective of moral appeals. *Sustainable Production and Consumption*. 33. 63–72. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.06.019>

Coffin, J., ve Egan – Wyer, C. (2022). The ethical consumption cap and mean market morality. *Marketing Theory*. 22(1), 105-123. <https://doi.org/10.1177/14705931211058772>

De Pelsmacker, P., Driesen L., and Rayp,G. (2005). Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee. *The Journal of Consumer Affairs*. Winter, 39(2). 363-385.

Demirel, A. (2020). Voluntary simplicity: An exploration through text analysis. *Int J Consum Stud*. 46. 75–87. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12644>

Falcão, D., ve Roseira, C. (2022). Mapping the socially responsible consumption gap research: Review and future research agenda. *Int J Consum Stud*.46. 1718–1760.

Farooq, R. (2024). A review of knowledge management research in the past three decades: A bibliometric analysis. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*.54(2). 339-378. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-08-2021-0169>

Farrukh, M., Javed, S., Raza, A. ve Lee, J., W., C. (2021). Twenty years of green innovation research: trends and way forward, *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(3), 488-501. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-06-2020-0068>

Firmansyah, E., A., Masri, M., Anshari, M., ve Besar, M., H., A. (2023). Innovation infinance: a bibliometric and content-analysis study. *Nankai Business Review International*.

Govind, R., Singh, J. J., Garg, N. ve D’Silva, S. (2019). Not walking the walk: How dual attitudes influence behavioral outcomes in ethical consumption. *J Bus Ethics*. 155, 1195–1214.

Hasan, S., Wooliscrooft, B., ve Ganglmair-Wooliscrooft, A. (2023). Drivers of Ethical Consumption: Insights from a Developing Country, *Journal of Macromarketing*, 43(2), 175-189,



**Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**  
**Social Sciences Research Journal**

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

Hasbullah, N.,N., Sulaiman, Z., Mas'od, A. ve Ahmad, S. N. (2021). Bibliometric analysis of sustainable and green consumption research from 1974 to 2019. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*. 12(5), 1292-1301.

Heersmink, R., van den Hoven, J., van Eck, N.J. ve van den Berg, J. (2011). Bibliometric mapping of computer and information ethics. *Ethics Inf Technol*. 13, 241–249.

Hitchin T, Bitterman H (2018) European consumer packaging perceptions study. *Pro Carton*. <https://www.procarton.com/wp-content/uploads/2018/10/European-Consumer-Packaging-Perceptions-study-October-2018.pdf>

Ingale, K., K., ve Paluri, R., A. (2022). Financial literacy and financial behaviour: a bibliometric analysis. *Review of Behavioral Finance*. 14(1), 130-154.

Intriago, V., R., C., Villaverde, D., B., ve Robles, G., C.(2023). A bibliometric analysis of customer experience in service design from 1999 to 2020. *Vision 1–18 © 2023 MDI. in.sagepub.com/journals-permissions-india*. <https://doi.org/10.1177/09722629231175206>

Jo, M., Ochieng, H.K., ve Kim, J. (2022). Why are you turning a blind eye to fair trade coffee? Focused on the comparison between Korea and Africa. *Sustainability*, 14, 17033.

Kamila, M., K., ve Jasrotia, S., S., (2023). Ethics and marketing responsibility: A bibliometric analysis and literature review. *Asia Pacific Management Review*. 28. 567-583.

Kamila, M., K., ve Jasrotia, S., S., (2023). Ethics in product marketing: a bibliometric analysis. *Asian Journal of Business Ethics*. 12. 151–174. <https://doi.org/10.1007/s13520-023-00168-3>

Kar, S., K., ve Harichandan, S. (2022). Green marketing innovation and sustainable consumption: A bibliometric analysis. *Journal of Cleaner Production*. 361. 132290.

Karimzadeh, S. ve Boström, M. (2023). Ethical consumption in three stages: a focus on sufficiency and care, *Environmental Sociology*. <https://doi.org/10.1080/23251042.2023.2277971>

Kato, T., Hayami, K., Kasahara, K., Morino, M., Ikuma, Y., Ikeda, R. ve Koizumi, M. (2023). Environmental vs. labor issues: evidence of influence on intention to purchase ethical coffee in Japan. *Humanities And Social Sciences Communications*. 10, 714.

Klein, J. G., Smith, N. C, ve John, A. (2004). Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation. *Journal of Marketing*. 68. 92–109.

Küster, I., ve Vila, N. (2023). Consumer ethics: An extensive bibliometric review (1995– 2021). *Business Ethics, Env & Resp*. 32. 1150–1169. <https://doi.org/10.1111/beer.12558>



## Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi

### Social Sciences Research Journal

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

Li, Y., Wei, L., Zeng, X. Ve Zhu, J., (2021). Mindfulness in ethical consumption: The mediating roles of connectedness to nature and self-control, *International Marketing Review*, February 2021,

Lindenmeier, J., Andersch, H., Arnold, C. ve Seemann, A, K. (2019). Understanding ethical purchasing behavior: Validation of an enhanced stage model of ethical behavior, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 50-59, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.02.004>

Martinho, V., D., ve Mourão, P., R. (2020). Circular economy and economic development in the European Union: A review and bibliometric analysis. *Sustainability*. 12, 7767.

Oh, J-C. ve Yoon, S-J. (2014). Theory-based approach to factors affecting ethical consumption. *International Journal of Consumer Studies*. 38, 278–288. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12092>

Phulwani, P., R., Kumar, D., ve Goyal, P. ((2020) A systematic literature review and bibliometric analysis of recycling behavior, *Journal of Global Marketing*. 33(5). 354-376.

Quoquab, F., ve Mohammad, J. (2023). Guest editorial: Ethical consumption—a global agenda. *Journal of Global Responsibility*. 14(3). 289-294. <https://doi.org/10.1108/JGR-08-2023-120>

Rafiq, M., Dastane, O., ve Mushtaq, R. (2023). Waste reduction as ethical behaviour: a bibliometric analysis and development of future agenda. *Journal of Global Responsibility*. 14(3). 360-379.

Rombach, M., Dean, D.L., Widmar, N.J.O. ve Bitsch, V. (2021). The ethically conscious flower consumer: Understanding fair trade cut flower purchase behavior in Germany. *Sustainability*. 13, 12133. <https://doi.org/10.3390/su132112133>

Rosa, A., C., M., Rosa, A., M., das Neves, J.,M.,S., ve Santos, R., O., B., D. (2021). Innovative Entrepreneur and Creativity: A Bibliometric Analysis. *Global Scientific Journals*. 9(3).

Ruggeri, G., Orsi, L., ve Corsi, S. (2019). A bibliometric analysis of the scientific literature on Fairtrade labelling. *Int J Consum Stud.*, 43. 134–152. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12492>

Ruiz-Alba, J. L., Guzman-Parra, V., F., Oblitas, J., R., V., ve Mediano, J., M. (2021). Entrepreneurial intentions: a bibliometric analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 28 (1). 121-133. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2019-0221>

Sahoo, S. (2022). Big data analytics in manufacturing: A bibliometric analysis of research in the field of business management. *International Journal Of Production Research*. 60(22). 6793–6821.

Saleem, F., Khattak, A., Rehman, S., U., ve Ashiq, M. (2021). Bibliometric Analysis of Green Marketing Research from 1977 to 2020. *Publications*. 9(1).



## Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi

### Social Sciences Research Journal

**DOI:** 10.38120/banusad.1475050

BANÜSAD, 2024; 7(1), 124-144

Seegebarth, B., Peyer, M., Balderjahn, I., ve Wiedmann, K-P. (2016). The sustainability roots of anti-consumption lifestyles and initial insights regarding their effects on consumers' well-being. *The Journal of Consumer Affairs*. 50(1). 68-99.

Sterie, C., M., Tarhini, M., ve Dumitru, E., A. (2022). Fair food trade - bibliometric analysis. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*. 22(1). 637-642.

Szmigin, I., Carrigan, M., and McEachern, M. G. (2009). The conscious consumer: Taking a flexible approach to ethical behaviour. *International Journal of Consumer Studies*. 33, 224–231.

Tani, M., Troise, C., Basile, G., ve Mazzitelli, A. (2023). Ed. Vrontis, D., Weber, Y., ve Tsoukatos, E., 16th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business içinde Ethical consumer behavior: A bibliometric review pre-covid19. 749-760. EuroMed Press.

Van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*. 84, 523–538. <http://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>

Vergura, D., T., Zerbini, C., Luceri, B., ve Palladino, R. (2023). Investigating sustainable consumption behaviors: a bibliometric analysis. *British Food Journal*. 125(13). 253-276.

Yao, J., Guo, X., Wang, L., ve Jiang, H. (2022). Understanding green consumption: A literature review based on factor analysis and bibliometric method. *Sustainability*. 14(8324).

Yadav, V., Gupta, R., ve Nair, K. (2024). Time for sustainable marketing to build a green conscience in consumers: Evidence from a hybrid review. *Journal of Cleaner Production*. 443(141188).

Wang, X., Xu, Z., ve Škare, M. (2020). A bibliometric analysis of Economic Research-Ekonomiska Istraživanja (2007–2019), *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 33(1), 865-886,

Wang, S., Liu, M., T., ve Pérez, A. (2023). *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 35(8). 1857-1882. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2022-0651>

Watson, M. (2006). Towards a Polanyian perspective on fair trade: Market-based relationships and the act of ethical consumption. *Global Society*, 20(4), 435-451.

Zupic, I, ve Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in management and organization. *Organizational Research Methods*. 18(3). 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

<https://climate.copernicus.eu/global-climate-highlights-2023>