

35 YILLIK SOSYAL SORUMLULUK ARAŞTIRMALARININ ANALİZİ: YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA TEZLERİNİN İNCELENMESİ

ANALYSIS OF 35 YEARS OF SOCIAL RESPONSIBILITY RESEARCH: EXAMINATION OF MASTER AND DOCTORAL THESES

Doç. Dr. Sibel HOŞTUT¹

Gülten Sevdâ SIRSAT²

Özge ARSLAN³

ÖZ

Sosyal sorumluluk kavramının kapsam alanı hem kurumsal düzeyde hem de akademi net olmadığından kavramın sınırlarını belirlemek oldukça güçtür. Bu konuya açıklık getirebilmek, çalışmaların tematik dağılımına ve literatür yapısına ilişkin açıklamalar yapabilmek için Türkiye’de son 35 yılda sosyal sorumluluk konusunda yazılan lisansüstü tezler bibliyometrik analiz ve içerik analizi teknikleriyle incelenmiştir. Sosyal sorumluluk kavramının merkezinde işletme literatürünün olması, lisansüstü tezlerin %90’ının Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde ve %40’ının İşletme Ana Bilim Dalı’nda yazılmasını açıklamaktadır. Çalışmaların başlıkları arasında önemli bir kümeyi Türkiye özelinde özel sektöre ilişkin sosyal sorumluluk uygulamalarının markaya/kurum imajına, kurumsal itibara, etik değerlere ve finansal performansa etkisi ve ilişkisi oluşturmaktadır. Kurum paydaşlarından en fazla çalışma tüketicilerin satın alma davranışları ile çalışanların kuruma bağlılık ilişkisine yöneliktir. Sektör konusunda ise turizm ve bankacılık sektörlerine özel ilgi gösterilmiş, ancak diğer sektörler yeterince araştırılmamıştır. Ayrıca sivil toplum kuruluşları, gönüllülük, uluslararası standartlar gibi konular çok sınırlı sayıda çalışılmıştır. En sık atıf yapılan yazarlar listesinde yer alan A.B. Carroll, hem en sık atıf alan ilk üç makalenin yazarı olarak hem de diğer yazarlarla arasında oldukça belirgin bir farkla sıralamada birinci sırada yer alarak tek baskın yazar olarak bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Lisansüstü Tezler, Bibliyometrik Analiz, Başlık Analizi, Anahtar Kelime Analizi.


JEL Sınıflandırma Kodları: M14, Y40, Y80.


ABSTRACT


Since the scope of social responsibility is not clear both at the institutional level and the academy, it is difficult to determine its limits. In order to clarify this issue, explain the thematic distribution, and structure of the literature social responsibility theses written in Turkey in the last 35 years are analyzed by bibliometric analysis and content analysis. The fact that business literature is at the center of the concept social responsibility explains that 90% of the theses are written in the Institute of Social Sciences, and 40% in the Business Department which is also reflected in the theses titles. The strongest cluster of studies focuses on social responsibility practices in the Turkish private sector regarding brand and corporate image, reputation, ethical values, and financial performance. Most of the stakeholder studies are about consumer buying behavior and employee loyalty relationship. Special attention has been paid to the tourism and banking sectors, other sectors have not been adequately researched. Non-governmental organizations, volunteering, and international standards have been studied in a limited number. A.B.Carroll, is the dominant author, both as the author of the top three most cited articles, and the first in the ranking with a distinct difference from other authors.

Keywords: Social Responsibility, Master and Doctoral Theses, Bibliometric Analysis, Title Analysis, Keyword Analysis.

JEL Classification Codes: M14, Y40, Y80.

¹  Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, shostut@akdeniz.edu.tr

²  Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi, sevdasirsat@gmail.com

³  Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi, ozge_arslan@outlook.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

This article examines the social responsibility Masters and Doctoral Theses written in Turkey in the last 35 years to make explanations about the thematic distribution, and the intellectual and academic structure of the field.

Design/methodology/approach:

To explain the thematic distribution, and structure of the social responsibility theses titles, key words, and scientific publications were analyzed by bibliometric analysis and content analysis. It is aimed to answer the following research questions: How does the interest in social responsibility studies develop over time? What subjects do the theses concentrate on? Is the multi-faceted nature of the concept of social responsibility reflected in the keywords expressed in the theses? Which type of source is used most frequently? Despite the vast social responsibility literature, is it possible to talk about the dominance of a group of writers?

Findings:

Until December 2020, 532 theses were studied in 82 departments. While three theses on the subject were counted between 1985-1989, this number reached 268 theses between 2015-2020. The exponential increase of the studies shows how popular social responsibility theses are in universities. 90% of the graduate theses are written in the Institute of Social Sciences and 40% in the Business Department. The subject of social responsibility is subject of 82 departments such as archeology, information systems, environmental sciences, educational sciences, industrial engineering, philosophy and religious sciences, public relations, communication sciences, financial institutions, human resources, architecture, psychology, advertising, recreation, health sciences, art and design, non-governmental organizations management, political science, sociology, sports sciences, tourism management etc. The vast scope of social responsibility and being the subject of many departments is also reflected in the theses titles. A total of 6363 words were used in the theses titles. In the second step, after the synonyms were combined, 1660 different words were counted. Considering the frequency analysis of these words, the concepts of social, responsibility, corporate, business, research, projects, impact, relationship and perception are the most frequently expressed words. The words in the titles and the relationships between them can be explained in various clusters. The strongest cluster consists of the words Turkey, brand and corporate image, corporate reputation, ethical values, and financial performance. The words perception, effect, relationship, and role are also frequently used. Most research on stakeholders is about consumers purchasing behavior and employees loyalty relationship. In addition, the relationship and impact of projects on customer loyalty is also among the popular topics. Other researched groups were community and students. Although the field of social responsibility covers all industries and sectors, special attention has been paid to the tourism, banking, textile and telecommunications sector, other sectors have not been adequately researched. Among the thesis titles, the words Non-Governmental Organizations, citizenship, sustainability, education, environment, volunteering, and international standards are rarely mentioned. The term "CSR", which is abbreviated for the concept of corporate social responsibility, is frequently preferred (88%) among the keywords, but rarely used in titles (12%). A total of 701 kinds of keywords were counted, and the most frequently expressed are corporate social responsibility (60%) and social responsibility (32%). All other words expressed are as diverse as the broad scope of the research subjects. According to the study, 49% of the references are made to published scientific articles and 29% to books. Other sources are master and doctoral theses, web pages, institutional publications, newspapers and magazines, conference papers, university publications and research project reports. The preference of scientific articles as the primary source among all references can be explained by the rich and easy access of the literature on the internet. Citing a total of 6145 articles published between 1931-2019 indicates the existence of a heterogeneous literature on the field. CSR related journals and mainstream management journals are among the most frequently cited journals: the Journal of Business Ethics, Business & Society, Business and Society Review, Business Ethics Quarterly, Academy of Management Review, Academy of Management Journal, California Management Review, Strategic Management Journal, Administrative Science Quarterly, and Harvard Business Review. One of the authors, A.B.Carroll, is at the first place in the list of the most cited authors with a very distinct difference from other authors. He is also the top cited author of the top three articles. This is indicative of the dominance of the most cited author, despite the vast social responsibility literature.

Conclusion and Discussion:

The main contribution of the study is to provide information that will guide future studies by explaining the themes of the field and the basic literature in the field by making the first systematic analysis of the postgraduate theses written in the last 35 years in the field of social responsibility. Social responsibility practices have been investigated especially in the tourism, banking, textile and telecommunication sectors. It may be suggested to investigate various sectors in future studies in order to determine the practices related to sectors and to make inter-sectoral comparisons. In addition, if sustainability, corporate citizenship, non-governmental organizations, volunteering and international standards are studied more, more contribution can be made to the field.

1. GİRİŞ

Google Akademik’te “social responsibility” (sosyal sorumluluk) kavramları ile tüm zamanları içeren bir araştırma yapıldığında, 3.920.000 sonuç gösterilmektedir (Google Akademik, 2021). Bu zengin literatür çokluğunun nedeni, dünya genelinde birçok farklı disiplinden bilim insanlarının, uzmanlarının ve uygulayıcıların sosyal sorumluluk uygulamasını anlamaya ve yönlendirmeye yardımcı olmak için araştırmalar yapmaları ve kuram geliştirme çabalarıdır (Carroll, 2015, s. 1). Her ne kadar merkezinde yönetim literatürü olsa da burada konuya strateji, pazarlama, muhasebe, operasyon yönetimi ve organizasyonel davranış gibi çeşitli alt disiplinlerden yaklaşılmış ve bunlara artan biçimde hukuk, ekonomi, siyaset bilimi, kalkınma çalışmaları, coğrafya, alan çalışmaları, sosyoloji ve tarih kaynakları da dahil olmuştur (Crane vd., 2008, s. 7). Bu büyük sayıda, parçalara bölünmüş ve heterojen sosyal sorumluluk literatüründe (Aguinis ve Glavas, 2012, s. 959; Ortiz-Avram vd., 2018, s. 264) bazen paralel ve bazen de kafa karıştırıcı evrensel kümeler bulunmakta (Waddock, 2004, s. 5) ya da farklı konulara odaklanan bir dizi farklı araştırma gelenekleri açıklanmaya çalışılmaktadır (Lockett vd., 2006, s. 117). McWilliams ve diğerlerine (2006, s. 2,10) göre sosyal sorumluluk analizi (literatür çokluğuna rağmen) hem akademisyenler hem de uygulayıcılar için hala gelişim aşamasındadır ve bu nedenle teorik çerçeveler, ölçümler ve ampirik yöntemler henüz netliğe kavuşturulamamıştır. Yazarlara göre ilgili çalışmalar, alana ilişkin kuram ve araştırmalar yeterince anlaşılana kadar devam etmelidir.

Zengin literatüre sahip konular içerisindeki araştırma alanlarının belirlenmesinde, başlıklar, alıntılar, anahtar kelimeler, yayın özetleri ve hatta tüm içerik düzeyindeki ilişkilerin derinlemesine analiz edilmesinde bibliyometrik analiz önemli bir tekniktir. Bu teknik ile açıklanan araştırma sonuçları konuya ilişkin kapsamlı bilgiler sağladığı gibi, araştırma alanının geliştirilmesi konusunda yönlerin belirlenmesini de sağlamaktadır (Lulewicz-Sas, 2017, s. 412-413; Feng vd., 2017, s. 298). Ayrıca alanda yeni olan araştırmacıların alanın yapısını hızlı bir şekilde kavramalarını da kolaylaştırmaktadır (Zupic ve Carter, 2015, s. 457). Bugüne kadar bibliyometrik analiz tekniği ile sosyal sorumluluk konularına ve araştırmalarına ilişkin yapılan çalışmalar ile; çalışanlar (Low ve Siegel, 2020), tedarik zinciri yönetimi (Feng vd., 2017), iletişim literatürü (Ji vd., 2020), tanımlar (Dahlsrud, 2006; Sarkar ve Searcy, 2016), genel literatürün incelenmesi (Aguinis ve Glavas, 2012), tarih ve gelişme (Ghobadian vd., 2015; Agudelo vd., 2019), yönetim bilimi (Lockett vd., 2006, Lulewicz-Sas, 2017), sektör (Dabic vd., 2016), sürdürülebilir gelişme (Ye vd., 2020), küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (Vázquez-Carrasco ve López-Pérez, 2013; Ortiz-Avram vd., 2018, Bartolacci vd., 2020), insan kaynakları (Stefano vd., 2018) gibi birçok konulara ilişkin sistematik açıklamalar yapılmıştır.

Yapılan çalışmanın amacı, Türkiye’de sosyal sorumluluk konusunda yazılmış lisansüstü tezleri inceleyerek sosyal sorumluluk çalışma konusuna ilişkin akademik birikimi ve genel eğilimleri bütünsel bir yaklaşımla açıklamaktır. Araştırma bulgularımıza göre özellikle Web of Science da yayınlanan makalelere ilişkin çok sayıda bibliyometrik çalışmalar yapılmıştır. Oysa SSCI dışı dergilerde yayınlanan makaleler, kitaplar, kitap bölümleri, kongre makaleleri ve yayınlanmamış tezlerin de çalışılması sosyal sorumluluk araştırmalarının gelişimine katkı sağlayacaktır (Ji vd., 2020, s. 13). Gelecekteki araştırmalarda bu tür kaynakların çalışılması, alana değerli katkı sağlayacağı gibi bu konularda çalışmak isteyen araştırmacılar için de önemli bir bilgi kaynağı olacaktır.

2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Özel sektöre ilişkin bir kavram olarak kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) 1950’lerde ABD’de ve 1960’lı yıllardan itibaren de küresel arenada farklı disiplinlerce tartışılmaya başlanmıştır. Ancak kavramın ortaya çıkışı çok daha öncesine dayanmaktadır. KSS kavramı 1870’lerde ABD’de kapitalizmin hızlı büyümesine bir tepki olarak ortaya çıkmıştır (Mullerat, 2013, s. 13). Bu yıllarda Amerika’da büyük servete kavuşmuş Henry Ford ve John D. Rockefeller gibi sanayicileri tanımlamak için soyguncu veya hırsız baronlar adlandırması sıkça kullanılan bir terimdi (Kenton, 2020). Bu iş insanları genellikle acımasız, etik dışı ve yasalara uygun olmayan uygulamalarla kasıtlı olarak mal üretimini kısıtlayan ve ardından fiyatları yükselterek kar elde eden tekelcilere (Kenton, 2020) dönüşmüşlerdir. Bu türden uygulamalar, karşı antitröst hareketlerinin ortaya çıkmasına ve kurumsal sosyal sözleşme doktrininin gelişimine yol açmıştır (Mullerat, 2013, s. 13). Bu kapsamda Sherman Antitröst Yasası ABD Kongresi (1890) tarafından yürürlüğe giren ilk antitröst yasasıdır (Britannica, 2020). Kavram, tekelcilere ilişkin yasanın kabulünden yüzyıl sonra ekonomik, sosyal ve çevresel performans ile sürdürülebilirlik stratejisi ve yönetimi ekseninde tartışılmaya başlanmış, ancak kavramın geniş uygulama ve kapsam alanı kavramın kavramsallaştırılmasını zorlaştırmıştır (Sajjad ve Eweje, 2014, s. 166).

KSS kavramının akademik anlamdaki ilk tanımı Bowen'in *İş adamlarının Sorumluluğu* (1953) kitabında sunulmuştur. Yazar, KSS'yi toplumun amaçları ve değerleri ile uyumlu kararlar almak ve eylemleri izlemek için yöneticilerin ilgili politikaları izleme yükümlülüğü olarak tanımlamıştır (Bowen, 1953). Carroll'a (1999, s. 270) göre bu kitap 1950'lerde en önemli literatürü temsil etmekte ve yazara göre Bowen bu ufuk açıcı çalışması nedeniyle, "Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Babası" olarak adlandırılmalıdır.

Kavramın ilk tanımdan bugüne kadar geçen zamanda KSS'nin birçok tanımı yapılmıştır. Bu tanımlardan yaygın olarak alıntılanan tanımlardan bir tanesi Avrupa Komisyonu'nun KSS tanımıdır. Avrupa Komisyonu 2001 yılında KSS'yi basitçe şirketlerin toplum üzerindeki etkileri için sorumluluk almaları olarak tanımlarken, bu tanıma 2011 yılında yayınladığı yeni bir politika ile açıklayıcı ifadeler dahil etmiştir. Avrupa Komisyonu'nun (2011) yeni tanımına göre şirketler, sorumluluklarını yerine getirebilmek için sosyal, çevresel, etik ve insan hakları konularını paydaşlarıyla yakın iş birliği içinde ticari faaliyetlerine ve temel stratejilerine entegre etmelidir. Böylece birinci tanımda ifade edilen toplumun yerini paydaş kavramı almış ve paydaşlarla yakın iş birliği vurgulanmıştır. Dahlsrud (2006) literatüre giren KSS tanımlarını incelediği çalışmasında mevcut tanımların büyük ölçüde uyumlu olduğunu ve kavramın sosyal, paydaş, ekonomik, gönüllülük ve çevre boyutları üzerinden tanımlandığını açıklamaktadır. Ancak yazar, kavramın tanımının yapılmasının halen komplike olduğunu ve bu durumun KSS'nin nasıl tanımlandığıyla ilgili değil, sosyal olarak belirli bir bağlamda nasıl inşa edildiğiyle ilgili olduğunu ifade etmektedir. KSS tanımlarının incelendiği bir diğer çalışma Sarkar ve Searcy'nin (2016) çalışmasıdır. Yazarlar, kavramın son 60 yılda nasıl geliştiğini açıklamak için (1953-2014) literatüre girmiş 110 KSS tanımının nicel bir analizini yapmışlar ve KSS kavramının temelini oluşturan, tekrar edilen ve kalıcı boyutların ekonomik, toplum, etik, paydaş, sürdürülebilirlik ve gönüllük olduğunu açıklamışlardır. Nitekim her ne kadar KSS'nin tanımı ve sınırları konusunda bir fikir birliği olmasa da (Frynas ve Stephens, 2014, s. 3) yapılan akademik çalışmalar kavramın sınırlarının belirlenmesini sağlamaktadır.

3. ARAŞTIRMA VE YÖNTEM

Şirketler, 1940'larda sosyal sorumlulukları olan kurumlar olarak görülmeye başlanıp tartışılınca da (Heald, 1970 aktaran Agudelo vd., 2019, s. 3), KSS'nin akademik araştırma ve kurumsal odağı 1950'ler ve 1960'lardır. O günlerde başlayan akademik çalışmalarla bugün engin ve heterojen bir literatür söz konusudur. Sosyal sorumluluk çalışmalarıyla her ne kadar çeşitli konulara ilişkin bibliyometrik analizler yapılmış olsa da bilim dallarını ayırt etmeksizin tüm bilim dallarını kapsayan lisansüstü tez çalışmalarına ilişkin bir çalışma yapılmamıştır. Oysa lisansüstü tezlerin bilimsel bilgi birikimini ve gelişimini yansıtmak gibi önemli işlevleri vardır (Yaşın, Çetin ve Sönmez, 2017, s. 454). Yapılan çalışmada sosyal sorumluluk konusuna ilişkin lisansüstü tezlerin künye bilgileri, başlıkları ve anahtar kelimeleri analiz edilerek çalışmaların yoğunlaştığı temalar, akademik birikim ile genel eğilimler bütünsel bir yaklaşımla resmedilmeye çalışılmıştır. Ayrıca bibliyometrik analiz ile tezlerde atıf alan yazarlar, dergiler, kitaplar gibi alanın entelektüel ve akademik yapısı açıklanmıştır. Çalışmanın evrenini Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi'nde (2020) *Sosyal Sorumluluk* tarama terimi ile açıklanan 532 lisansüstü tez oluşturmaktadır. Çalışmada zaman sınırlanmamış, ilk tez (doktora tezi) 1985 yılında yazıldığından çalışma 35 yıllık bir süreyi kapsamaktadır.

Yapılan araştırma ile ilgili aşağıda ifade edilen araştırma sorularının cevaplanması hedeflenmektedir:

- (1) Sosyal sorumluluk çalışmalarına olan ilgi zaman içerisinde nasıl bir gelişim izlemektedir?
- (2) Tezler hangi konularda yoğunlaşmaktadır?
- (3) Sosyal sorumluluk kavramının çok yönlü doğası tezlerde ifade edilen anahtar kelimelerine yansımakta mıdır?
- (4) Tezlerde en sık hangi kaynak türüne başvurulmaktadır?
- (5) Engin sosyal sorumluluk literatürüne rağmen bir grup yazarın egemenliğinden bahsedilebilir mi?

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünde 532 lisansüstü tezin künye bilgilerine ulaşılmış ve analiz edilmiştir. Çalışmada tüm tezlerin incelenmesi hedeflendiğinden belirli bir örneklem yöntemi uygulanmamış, tam sayı yöntemi uygulanmıştır. Arıkan'a (2017) göre tam sayı yöntemi evren hakkında en geniş ve en doğru bilginin sunulmasını sağlamaktadır. Çalışmanın temel sorularını cevaplayabilmek için nitel araştırma grubu içerisinde sınıflandırılan içerik analizi tekniğine başvurulmuştur. İçerik analizini Berelson (1952) nesnel, sistematik ve nitel bir araştırma yöntemi olarak tanımlamaktadır. İçerik analizinin aşamaları; verilerin kodlanması ve düzenlenmesi, temaların bulunması, kodların ve temaların organize edilmesi ve bulguların yorumlanması şeklindedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Lisansüstü tezlerden çıkarılan kavramlara göre bir kod listesi çıkartılarak

tümevarımcı bir yaklaşım izlenmiştir. Kodlayıcılar arası güvenilirlik sorunlarından kaçınmak için kaynakların kodlanmasında kararsız kılınan kaynaklar yeterli anlaşmaya varıncaya kadar araştırmacılar arasında tartışılmıştır. Önceden hazırlanan veri formuna veriler iki araştırmacı tarafından kodlanmıştır. Kodlama sonunda veriler karşılaştırılmış ve %96 güvenilirlik düzeyi bulgulanmıştır. Bu kapsamda lisansüstü tezlerin yayın yılı, yazarların cinsiyeti, sayfa sayıları, yazı dili, üniversiteler, enstitüler ve anabilim dalları doğrudan sayılarak açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde tezlerin başlıkları ve çalışmalarda ifade edilen anahtar kelimeler ile salt doktora tezlerinde (75 doktora tezin kaynakça bilgilerine erişilmiştir) referans gösterilen kaynaklar yazar ve kaynak türüne göre MAXQDA 12 programı ile kodlanarak analiz edilmiştir. Nitel içerik analizini desteklemeye yönelik kullanılan bilgisayar programının nedeni, araştırmacıların tüm analiz aşamalarını kaydetmesi, analizlerin anlaşılır, kategorilerin frekanslarının karşılaştırılabilir ve tekrarlanabilir olmasıdır (Mayring, 2000, s. 7).

Başlık analizinde özellikle başlıkların uzunlukları incelenmiş, kelime frekanslarının listesi oluşturmuş ve kelimelerin birlikte kullanım analizi ile kelimeler arası ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Kelimelerin gruplar halinde kümelenerek ağ haritasında gösterilmesi alt alanlar arasındaki bağlantıların açıklanmasını ve eğilimlerin izlenmesini sağlamıştır (He, 1999, s. 134-139). Genelleme yapabilmek için eş anlamlı kelimeler bir arada değerlendirilerek sözcük sayıları küçültülmeye çalışılmıştır. Örneğin işletme, firma, örgüt ve şirket gibi eş anlamlı kelimeler işletme gibi tek bir kavram içerisinde kodlanarak ya da araştırma sözcüğüne inceleme ve değerlendirme kavramları dahil edilerek kümeler oluşturulmuş ve 1985'ten 2020'ye kadar yazılan tüm tezlere dayanan ampirik bulgular sunulmuştur.

4. BULGULAR

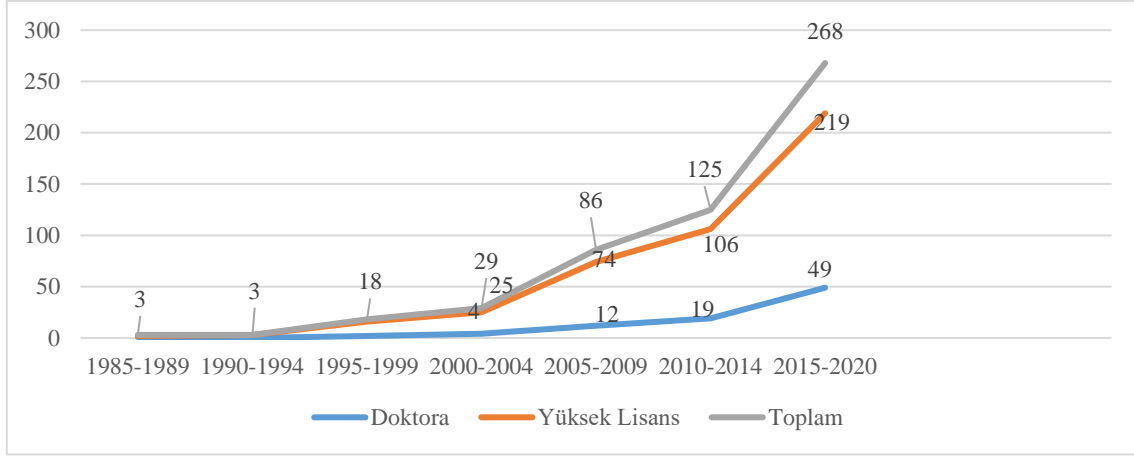
1985 – 2020 yıllarını kapsayan 35 yıl içinde sosyal sorumluluk alanında 445 yüksek lisans ve 87 doktora tezi yazılmıştır. Yüksek lisans tezlerinin ortalama sayfa sayısı 144 iken doktora tezlerinin ortalama sayfa sayısı 236'dır. Tezlerin ağırlıklı ortalama olarak %90'ı Türkçe, %9,5'i İngilizce ve %0,5'i ise Almanca, Fransızca ve Arapça dillerinde yazılmıştır.

Yazarların isimlerinin değerlendirilmesiyle cinsiyetler belirlenmiştir. Sosyal sorumluluk konusunda yüksek lisans tezi yazarların %61'i kadın, %36'sı erkek iken, doktora tezi yazarların %56'si erkek, %44'ü kadındır. Hem kadınlara hem de erkeklere konulan isimler internet ortamında araştırılarak belirlenmiştir. Ancak yüksek lisans tezi yazarların %3'ünün cinsiyetleri yapılan araştırmalar kapsamında belirlenememiştir.

Tablo 1. Tez Yazarlarının Cinsiyeti

Cinsiyet	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam
	Frekans	%	Frekans	%	
Kadın	270	61	38	44	308
Erkek	162	36	49	56	211
Bilinmiyor	13	3	--	--	13
Toplam	445	100	87	100	532

Sosyal sorumluluk konulu tezlerin popülerliği 1985 yılından itibaren sürekli bir artış göstermektedir (şekil 1). En fazla artış 268 tez ile 2015-2020 yılları arasında gerçekleşmiştir.

Şekil 1. Tezlerin Yazıldıkları Yıllara Göre Dağılımı

Sosyal sorumluluk konulu yüksek lisans tezleri 91 üniversitede doktora tezleri ise 33 üniversitede yazılmıştır; bu konuda en fazla tez çalışması Marmara Üniversitesi'nde yazılmıştır. Tablo 2'de en fazla çalışmanın yapıldığı beş üniversite gösterilmektedir.

Tablo 2. Üniversitelere Göre Lisansüstü Tezlerin Sayıları

Üniversite Adı	Devlet/Vakıf	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
Marmara Üniversitesi	Devlet	61	13	74
İstanbul Üniversitesi	Devlet	27	6	33
Dokuz Eylül Üniversitesi	Devlet	19	6	25
Selçuk Üniversitesi	Devlet	15	10	25
Gazi Üniversitesi	Devlet	18	5	23

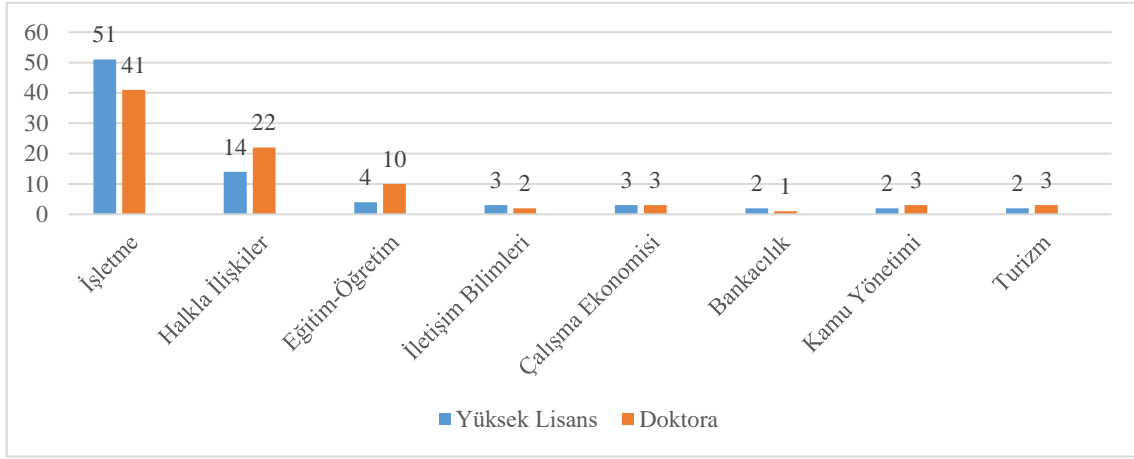
Tezlerin %90'ı Sosyal Bilimler Enstitüsünde yazılmıştır, diğer enstitüler ise Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Lisansüstü Programlar Enstitüsü, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Finans Enstitüsü ve İşletme Enstitüsü'dür.

Tablo 3. Enstitülere Göre Sosyal Sorumluluk Tezleri

Enstitü	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Sosyal Bilimler Enstitüsü	399	90	78	90	477	90
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	23	5	6	7	29	5
Diğer	23	5	3	3	26	5
Toplam	445	100	87	100	532	100

82 Anabilim Dalı'nda yazılan tezlerin %42'si İşletme Anabilim Dalı'nda, %14'ü ise Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda yazılmıştır. Tezlerin açık ara ile en fazla İşletme Ana Bilim Dalı'nda yazılmış olması çalışmaların konularına da yansımıştır.

Şekil 2. Sosyal Sorumluluk Tezlerinin Konuları (%)



Tezlerin konuları ağırlıklı ortalamaya göre %49'u işletme, %15'i halkla ilişkiler ve %5'i eğitim ve öğretimdir. Diğer konular ise iletişim bilimleri, çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri, bankacılık, kamu yönetimi, turizm, arkeoloji, çevre mühendisliği, demografi, dilbilim, din, ekonomi, endüstri mühendisliği, endüstri ve denizcilik, gazetecilik, giyim endüstrisi, güzel sanatlar, halk sağlığı, hastaneler, hemşirelik, hukuk, inşaat mühendisliği, istatistik, kazalar, maliye, mimarlık, radyo-televizyon, mühendislik bilimleri, müzecilik, psikoloji, reklamcılık, sağlık kurumları yönetimi, sigortacılık, sivil havacılık, siyaset bilimleri, sosyal hizmetler, sosyoloji, spor, tarih, trafik ve uluslararası ilişkilerdir.

4.1. Tez Başlıkları

Tezlerin %48'inde (258) konu başlığında kurumsal sosyal sorumluluk, %42'sinde (224) ise sosyal sorumluluk başlığı kullanılmıştır. 1985-2001 tarihleri arasında yazılan tezlerde "sosyal sorumluluk" kavramı tercih edilirken, 2002 yılından itibaren "kurumsal sosyal sorumluluk" başlığı kullanılmaya başlanmıştır.

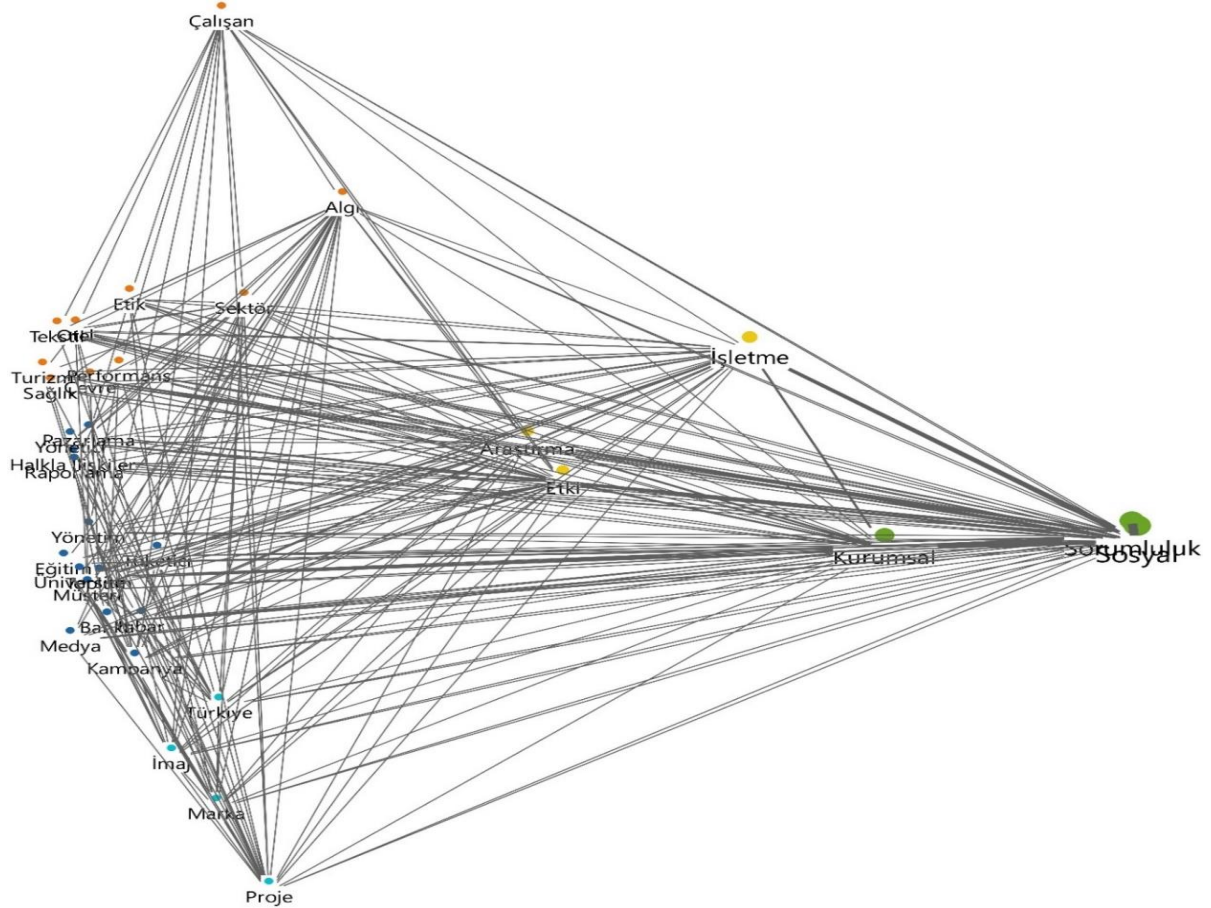
Tez başlıkları en az 3 kelime en fazla 33 kelimeden oluşmaktadır, ortalama kelime sayısı 12'dir Yüksek lisans tez başlıklarında ortalama 11 sözcük kullanılırken, doktora tez başlıklarında ortalama 13 sözcük kullanılmaktadır. Tez başlıklarında toplam 6363 sözcük sayılmıştır, ancak eşanlamlı kelimeler ve kelime eklerinden oluşan farklılıklar giderildikten ve rakamlar çıkartıldıktan sonra sayılan sözcük sayısı 1660'dır. Tez başlıklarında en sık kullanılan kelimeler ve frekansları tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Başlıklarda En Sık İfade Edilen Sözcükler

Başlık	Frekans	Tez Sayısı	Tezlerin %	Başlık	Frekans	Tez Sayısı	Tezlerin %
Sosyal	577	529	99,43	İmaj	37	36	6,76
Sorumluluk	552	529	99,43	Tüketici	36	31	5,82
Kurumsal	317	274	51,50	Etik/Ahlak	32	29	5,45
İşletme	254	221	41,54	İş	29	26	4,88
Araştırma	226	221	41,54	İtibar	27	23	4,32
Proje	230	216	40,60	Banka	25	23	4,32
Etki	154	153	28,75	Performans	24	23	4,32
İlişki	96	94	17,66	Davranış	23	21	3,94
Algı	84	80	15,03	Toplum	21	18	3,38
Örnek	75	75	14,09	Öğrenci	19	18	3,38
Sektör	59	59	11,09	İletişim	21	17	3,19
Türkiye	52	51	9,58	Üniversite	19	16	3,01
Marka	52	49	9,21	Çevre	18	15	2,81
Çalışan	48	45	8,45	Pazarlama	18	15	2,81
Rol	40	40	7,52	Müşteri	19	14	2,63

Sosyal, sorumluluk, kurumsal, işletme, araştırma, proje ve etki kavramları en sık ifade edilen sözcüklerdir.

Şekil 3. Tez Başlıklarının Birbirlerine Olan İlişkisi



Lisansüstü tez başlıklarında kullanılan sözcükler ve sözcükler arasındaki ilişkiler ekil 3'te gösterilmektedir. Genel olarak birlikte atanan kodların sıklığı ile kodların üst üste yazılmış olması kavramların birbirlerine yakınlığını gösterir. Başlıklarda birbirine en yakın kodlar "sosyal" ve "sorumluluk" sözcükleridir. Şekillerin (daire veya kare) ile etiketin yazı tipi boyutu kodlanmış kavramların sayısı ve yoğunluğu ile orantılıdır.

Lisansüstü tez başlıkları çeşitli kümelerde açıklanabilir. Burada kümeleri temsil eden renkler (yeşil, sarı, turuncu, turkuaz, mavi) ve kümelerarası bağlantı çizgileri (ince, kalın) kümeleri ve kümelerin birbirleriyle ilişkilerini göstermektedir. Sözcükler arasındaki bağlantı çizgilerine göre en fazla kesişim sosyal, sorumluluk, kurumsal ve işletme kavramları arasındadır.

Sosyal, sorumluluk ve kurumsal sözcükleri en büyük kümeyi, ikinci büyük kümede ise işletme, etki, araştırma, uygulama ve ilişki sözcükleri vardır. Üçüncü büyük kümeyi algı, sektör, çalışanlar, etik ve performans oluştururken, dördüncü kümeyi marka, imaj ve projeler oluşturmaktadır. Özellikle beşinci kümede (mavi) çok sayıda sözcüğün üst üste yer alması sözcüklerin birbirlerine çok yakın olduklarını göstermektedir.

4.2. Anahtar Kelimeler

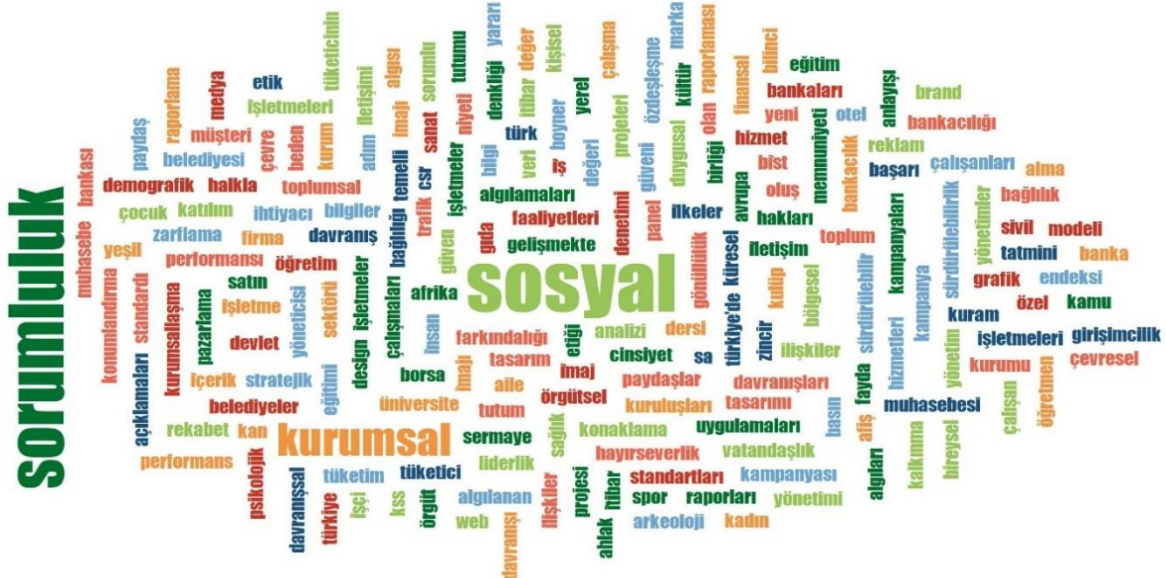
Lisansüstü tezlerin %69'unda (368) anahtar kelimeler ifade edilmiştir. İfade edilen anahtar kelime sayısı en az iki en fazla dokuz'dur, ortalama anahtar kelime sayısı 4'tür. Tezlerin %60'ında kurumsal sosyal sorumluluk, %32'inde ise sosyal sorumluluk anahtar kelimesi kullanılmıştır.

Tablo 5. En Sık İfade Edilen Anahtar Kelimeler

Anahtar Kelimeler (368)	Frekans	Belgeler %
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	221	60,05
Sosyal Sorumluluk	117	31,79
Kurumsal İtibar	19	5,16
Marka	17	4,61
Örgütsel Bağlılık	16	4,34
Sürdürülebilirlik	13	3,53
Sosyal Sorumluluk Projesi	13	3,53
Marka İmajı	13	3,53
Kurumsal İmaj	11	2,98
Halkla İlişkiler	10	2,71
Etik	10	2,71
Sosyal Sorumluluk Kampanyası	8	2,17
Finansal Performans	7	1,90
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	7	1,90
Sivil Toplum Kuruluşları	6	1,63
Yerel Yönetimler	6	1,63
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması	6	1,63
İçerik Analizi	6	1,63
Kurumsal Yönetim	6	1,63
İş Tatmini	6	1,63

Tezlerin çok sayıda ana bilim dalında yazılmış ve çeşitli temaları içermesi anahtar kelimelerin çeşitliliğine yansımıştır. Toplam 701 anahtar kelimesi sayılmıştır. Bu kelimelerden en sık ifade edilenler Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluk, Kurumsal İtibar, Marka, Örgütsel Bağlılık, Sürdürülebilirlik, Sosyal Sorumluluk Projesi ve Marka İmajı kelimeleridir.

Şekil 4. Anahtar Kelimelerindeki Sözcüklerin Görselleştirilmesi



Yapılan anahtar kelime analiziyle son 35 yılda yazılan tezlerdeki temel kelimeler resmedilmektedir. Şekilde ifade edilen kelimeler toplam kelimelerin %29'unu yansıtmaktadır. Bu kelimelerden sosyal, sorumluluk ve kurumsal sözcükleri en sık kullanılan kelimelerdir.

4.3. Literatür Bilgisi

Doktora tezlerinde referans gösterilen kaynak sayısı en az 68 en fazla 865'dir, ortalama referans gösterme sayısı 232 iken, medyan 206'dır. Kaynakların ayrıntılı dağılımı tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Kaynakların Kullanımına Göre Dağılımları

Kaynak Türü	Frekans	Tüm Tezler %
Makale	8238	49,04
Kitap	4904	29,19
Lisansüstü Tezi	979	5,82
Web Sayfası	911	5,42
Kurum Yayını	458	2,73
Basın (Gazete, dergi, bülten, broşür)	387	2,30
Konferans/Bildiri	311	1,85
Araştırma Yayını/Proje/Rapor	277	1,65
Üniversite Yayınları	237	1,41
Diğer: Ansiklopedi, sözlük görüşme, uzmanlık tezi, doçentlik tezi, bitirme tezi, yeterlilik tezi, ders notları	99	0,59
Toplam Atıf	16.801	100

Doktora tezlerinde gösterilen referansların %49'u bilimsel makalelerden, %29'u kitaplardan oluşmaktadır. Tüm atıf yapılan kaynaklar içerisinde makale ve kitaplar dışındaki kaynaklara toplam %21,41 atıf yapılmıştır. Bu kaynak grubu içerisinde yüksek lisans ve doktora tezleri, web sayfaları, kurum yayınları, gazete ve dergiler, konferans bildirileri, üniversite yayınları ve araştırma proje/raporları yer almaktadır.

Tablo 7. En Sık Alıntı Yapılan Dergiler

Dergi	Yayın	Atıf
Journal of Business Ethics	312	437
Academy of Management Review	85	260
Academy of Management Journal	81	139
Business & Society	58	100
Journal of Marketing	58	96
Corporate Reputation Review	70	85
California Management Review	39	82
Business Horizons	22	78
Strategic Management Journal	41	74
Journal of Business Research	57	72
Administrative Science Quarterly	48	67
Harvard Business Review	36	63
Business and Society Review	22	63
Journal of Consumer Marketing	37	60
Journal of Management	26	58

Doktora tezlerinde 1931-2019 yılları arasında yayınlanmış toplam 6145 makaleye atıf yapılmış olup, en eski tarihli yayın Berle'nin (1931) *Corporate Powers as Powers in Trust* adlı çalışmasıdır. Atıf yapılan makalelerin büyük çoğunluğu Journal of Business Ethics, Academy of Management Review ve Academy of Management Journal dergilerinde yayınlanmıştır.

Tablo 8. En Sık Atıf Yapılan Yazarların Listesi

Yazar	Makalelerde Toplam Atıf	Yazar	Kitaplarda Toplam Atıf
Carroll, A.B.	190	Kotler, P.	80
Bhattacharya, C.B.	45	Lee, N.	49
Fombrun, C. J.	40	Aktan, C.C.	49
Maignan, I.	32	Freeman, E.R.	42
McWilliams, A.	32	Eren, E.	38
Siegel, D.	32	Creswell, J.W.	31
Wright, P.M.	32	Argüden, Y.	31
Mohr, L.A.	30	Davis, K.	29
Webb, D.J.	29	Post, J.E.	28
Davis, K.	27	Sabuncuoğlu, Z.	28
Wood, D.J.	27	Carroll, A.B.	27
Dowling, G.R.	25	Özüpek, M.N.	26
Porter, M.E.	25	Aaeker, D.	23
Sen, S.	25	Okay, A.	24
Cochran, P.L.	24	Peltekoglu, F.B.	24
Waddock, S.	23	Börü, D.	23
Brammer, S.	22	Torlak, Ö.	23
Preston, L.E.	22	Yamak, S.	23
Lantos, G.P.	21	Bowen, H.R.	23
Freeman, R.E.	20	Bayraktaroğlu, G.	22
Matten, D.	20	Tanyeri, M.	21
Schwartz, M.S.	20	İlter, B.	21

Makale kaynaklarından en sık atıf Carroll, Bhattacharya ve Fombrun'a yapılırken, kitaplarda Kotler, Lee ve Aktan'a yapılmıştır. Carroll, diğer yazarlarla arasında oldukça belirgin bir fark ile en çok atıf yapılan yazarlar listesinde birinci sırada yer almaktadır.

Tablo 9. En Sık Alıntı Yapılan Makaleler

Yazar/Yıl	Makale Başlığı	Dergi	Atıf
Carroll, A.B. (1991)	The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders.	Business Horizons	53
Carroll, A.B. (1979)	A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance.	Academy of Management Review	38
Carroll, A.B. (1999)	Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct.	Business & Society	25
Wood, J. (1991)	Corporate Social Performance Revisited.	Academy of Management Review	20
Lantos, G.P. (2001)	The boundaries of strategic corporate social responsibility.	The Journal of Consumer Marketing	19
Dahlsrud, A. (2008)	How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions.	Corporate Social Responsibility and Environmental Management	18
Clarkson, M.E. (1995)	A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance.	Academy of Management Review	15
Halıcı, A. (2001)	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Çanakkale İlinde Bir Araştırma.	Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniv. İİBF Dergisi	15
Yönet, E. (2005)	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk,	Balıkesir Üniv. Sosyal Bilimler Dergisi	15
McWilliams, A. ve Siegel, D. (2001)	Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective.	The Academy of Management Review	15

Yazarlardan Carroll, Wood, Lantos, Dahlsrud, McWilliams ve Clarkson hem en sık alıntı yapılan makalelerin yazarları, hem de en sık atıf alan yazarlar sıralamasında yer almaktadır. En sık atıf yapılan kitaplar tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10. En Sık Alıntı Yapılan Kitaplar

Yazar/Yıl	Kitap Başlığı	Atıf
Kotler P. ve Lee, N. (2006)	Kurumsal sosyal sorumluluk (çev.)	47
Aktan, C.C. (Ed.) (2007)	Kurumsal sosyal sorumluluk: İşletmeler ve sosyal sorumluluk	27
Peltekoğlu, F.B. (1997)	Halkla İlişkiler Nedir?	24
Özüpek, N. (2013)	Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk,	23
Freeman, R.E. (1984)	Strategic Management: A Stakeholder Approach	23
Bayraktaroğlu, G., İltar, B. ve Tanyeri, M. (2009)	Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru.	22
Bowen, H.R. (1953)	Social Responsibilities of the Businessman	22
Yamak, S. (2007)	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi	22
Argüden, Y. (2002)	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	21
Bayrak, S. (2001)	İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk	20
Eren, E. (1997)	İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikaları	20
Carroll, A.B. ve Buchholtz, A.K. (2006)	Business & Society – Ethics and Stakeholder Management	19
Özgener, Ş. (2004)	İş Ahlakının Temelleri	19

P. Kotler, kitaplar kategorisinde en sık atıf yapılan yazardır. Makale kategorisinde en sık atıf alan yazarlar arasında Türk isimleri yer almazken, kitaplar kategorisinde Aktan, Eren, Argüden ve Sabuncuoğlu gibi Türk yazarlar ilk 10 sıralamada listelenmektedir.

5. SONUÇ

Bibliyometrik teknik ile bilimsel çalışmalarda öznel olarak türetilmiş kategorilerin nicel olarak belgelenmesi, araştırma alanının keşfedilmesi ve kategorilerin tanımlanması sağlanır (Zupic ve Carter, 2015, s. 457). Yapılan çalışma ile Türkiye’de yazılmış sosyal sorumluluk konu başlığını taşıyan lisans üstü tezlerin akademik birikiminin ve genel eğilimlerinin resmedilmesi amaçlanmaktadır. Genellikle bibliyometrik çalışmalarda bilimsel dergilerde yayınlanmış makaleler incelenmektedir (Lisée vd., 2008, s. 1776), ancak bu çalışmada sosyal sorumluluk konusunda yazılmış yüksek lisans ve doktora tezlerinin analizi araştırma konusudur.

Bir akademik araştırma alanının ve disiplinin gelişme eğilimi, genellikle çalışılan ve yayınlanan araştırma miktarıyla gösterilir (Low ve Siegel, 2020, s. 694). Sosyal sorumluluk tezleri beş yıllık periyotlarda incelendiğinde 1985-1989 yılları arasında konuyla ilgili üç tez sayılırken, 2015-2020 yılları arasında bu sayı 268’e ulaşmıştır. Katlanarak büyüyen çalışmaların bu durumu, üniversitelerde sosyal sorumluluk tez konularının ne kadar popüler olduğunu göstermektedir. Bu durum Price (1963) yasasıyla şu şekilde açıklanır: Price (1963, s. 241) yasasının temel varsayımına göre bilimin gelişmesi katlanarak bir büyüme izlemektedir, ancak bir alandaki bilimsel büyüme sürdürülebilir, er ya da geç doygunluğa ulaşılır. Price (1963), bilimsel bir alanın büyümesini dört aşamada açıklar. İlki, az sayıda araştırmacının yeni bir alanda yayın yapmaya başladığı öncü aşamasıdır. İkinci aşama; alanın genişlemesiyle artan sayıda bilim insanının konunun çeşitli yönlerini araştırmasıyla katlanarak büyüme gösteren aşamadır. Üçüncü aşamada, bilgi birikiminin pekişmesiyle yayınların sayısında bir düşüş ile önemli ölçüde azalma gözlemlenirken bilimsel üretimin büyümesi de doğrusal bir çizgide devam etmektedir. Dördüncü aşamada ise yayınların önemli ölçüde azalması alanın (çöküşüne veya daralmasına karşılık gelmektedir (Fernández-Cano, Torralbo ve Vallejo, 2004; Dabi vd., 2016). Yapılan çalışmada, sosyal sorumluluk konulu lisansüstü tez çalışmalarının hem katlanarak artış göstermeleri hem de çalışılan konu başlıklarının çeşitliliği bilimsel gelişmenin ikinci aşamada olduğunu göstermektedir.

Sosyal sorumluluk konulu tez çalışmalarına 95 üniversite katkıda bulunmuş ve çalışmaların büyük çoğunluğu Türkiye’nin çeşitli bölgelerini temsil eden köklü devlet üniversiteleri arasında yer alan Marmara Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi’nde yazılmıştır. Tüm

üniversiteler arasında Marmara Üniversitesi hem yüksek lisans tezlerinde hem de doktora tezlerinde sosyal sorumluluk konusunun en çok çalışıldığı üniversitedir.

Türkiye’de sosyal sorumluluk eğitiminin lisansüstü programlarında yer alması 1980’li yıllara dayanmaktadır. Aralık 2020 tarihine kadar 532 tez 82 anabilim dalında çalışılmıştır. Anabilim dalı sayısının bu kadar yüksek olması kavramın özel sektörü, kamu kurumlarını ve sivil toplum kuruluşlarını kapsayan bir iş felsefesi (Gomez, 2014, s. 242) ve ekonomik, sosyal, çevresel, sürdürülebilirlik, paydaş, etik ve gönüllülük gibi çeşitli boyutlarda (Dahlsrud, 2006; Sarkar ve Searcy, 2016) tanımlanıyor olmasından kaynaklanmaktadır.

Sosyal sorumluluk kavramının merkezinde işletme literatürünün olması, en fazla tezin Sosyal Bilimler Enstitüsünde (%90) ve İşletme Ana Bilim Dalı’nda (%40) yazılmış olmasını açıklar. Ancak sosyal sorumluluk konusunun temsil ettiği bilim alanının birçok perspektiften, ideolojiden, disiplin ve alt disiplinlerden tartışmaları içeren bir alanı kapsamaması durumu (Crane vd., 2008, s. 4) tezlerin arkeoloji, bankacılık, bilişim sistemleri, çevre bilimleri, eğitim bilimleri, endüstri mühendisliği, felsefe ve din bilimleri, halkla ilişkiler, iletişim bilimleri, İslam iktisadi ve hukuku, finansal kurumlar, giyim endüstrisi, insan kaynakları, mimarlık, psikoloji, spor, toplum kalite, reklamcılık, rekreasyon, sağlık bilimleri, sanat ve tasarım, sivil havacılık, sivil toplum kuruluşları yönetimi, siyaset bilimi, sosyoloji, spor bilimleri ve turizm işletmeciliği gibi 82 anabilim dalının konusu olmasına açıklık getirmektedir. Sosyal sorumluluk araştırmalarının bu disiplinlerarası karakteristiği (Low ve Siegel, 2020, s. 696), alana ilişkin kuramsal perspektifler, kavramsal yaklaşımlar ve deneysel geleneklerden oluşan bir çeşitlilik getirirse de temel kavramlar etrafında fikir birliği ve sosyal sorumluluk araştırmaları için temel bir paradigmanın oluşmasını zorlaştırmaktadır (Crane vd., 2008, s. 7).

Sosyal sorumluluk konusunun bu engin kapsam alanı ve birçok anabilim dalının çalışma konusu olması tezlerin başlıklarına da yansımıştır. Tez başlıklarında toplam 6363 sözcük kullanılmıştır. İkinci adımında, sözcük eklerinden oluşan farklılıklar ve eşanlamli kelimeler birleştirildikten sonra tez başlıklarında 1660 farklı sözcük sayılmıştır. Bu sözcüklerin frekans analizleri dikkate alındığında sosyal, sorumluluk, kurumsal, işletme, araştırma, projeler/kampanyalar, etki, ilişki ve algı kavramları en sık ifade edilen kavramlardır. Başlıklarda kullanılan sözcükler ve sözcükler arasındaki ilişkiler çeşitli kümelerde açıklanabilir. Çalışmalar arasında önemli bir kümeyi Türkiye özelinde özel sektöre ilişkin sosyal sorumluluk uygulamalarının marka ve kurum imajına, kurumsal itibara, etik değerlere ve finansal performansa etkisi veya ilişkisi oluşturmaktadır. Tez başlıklarında algı, etki, ilişki ve rol sözcükleri sıkça kullanılmaktadır. Bu kavramlar, tezlerdeki konular veya değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisine yönelik bir durumun saptanmasına, değişkenler arasındaki ilişki ve etkinin yarattığı bağlantıların ve sonuçların ortaya konmasına yönelik çalışmaların yaygın olarak çalışıldığını göstermektedir (Boyraz vd., 2020, s. 1447). Kurum paydaşlarından en fazla çalışma tüketicilerin satın alma davranışına ve çalışanların kuruma bağlılık ilişkisine yöneliktir. Ayrıca sosyal sorumluluk projelerinin müşteri bağlılığına ilişkisi ve etkisi de popüler konular arasındadır. Çalışılan diğer çalışma grupları ise toplum ve öğrenciler olmuştur. Sosyal sorumluluk alanı tüm endüstrileri ve sektörleri kapsamasına rağmen sektör konusunda turizm, bankacılık, tekstil ve telekomünikasyon sektörüne özel ilgi gösterilmiş, ancak diğer sektörler yeterince araştırılmamıştır.

Tez başlıkları sosyal sorumluluk kavramının tanımlandığı ekonomik, sosyal, çevresel boyutlar veya ilişkili olduğu kavramlar üzerinden incelendiğinde çevre, eğitim, vatandaşlık, sürdürülebilirlik, sağlık, sivil toplum kuruluşları, gönüllülük ve hayırseverlik ve paydaş sözcükleri çok az çalışmanın başlığında yer bulmuştur. Benzer şekilde devlet, uluslararası standartlar ve eleştirel perspektif konuları da çok sınırlı sayıda çalışılmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının kısaltılmış “KSS” ifadesi tezlerin %7’sinde tercih edilmiştir. KSS, anahtar kelimeleri arasında sıkça (%88) tercih edilirken, tez başlıklarında (%12) çok nadir kullanılmaktadır. Tezlerdeki anahtar kelimeler analiz edilerek alanın anlamsal bir haritası oluşturulmuştur (Zupic ve Cater, 2015). Tezlerin çok sayıda ana bilim dalında ve çeşitli temalarda yazılmış olması tezlerdeki anahtar kelimelerin çeşitliliğine yansımıştır. Tezlerde toplam 701 çeşit anahtar kelimesi sayılmıştır ve bu kelimelerden en sık ifade edilenler kurumsal sosyal sorumluluk (%60) ve sosyal sorumluluk (%32) kelimeleridir. İfade edilen diğer tüm kelimeler çalışma konularının geniş kapsam alanı kadar çeşitlilik içermektedir.

Alıntı yapılan kaynak türleri, hangi yayınların ve ne tür araştırmaların literatür üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (De Bakker vd., 2005, s. 300). Yapılan çalışmaya göre doktora tezlerinde ortalama referans gösterme sayısı 232, medyan 206’dır. Referansların %49’u bilimsel makalelere, %29’u kitaplara yapılmaktadır. Diğer kaynaklar ise yüksek lisans ve doktora tezleri, web sayfaları, kurum yayınları, gazete ve dergiler, konferans bildirileri, üniversite yayınları ve araştırma proje raporlarıdır. Tüm referanslar arasında bilimsel makalelerin birincil kaynak olarak tercih edilmesi durumu internet ortamındaki zengin ve erişimi kolay literatür ile

açıklanabilir. Ayrıca çalışmaların erişime açık olma durumu da önemli bir faktördür. Wang vd., (2015) *Nature Communications*'daki erişime açık ve erişime açık olmayan makaleleri karşılaştırmış ve erişime açık makalelerinin daha fazla alıntı ve sayfa görüntülemesi aldığını, daha uzun süreli indirildiğini ve sosyal medyada daha belirgin şekilde yer aldığını açıklamıştır.

Genel olarak çalışmaların çok sayıda dergide yayınlanması, KSS araştırmalarının çok disiplinli karakteri ile engin araştırma temaları ile açıklanabilir. Yakın tarihli yapılan çalışmalara göre KSS ile ilgili yayınlanmış makaleler en fazla *Journal of Business Ethics, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Sustainability, Journal of Cleaner Production, Business Strategy and the Environment* ve *Social Responsibility Journal* dergilerinde yayınlanmaktadır (Aguinis ve Glavas, 2012; Dabic vd., 2016; Feng vd., 2017; Bartolacci vd., 2020; Low ve Siegel, 2020; Ye vd., 2020). Ancak Türkiye'deki doktora tezlerinde atıf alan kaynakların incelendiğinde *Journal of Business Ethics* dergisi dışında ifade edilen sosyal sorumluluk dergilerine düşük sayıda atıf yapılmıştır.

Doktora tezlerinde 1931-2019 yılları arasında yayınlanan toplam 6145 makaleye atıf yapılması alana ilişkin heterojen bir literatürün varlığını göstermektedir. Lockett ve diğerlerinin (2006, s. 131) tanımına göre en sık atıf yapılan dergilerden *Journal of Business Ethics, Business & Society, Business and Society Review* ve *Business Ethics Quarterly* KSS ilişkili dergiler arasında tanımlanırken, *Academy of Management Review, Academy of Management Journal, California Management Review, Strategic Management Journal, Administrative Science Quarterly* ve *Harvard Business Review* ana akım yönetim dergileri olarak sınıflandırılmaktadır.

Alıntılar, araştırma politikasında ve araştırma sistemi içinde performans göstergeleri olarak görülmekte ve genellikle araştırmanın etkisini, değerini veya kalitesini yansıttığı varsayılmaktadır (Smith, 1981; Aksnes vd., 2019, s. 5). Yapılan çalışmada Carroll, Wood, Lantos, Dahlsrud, McWilliams ve Clarkson hem en çok alıntı yapılan makalelerin yazarları, hem de en çok atıf alan yazarların sıralamasında yer almaktadır. Bu yazarlardan Carroll, en çok atıf yapılan yazarlar listesinde birinci sırada diğer yazarlarla arasında oldukça belirgin bir fark ile yer alarak ve en çok atıf yapılan ilk üç makalenin yazarı olarak tek başın yazar olarak değerlendirilebilir. Garfield'e (1979, s. 372) göre yüksek alıntı sayıları bilimsel mükemmellik, yazarın çalışmasıyla alana yaptığı katkı, sağladığı fayda ve gördüğü ilgi konusunda bilgi vermektedir. Özellikle Carroll'un KSS piramidi ile şirketlerin dört temel sorumluluklarının belirlendiği, KSS'nin modern çağına işaret eden 1950'lerden başlayarak KSS yapısının tanımlarının tarihsel gelişiminin araştırıldığı ve şirketlerin sosyal performans yönlerinin açıklandığı *The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders* (Carroll, 1991), *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance* (Carroll, 1979) ve *Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct* (Carroll, 1999) makaleleri en çok bilinen ve alıntı yapılan ilk üç makale arasında yer almaktadır. Bu durum, aynı zamanda zengin sosyal sorumluluk literatürüne rağmen, en çok alıntı yapılan bir grup yazarın egemenliğinin göstergesidir.

Araştırmada son 35 yılda çalışılan sosyal sorumluluk konulu lisansüstü tezlerin tez başlıkları, tezlerde ifade edilen anahtar kelimeler, atıf alan yazarlar, dergiler, kitaplar gibi alanın entelektüel ve akademik yapısına ilişkin analizler sunulmaktadır. Çalışmanın temel katkısı sosyal sorumluluk konusuna ilişkin temaların ve alana ilişkin temel literatürün sistemli analiziyle gelecekteki çalışmaların konu seçimini ve araştırmacıların kaynak tercihini yönlendirecek bilgiler sunmasıdır. Ancak çalışmanın önemli sınırlılığı da vardır: tezlerde kullanılan yöntemler ile kuramsal ve ampirik konular incelenmemiştir. Dolayısıyla tezlerin bu konularda da ayrıntılı incelenmesi alana katkı sağlanması ve kuramsal gelişim için önemlidir.

Sosyal sorumluluk uygulamaları özellikle turizm, bankacılık, tekstil ve telekomünikasyon sektörleri üzerinden araştırılmıştır. Sektörlere ilişkin uygulamaların tespiti ve sektörlerarası karşılaştırmaların yapılabilmesi için gelecekteki araştırmalarda en çok istihdamın ve yatırımın yapıldığı sektörlerin araştırılması önerilebilir. Ayrıca sürdürülebilirlik, kurumsal vatandaşlık, sivil toplum kuruluşları, gönüllülük ve uluslararası standartlar/girişimler konularına da odaklanılırsa alana daha fazla katkı sağlanabilir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Çalışmaya birinci yazar %50 oranında, ikinci yazar %25, üçüncü yazar %25 oranında katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L. ve Davidsdottir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4, 1-23.
- Aguinis, H. ve Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968.
- Aksnes, D. W., Langfeldt, L. ve Wouters, P. (2019). Citations, citation indicators, and research quality: An overview of basic concepts and theories. *SAGE Open*, 9(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/2158244019829575>
- Arıkan, R. (2017). *Araştırma yöntem ve teknikleri*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Avrupa Komisyonu. (2001). *Green paper – Promoting a European framework for corporate social responsibility*. Brussels, Commission of the European Communities. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf adresinden 25 Temmuz 2020 tarihinde alınmıştır.
- Avrupa Komisyonu. (2011). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions*, Brussels, 25.10.2011, COM (2011) 681 final.
- Bartolacci, F., Caputo, A. ve Soverchia, M. (2020). Sustainability and financial performance of small and medium sized enterprises: A bibliometric and systematic literature review. *Business Strategy and the Environment*, 29, 1297-1309.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Berle, A. A. (1931). Corporate powers as powers in trust. *Harvard Law Review*, 44(7), 1049.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibility of the businessman*. Harper and Row.
- Boyraz, M., Kabakulak, A. ve Mutlu, A. S. (2020). Hazırlanmakta olan turizm konulu lisansüstü tezlerin veri görselleştirme tekniği ile bibliyometrik analizi: 2006-2020 yılları örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1434-1453.
- Britannica. (2020). *Sherman Antitrust Act*. <https://www.britannica.com/event/Sherman-Antitrust-Act> adresinden 26 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business Society*, 38, 268-295.
- Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility (CSR) is on a sustainable trajectory. *Journal of Defence Management*, 5(2), 1-2.
- Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J. ve Siegel, D. S. (2008). The corporate social responsibility agenda. A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon ve D. S. Siegel (Ed.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* içinde (s. 3-15), Oxford University Press.
- Dabi, Y., Darrigues, L., Katsahian, S., Azoulay, D., De Antonio, M. ve Lazzati, A. (2016). Publication trends in bariatric surgery: A bibliometric study. *Obesity Surgery*, 26(11), 2691-2699.
- Dabic, M., Colovic, A., Lamotte, O., Painter-Morland, M. ve Brozovic, S. (2016). Industry-specific CSR: Analysis of 20 years of research. *European Business Review*, 28, 250-273.
- Dahlsrud, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 1-13.
- De Bakker, F. G., Groenewegen, P. ve Den Hond, F. (2005). A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business & Society*, 44(3), 283-317. <https://doi.org/10.1177/0007650305278086>

- Feng, Y., Zhu, Q. ve Lai, K. (2017). Corporate social responsibility for supply chain management: A literature review and bibliometric analysis. *Journal of Cleaner Production*, 158, 296-307.
- Fernández-Cano, A., Torralbo, M. ve Vallejo, M. (2004). Reconsidering Price's model of scientific growth: An overview. *Scientometrics*, 61(3), 301-321. <https://doi.org/10.1023/b:scie.0000045112.11562.11>
- Frynas, J. G. ve Stephens, S. (2014). Political corporate social responsibility: Reviewing theories and setting new agendas. *International Journal of Management Reviews*, 1-27.
- Garfield, E. (1979). Is citation analysis a legitimate evaluation tool? *Scientometrics*, 1(4), 359-375. <https://doi.org/10.1007/bf02019306>
- Ghobadian, A., Money, K. ve Hillenbrand, C. (2015). Corporate responsibility research: Past—present—future. *Group & Organization Management*, 40(3), 271-294.
- Gomez, L. (2014). The Importance of university social responsibility in Hispanic America: A responsible trend in developing countries. G. Eweje (Ed.), *Critical Studies on corporate responsibility, governance and sustainability*, Emerald Group Publishing Limited.
- Google Akademik. (2021). *Social responsibility*. https://scholar.google.com.tr/scholar?q=%22social+responsibility%22&hl=tr&as_sdt=0,5 adresinden 16 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.
- He, Q. (1999). Knowledge discovery through co-word analysis. *Library Trends*, 48(1), 133-59.
- Heald, M. (1970). *The social responsibilities of business: Company and community 1900–1960*. Pr. of Case Western Reserve Univ.
- Ji, Y., Tao, W. ve Rim, H. (2020). Mapping corporate social responsibility research in communication: A network and bibliometric analysis. *Public Relations Review*, 46, 101963, 1-16.
- Kenton, W. (2020). *Robber Barons*. <https://www.investopedia.com/terms/r/robberbarons.asp#:~:text=A%20robber%20baron%20is%20a%20term%20used%20frequently%20in%20the,Cornelius%20Vanderbilt%2C%20and%20John%20D> adresinden 26 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.
- Lisée, C., Larivière, V. ve Archambault, É. (2008). Conference proceedings as a source of scientific information: A bibliometric analysis. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(11), 1776-1784. <https://doi.org/10.1002/asi.20888>
- Lockett, A., Moon, J. ve Visser, W. (2006). Corporate social responsibility in management research: Focus, nature, salience and sources of influence. *Journal of Management Studies*, 43(1), 115-136.
- Low, M. ve Siegel, D. (2020). A bibliometric analysis of employee-centred corporate social responsibility research in the 2000s. *Social Responsibility Journal*, 16, 691-717.
- Lulewicz-Sas, A. (2017). Corporate social responsibility in the light of management science – bibliometric analysis. *Procedia Engineering*, 182, 412-417.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Qualitative Methods in Various Disciplines I: Psychology*, 1(2), 1-10.
- McWilliams, A., Siegel, D. S. ve Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.
- Mullerat, R. (2013). Corporate social responsibility: A European perspective. *The Jean Monnet/Robert Schuman Paper Series*, 13(6), 1-22.
- Ortiz-Avram, D., Domnanovich, J., Kronenberg, C. ve Scholz, M. (2018). Exploring the integration of corporate social responsibility into the strategies of small- and medium-sized enterprises: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 201, 254-271.
- Price, D. (1963). *Little science, big science*. Columbia University Press.

- Sajjad, A. ve Eweje, G. (2014). Corporate social responsibility in Pakistan: current trends and future directions. G. Eweje (Ed.), *Corporate social responsibility and sustainability: Emerging trends in developing economies* içinde (s. 163-187). Bingley, Emerald.
- Sarkar, S. ve Searcy, C. (2016). Zeitgeist or chameleon? A quantitative analysis of CSR definitions. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1423-1435.
- Smith, L. C. (1981). Citation analysis. *Library Trends*, 30, 83-106.
- Stefano, F. D., Bagdadli, S. ve Camuffo, A. (2018). The HR role in corporate social responsibility and sustainability: A boundary-shifting literature review. *Human Resource Management*, 57, 549-566.
- Vázquez-Carrasco, R. ve López-Pérez, M. E. (2013). Small & medium-sized enterprises and Corporate Social Responsibility: A systematic review of the literature. *Quality & Quantity*, 47, 3205-3218.
- Waddock, S. A. (2004). Parallel universes: Companies, academics, and the progress of corporate citizenship. *Business and Society Review*, 109, 5-42.
- Wang, X., Chen, L., Wenli, M. ve Zhichao, F. (2015). The open access advantage considering citation, article usage and social media attention. *Scientometrics*, 103, 555-564.
- Yaşın, C., Çetin, M. ve Sönmez, B. (2017). Halkla ilişkiler alanındaki doktora tezleri üzerinden Türkiye ve ABD’de bilimsel bilginin gelişiminin analizi. *Selçuk İletişim*, 10(1), 454-480.
- Ye, N., Kueh, T., Hou, L., Liu, Y. ve Yu, H. (2020). A bibliometric analysis of corporate social responsibility in sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 272, 1-15.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı. (2020). *Tez merkezi*. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden 31 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.
- Zupic, I. ve Cater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.