

Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kavramsallaştırılması: Meta Sentez Analizi

Şirin Atakan Duman^a

Emel Özdora Aksak^b

Öz: Çalışma kapsamında kurumsal sosyal sorumluluk odaklı yerli yazının önemli bir parçası olan Türkiye’de yayınlanan yüksek lisans ve doktora tezleri tematik meta sentez (thematic meta-synhtesis) ile incelenmiştir. Bu inceleme sayesinde akademik çalışma yapan ve alana katkıda bulunan araştırmacıların sosyal sorumluluğu nasıl ele aldıkları, kavramların temel odağı, tarihsel izdüşümü ve profili belirlenmiştir. Tematik meta sentez ile yazındaki temel eğilimlerin ve boşlukların belirlenmesi ile kuramsal gelişime katkı sağlanacak alanlar tespit edilmiştir. Tezlerin bulguları ve sonuçları incelendiğinde daha çok betimsel ve uygulamaya yönelik çıkarımlarda buldukları, teoriye katkının sınırlı olduğu, farklı teorilerden yola çıkarak bunları bütünleştiren ve kavramsal çerçeve geliştiren çalışmalara ihtiyaç olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Meta-Sentez, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Şablon Analizi, İçerik Analizi, Tezler

JEL Sınıflandırması: M14, M19

A Conceptualization of Corporate Social Responsibility in Turkish Literature: A Meta-Synthesis

Abstract: The study firstly includes a thematic meta synthesis of the national academic literature, including Master’s and Ph.D. theses that contain the keywords corporate social responsibility (CSR) have been examined to reveal the conceptualization this construct providing a detailed profiling and inventory of the literature. This meta synthesis provides researchers with a detailed outline of the literature in regards to; publication year, study area, theory and concepts used, definitions, methodological approaches, results and conclusions. This study also greatly helps determine the gaps in the national literature and aims to further contribute to theory development in CSR area. An analysis of the study findings reveals that most of the theses examined include mostly descriptive studies focused on implementation-based results, lacking theoretical contributions. This meta synthesis reveals a need for studies that combine various theories and develop/provide new conceptual frameworks.

Keywords: Meta-Synthesis, Corporate Social Responsibility, Template Analysis, Content Analysis, Theses

JEL Classification: M14, M19

^aAssoc. Prof., PhD., Independent Researcher, NC, USA, sirinatakan@yahoo.com

^bAssoc. Prof., PhD., Bilkent University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Communication and Design, Ankara, Türkiye, emel.ozdora@bilkent.edu.tr

1. Giriş

Paydaşların kurumları nasıl değerlendirdiğinin belirlenmesinde giderek artan oranda etkili olan kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) faaliyetleri, hem iletişim hem de idari bilimler alanlarındaki akademisyenlerin gündeminde son on yıldır yer almaktadır. KSS faaliyetleri, “kurumun görsel kimliği ve isminin daha fazla görülmesi ve bunların tekrarına bağlı olarak tanınması ve rakiplerinden farklılaşması” (Göksel & Başok Yurdakul, 2004: 350) konusunda kuruluşlara önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Bu çalışmada yer alan akademik yerli yazın meta sentezi sadece yüzeysel bir literatür taraması değil; tezleri yıllarına göre sınıflayan, üretildikleri üniversite, enstitü ve anabilim dalına göre inceleyen detaylı bir envanter çalışması ve KSS konulu tezlerin ele aldıkları temel kavramları, teorik altyapı ve yaklaşımlarını, analiz düzeylerini, analizde kullanılan yöntemleri ve temel bulgu ve sonuçları açısından derinlemesine inceleyen ve kategorize eden bir yazın analizidir. Bu kapsamda yazında KSS kavramlarının nasıl ele alındığı, akademisyenler tarafından nasıl kavramsallaştırıldığı, kavramlara ilişkin çalışma alanı odağı (yayınların ağırlıklı olarak hangi çalışma alanı tarafından üretildiği), kavramların ilişkilendirildiği diğer kavram ve teoriler ile yayınlanan çalışmalarda kullanılmış araştırma evreninin yöntemsel ve yaklaşımsal farklılıkları ve elde edilen sonuçların kavramsal haritası çıkarılmıştır. Mevcut akademik yazında çalışma konusu kavramlarını bir arada ele alan ve yerli yazının kavramsal haritasını çıkararak bir meta sentez bulunmadığından bu meta sentez çalışmasının literatürde var olan bu boşluğun doldurulması hedeflenmektedir.

2. Yazın Taraması

Kuruluşlar toplumda kabul görmek ve kurumsal baskılara cevap verebilmek için ahlaki muhakeme yaparlar ve KSS uygulamalarına yönelirler (Bansal, 2005; Delmas, 2002; Jennings & Zandbergen, 1995; Schaefer, 2007). Bu sayede toplum içindeki rollerini tanımlar ve sosyal, çevresel, ahlaki standartları faaliyetlerine yansıtırlar (Carroll, 2004; Lichtenstein et al., 2004; Lindgreen et al., 2009; Margolis & Walsh, 2003). Çeşitli araştırmalar, küreselleşen dünyada kuruluşların çevresel baskılar sebebiyle açık (*explicit*) KSS uygulamalarını arttırdıklarını (Matten & Moon, 2008) ve KSS’nin iş dünyası ve toplum ilişkilerine önemli ölçüde etki ettiğini (Joutsenvirta & Vaara, 2009) ortaya koymuştur. Buradan yola çıkarak kuruluşlar, ürün ve hizmet sağlayarak değer üretirken, toplumsal gelişmeye veya doğal değerlerin korunmasına katkı sağlayarak çevrelere de değer katmaktadır.

Davis (1973), örgütlerin kanun ve kurallara uymanın yanı sıra toplum yararına faaliyetler göstermeleri halinde sosyal sorumluluk sahibi olabileceklerini belirtmiştir. Kazancı (2002: 59) ve Yıldırım (2010: 166) sosyal sorumluluk projelerinin, özellikle de özel sektör için neredeyse bir lütuf haline gelmiş, çevreyi etkileme ve kurum için olumlu bir imaj oluşturup bunu sürdürülebilir olduğunu savunsa da, sosyal sorumluluğun aslında bir lütuftan daha fazlası olarak değerlendirilebileceğini ifade etmiştir. Esasen, KSS stratejileri sağlam olan firmalar müşterileri nezdinde daha olumlu bir yaklaşım oluşturabilmekte ve ödüllendirilmektedir (Hsu, 2012). KSS faaliyetlerinin kurum itibarı üzerindeki bu güçlü etkisi, faaliyetlerin yaygınlaştırılması da kurumsal iletişim çalışmalarının önemli bir parçası haline gelmesine neden olmuştur (Verboven, 2011). Bir kurum KSS’nin yararını görmek ve rakiplerine kıyasla daha olumlu algılanmak istiyorsa KSS faaliyetlerini etkili bir biçimde paydaşları ile paylaşmalıdır (Smith & Alexander, 2013).

KSS yazında genellikle kuruluşun iktisadi faaliyetlerinin ve yasal yükümlülüklerinin ötesinde topluma yönelik sorumluluklarını yerine getirmesi olarak tanımlanmaktadır (Davis, 1973; Carroll, 1999; McWilliams & Siegel, 2001). Kotler ve Lee (2005: 3) KSS’yi “gönüllü iş faaliyetleri ve örgütsel kaynakların aktarımı yoluyla toplumsal faydayı arttırmaya olan bağlılık” olarak tanımlamıştır. Kazancı (2002) ve Yıldırım’a (2010) göre ise sosyal sorumluluk uygulamalarının amacı kuruluş için sürdürülebilir bir olumlu imaj yaratmaktır. KSS’nin kurumsal iletişimin önemli bir parçası haline gelme nedeni, kurumun itibarı ve meşruiyetinin KSS faaliyetlerine bağlı olmasıdır (Verboven, 2011).

Ülkelerin özellikleri ve gelişmişlik durumları da KSS uygulamalarını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Murphy (1989) ülke kültürünün şirketin etik politikalarını ve uygulamalarını etkileyebileceğini tartışmıştır. Ülkeye özgü ve iş dünyasıyla alakalı çevresel etkenlerin KSS konuları üzerindeki etkilerine odaklanan başka araştırmalar da bulunmaktadır (örn. Guillén et al., 2002). Kurokawa ve Macer (2008)

çalışmalarında KSS kavramının ülke koşullarına göre nasıl şekillendiğinin belirlenmesinin, KSS tartışmalarına ve politikalarına yön verme açısından önemini altını çizmişlerdir. Factor, Oliver ve Montgomery (2013) ise ülkesel faktörlerin ve de özellikle eşitsizlik seviyelerinin KSS üzerindeki etkilerini çalışmışlardır. Araştırmacılar, eşitsizlik oranının yüksek olduğu ülkelerde bireylerin KSS konularına daha çok önem verdiklerini ve şirketlerin ülkenin iyileşmesine katkı sağlaması gerektiğini savunmuşlardır (Factor et al., 2013). Ayrıca KSS konusunda yeni araştırmaların gerekliliğini vurgulanmış ve bu araştırma alanında işbirliklerinin gerekli olduğu ifade edilmiştir (Ma, Liang, Yu & Lee, 2012). Ayrıca Ma ve diğerlerinin (2012) makalelerinde tartıştığı üzere, iş etiği ve KSS konuları araştırmacılar için birçok yeni fikir ve araştırma altyapısı sunmaktadır. Araştırmacılar bu konuları inceleyerek iş etiği ve KSS konularını derinlemesine araştırabilir ve akademik yazına katkıda bulunabilirler.

Yerli yazında da kurumsal sosyal sorumluluk ve paydaşlar üzerinde etkisine olan ilgi artmaktadır (Ertuna & Ertuna, 2010; Türker, 2009; Ertuna & Tükel, 2010; Zora, 2011). Örneğin, Kaya ve Ayman (2013) Kuzey Kıbrıs'ta bulunan GSM şirketlerinin KSS uygulamalarını incelemiştir. Karayel-Bilbil, Sütçü ve Dayanç-Kıyat (2013) ise yine GSM şirketleri üzerine yaptıkları araştırmada KSS'nin itibar ve marka sadakati üzerindeki etkisini araştırmışlardır. *Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) Corporate Social Responsibility For All* projesi kapsamında hazırladığı *Ülke Profili Araştırması Ulusal İnceleme Raporu*'nda (Ağustos 2013) KSS kavramının Türkiye'de giderek önemini arttığını, uygulamaların yaygınlaştığını ve üniversiteler, STK'lar ve diğer kuruluşların da ilgisini çektiğini vurgulamıştır. Ulusal İnceleme Raporu sonuçlarının en dikkat çekici noktası Türkiye'de en çok dış ticaret şirketlerinin KSS faaliyetleri konusundaki görece yüksek farkındalıkları ve daha çok KSS faaliyeti uygulamalarıdır. Yine Türkiye'de İstanbul'da ve Batı Anadolu'daki şirketlerin KSS konusunda daha yüksek farkındalıkları olduğu belirtilmiştir. Aynı raporda Türkiye'de KSS konusunda en çok çevre, çalışanlar ve yerel topluma karşı sorumluluk konuları öne çıkmaktadır.

KSS konusu yerli yazında farklı sektörler için çeşitli araştırmacılar tarafından incelenmiştir. Bankacılık ve muhasebe sektörü de bunlardan biridir. Çelik, Dinçer ve Yılmaz (2012) borsaya kayıtlı bankaların KSS faaliyetlerini finansal açıdan incelemiş, yine Güçdemir (2008) bankaların web sitelerinin incelenmesi yoluyla bankacılık sektörünün KSS uygulamalarına odaklanmıştır. Atakan-Duman ve Ozdora-Aksak (2014) geliştirdikleri örgütsel kimlik ölçeğini kullanarak Türkiye'deki bankacılık sektöründeki en büyük sekiz bankanın KSS faaliyetlerini incelemiş, bankaların ekonomik çıktıların üzerine giderek üstünlük (örn. güçlü, lider, ilk olmak) ve iş faaliyetlerini (örn. üretkenlik, karlılık, müşteri odaklılığı) vurgulamanın yanı sıra, yaygın etki ve gelişim odağı (örn. sürdürülebilirlik, büyüme, ortaklık), gelecek vurgusu (örn. değişim, inovasyon), ve etik olmak (örn. KSS, hakkaniyet, açıklık) gibi ekonomik olmayan çıktıları da güçlü bir şekilde vurguladıklarını bulmuştur. Aynı ölçek sonradan Ozdora-Aksak (2015) tarafından Türkiye'deki dört büyük telekomünikasyon şirketinin örgütsel kimlik analizinde kullanılmış, şirketlerin "kalifiye personel, ürün ve hizmetler, ve müşteri odaklılığı" gibi kavramları üzerinden temel iş faaliyetlerini vurgularken, şirketlerin aynı zamanda KSS faaliyetlerini ve etik iş yaklaşımlarını da "yaygın etki ve gelişim odağı, gelecek vurgusu, üstünlük ve etik davranışlar" üzerinden ilettikleri bulunmuştur (p. 368).

Ateş ve Şenal (2012) KSS'nin muhasebe sektöründeki uygulamalarını incelerken, Yılmaz ve Alkan (2007) ise muhasebe, KOBİ'ler ve KSS uygulamalarına odaklanmıştır. Arvas (2011) basında KSS uygulamalarını araştırmış, Ateşoğlu ve Türker (2010) ise konaklama endüstrisi kapsamındaki KSS uygulamalarını çalışmışlardır. Sağlık sektöründeki KSS uygulamaları da araştırmacılara ilham vermiştir. Çerik ve Özarslan (2008) genel olarak eczacılık sektöründeki KSS uygulamalarını incelerken, Gürel (2008) tek bir KSS uygulamasını çalışmış ve Pfizer Topluluk Ekibini araştırmıştır. Şatır ve Erendağ Sümer (2006) kamu sağlığı alanında KSS algısı üzerine çalışmışlar, Akım (2009) ise Kalbini Sev, Kırmızı Giy projesi üzerinden KSS uygulamalarının farkındalık yaratmadaki rolünü ve sağlık sektörü üzerindeki etkisini incelemişlerdir.

KSS faaliyetlerinin Türkiye'deki uygulamaları ve Türkiye çerçevesi çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Orçan (2007) yoksullukla mücadelede KSS'nin rolünü incelediği araştırmasında, Türkiye'de şirketlerin yoksulluk konusunda 1999 depremi sonrası mağdur ailelere yardım ettiklerini ve ihtiyaç sahibi çocukların eğitimlerine destek olduklarını belirtmiştir. Lembet (2012) Türkiye'de KSS faaliyetleri incelendiğinde geleneksel hayırseverlikten paydaşlara yönelik stratejik faaliyetlere doğru bir dönüşüm olduğunu ve stratejik faaliyetlerin giderek önem kazandığının altını çizmiştir. Akatay (2008) KSS kavramındaki değişikliklerin

yönetmel işleyişe etkilerini incelediği çalışmasında, KSS’nin şirketler için gerekli olduğunu ve sürdürülebilir faaliyetler yürütebilmek için şirketlerin sosyal ve çevresel konulara önem vermeleri gerektiğini irdelemiştir. Meslek kuruluşları da KSS konusunda farkındalık yaratmak ve bu alandaki projelere destek olmak konusunda önemli bir role sahiptir. Ersöz (2009) mesleki kuruluşların Avrupa ve Türkiye’de KSS projelerinin gelişimi konusundaki rolünü araştırmış ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği’nin yerli şirketlerin KSS konusundaki girişimlerini desteklediğini vurgulamıştır.

Şirketlerin performansı ve KSS arasında bir bağlantı olup olmadığı araştırmacılar için bir merak konusu olmuştur. Alparslan (2013) firmaların performansı ve KSS arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla 117 İMKB şirketini incelemiş, ve KSS faaliyetleri ve firma performansı arasında doğrudan bir bağlantı olduğunu vurgulamıştır. KSS ve çalışan memnuniyeti ilişkisi de yerli yazına konu olmuştur. Özgen (2007), şirketin KSS faaliyetlerinin çalışan memnuniyetine etkisi konulu araştırmasında, KSS faaliyetlerinin çalışan memnuniyetini ve şirkete aidiyet duygusunu olumlu yönde etkilediğini savunmuştur. KSS faaliyetlerinin sektör ve marka imajı üzerindeki etkisi de araştırılmıştır. Özdemir (2009) KSS uygulamalarının şirketin sektörel imajını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. KSS konusunun şirketler tarafından raporlanması da yerli yazında incelenmiştir. Çiftçioğlu ve Poroy (2010) İMKB 100 şirketlerinin KSS raporlama çalışmalarına odaklanmış, ayrı bir raporlanma olup olmadığını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda İMKB 100 şirketinden 98’inin KSS faaliyetlerini vurgulayan bölümlendirilmiş raporlama yaptıkları belirtilmiştir. Kavut (2010), ise yine İMKB 100 şirketlerinin *Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporları* ve yıllık faaliyet raporlarını incelemiş, KSS kapsamında öne çıkan çevre ile ilgili uygulamaları değerlendirmiştir. Araştırmacı KSS ve çevre duyarlılığı konusunu raporlayan şirketlerin sayısında bir artış olmasına rağmen Türkiye’de bu konunun uluslararası çevre raporu standartlarına kıyasla yetersiz olduğunun altını çizmiştir (Kavut, 2010).

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması ışığında KSS kavramının Türkiye’de akademisyenler tarafından nasıl kavramsallaştırıldığını, KSS konulu çalışmaların temel odağını ve hangi kavramlar ile ilişkilendirilerek çalışıldığını, hangi teorik alt yapı ve yaklaşımlardan yararlanılarak çalışıldığını, konuyu çalışırken tercih edilen metodolojik yaklaşımları ve ortaya konulan temel bulgu ve sonuçlar açısından her hangi bir eğilimin olup olmadığını ortaya koyacak bir meta sentez çalışmasına ihtiyaç olduğu belirlenmiştir. Akademik yazında KSS konusunda yerli yazınının profilini ve incelenen boyutlar açısından izlediği örüntüleri ortaya koyan bir meta sentez çalışmasının bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu çalışma ile aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmaktadır.

Araştırma Sorusu 1: Türkiye’de KSS konusunda yapılan tez çalışmaları (a) tarihsel, (b) yayınlandığı üniversite, enstitü ve anabilim dalı açısından nasıl bir örüntü ortaya koymaktadır?

Araştırma Sorusu 2: Türkiye’de KSS konusunda yapılan tez çalışmaları içerik bakımından (a) başlık ve anahtar kelimelerinin ortaya koyduğu temel kavramlar, (b) teorik altyapısı ve yaklaşımlar, (c) araştırma soruları, (d) analiz düzeyi, (e) araştırma yöntemi ve (d) temel bulgu ve sonuçları açısından nasıl bir örüntü ortaya koymaktadır?

3. Metot

Bu bağlamda, bu özellikte ve derinlemesine bir çalışma ile gerçekleştiren meta sentez başlı başına özgün bir katkı oluşturmaktadır. Nitel bir araştırma deseni olan meta sentez araştırma yöntemi, nicel ve nitel araştırma bulgularını yorumlamak için önceden belirlenen ve/veya verilerin ortaya çıkardığı temalar ve şablonlar üzerinden bir sentez çalışması gerçekleştirmeyi kapsar. Meta sentez belirli bir alanda yapılmış çalışmaların bütüncül ve sistematik bir biçimde derinlemesine sentezlenip (Au, 2007) ilerideki araştırmalar için yeni sorular, yöntemler ve yönelimler geliştirilmesini, araştırmacılar, uygulayıcılar ve hatta karar alıcılar için değerli bir başvuru kaynağı hazırlanmasını ve öncelikli alanların belirlenmesini kapsar (Çalık & Sözbilir, 2014). Meta sentez yöntemi ile birçok araştırmanın bulguları incelenip yorumlanabilir (Thorne et al., 2004; Finfgeld, 2003; Strobel & Barneveld, 2009; Aküzüm & Özmen, 2013). Meta sentez çalışmalarının amacı incelenen çalışmaların analiz ve sentez yöntemleri ile nitel olarak yorumlamak ve incelemeye dahil edilen zaman dilimi kapsamında birbirleriyle ilişkilendirmektir (Sandelowski & Barroso, 2003; 2007). Özellikle araştırmalarda faydalanılan yaklaşımlar, araştırma soruları, kapsam, fikirler, bulguların, kullanılan kuramlar,

tanımlar ve sonuçlar meta sentez çalışmalarının odak noktalarıdır (Bair, 1999; Aküzüm & Özmen, 2013). Bu sayede bu konuyu çalışmak isteyen araştırmacılar için zengin bir kaynak hazırlanırken, önceki çalışmalara kolayca ulaşma ve analiz etme fırsatı sunulurken iş yükü ve zamandan tasarruf sağlanması amaçlanmaktadır (Noblit & Hare, 1988; DeWitt-Brinks & Rhodes, 1992; Sandelowski, Docherty, & Emden, 1997; McCormick, Rodney, & Varcoe, 2003; Thorne, Jensen, Kearney, Noblit, & Sandelowski, 2004; Çalık, Ayas, & Ebenezer, 2005; Ünal, Çalık, Ayas, & Coll, 2006; Çalık, Ünal, Coştu, & Karataş, 2008; Ültay & Çalık, 2012; Çiltaş, Güler, & Sözbilir, 2012; Gökteş, Küçük, Aydemir, Telli, Arpacık et al., 2012; Umdu Topsakal, Çalık & Çavuş, 2012; Çalık & Sözbilir, 2014). Daha çok eğitim ve sağlık alanlarında sıklıkla başvurulan bu nitel yöntemin farklı alanlarda da kullanılmasının araştırmacılar açısından birçok kolaylık, teoriye katkı ve araştırma fırsatı yaratacağı düşünülmektedir.

3.1. Çalışma Örnekleme

Çalışma evrenini Türkiye’de yayınlanmış ve başlığından ‘kurumsal sosyal sorumluluk’ ifadesi geçen bütün (N=148) Yüksek Lisans ve Doktora tezleri oluşturmaktadır. Çalışma araştırmacıları Ulusal Tez Merkezi’nde analiz tarihi olan 10 Nisan 2017 tarihi itibarıyla yayınlanmasına izin verilen Türkçe ve İngilizce olarak yazılmış bütün tezler (n=118) çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır ve analize dahil edilmiştir. Bu alandaki tez çalışmalarının 2002 yılı itibarıyla yayınlanmaya başladığı tespit edilmiş ve 2016 yılına kadar yayınlanmış tezlerin kullanımının kısıtlanmadığı belirlenmiştir. Bu kısıtlama nedeniyle 2017 yılının Nisan ayına kadar yayınlanmış 4 adet tez analize dahil edilememiştir. Ayrıca Almanca (1 adet) ve Fransızca (2 adet) yayınlanmış olan toplam 3 tez de dil engeli nedeniyle analiz dışı bırakılmıştır. Yıllara göre yayınlanan tez sayıları ve oranları aşağıdaki Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Yıllara Göre Yayınlanan Tez Sayıları ve Oranları

Tezlerin Yayın Yılı	Yayınlanan Tez Sayısı (f)	%
2002	1	0.67
2003	-	-
2004	3	2.00
2005	5	3.33
2006	6	4.00
2007	6	4.00
2008	5	3.33
2009	17	11.33
2010	21	14.00
2011	18	12.00
2012	8	5.33
2013	13	8.67
2014	13	8.67
2015	19	12.67
2016	11	7.33
2017 (Nisan Ayına Kadar)	4	2.67
Toplam	150	100.00

3.2. Prosedür/Analiz Yöntemi

3.2.1. Şablon Analizi

Analize dahil edilen tezler araştırmacıların tespit ettikleri meta sentez şablonu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Şablon analizi, çalışmaya dahil edilen tezlerin; yayınlanma tarihleri, tez başlıkları, hangi çalışma alanları tarafından üretildikleri, hangi kavramlarla ele alındığı (anahtar kelimeleri), hangi kuramsal altyapıya oturtulduğu ve yararlanılan kuramlar, analiz düzeyi, veri toplama teknikleri, örnekleme, hangi analizlerin kullanıldığı, analiz araçları, elde edilen temel bulgular ve temel sonuçlar açısından ilgili kavramların geçtiği bütün tezlerin detaylı künyelerinin çıkartılmasını kapsamaktadır. Tablo 2’de şablon analizinin tez inceleme boyutları sunulmaktadır. Bu çalışmada Au (2007) tarafından da kullanılan nitel meta sentez

yöntemlerinden biri olan şablon (*template*) analizinden (Crabtree & Miller, 1999; King, 1998a, 2006b) faydalanılmıştır.

Tablo 2. Meta Sentez Şablon Analizi Tez İnceleme Boyutları

#	İnceleme Boyutları	İnceleme Boyutunun Açıklaması
1	Yayın yılı	Tezin yayınlandığı yıl
2	Türü	Tezin yüksek lisans veya doktora tezi olması
3	Üniversite	Tezin yayınlandığı üniversitenin adı
4	Fakülte / Bölüm	Tezin yayın fakülte ve bölüm
5	Başlık	Tezin başlığı
6	Anahtar kelimeler	Tez çalışmasının temel kavramları olan anahtar kelimeleri
7	Konu / Alan	Tezin üretildiği anabilim dalı ve çalışma alanı
8	Araştırma soruları	Tezin cevap aradığı temel araştırma sorunsalı
9	Analiz düzeyi	Tez çalışmasının hangi analiz birimini dikkate aldığı (mikro=birey algıları; meso=kurum, kuruluş, örgüt düzeyi; makro=kurumsal alan, endüstri, ülke bağlamı vb.)
10	Teoriler / Yaklaşımlar	Tez çalışmasına temel oluşturan teorik alt yapı ve yararlanılan yaklaşımlar
11	Metot	Tez çalışmasının metodolojik yönelimi ve içeriği (Nicel Yöntemler: Örneklem, analiz yöntemi, hipotezler Nitel Yöntemler: Analiz türü (vaka çalışması, içerik analizi vb.), veri toplama yöntemi ve veri seti)
12	Bulgular / Sonuçlar	Tez çalışması sonucunda elde edilen temel bulgular ve belirleyici sonuçlar

Bu tür tematik meta sentez çalışmalarında toplanan verilerin küçük bir bölümünün araştırmacılar tarafından önceki çalışmalara dayanarak ve ilk incelemesi üzerine hazırlanan taslak bir şablona göre kodlanır. Sonrasında tüm veriler bu ilk şablona göre kodlanır ve bu sırada yeni kod kategorileri geliştirilir. Bu şekilde son şablon hazırlanır ve verilerin hepsi kodlandıktan sonra elde edilen sonuçlar sentezlenir, yorumlanır ve sunulur (King, 1998a; 2006b; Au, 2007).

Başlığında ‘kurumsal sosyal sorumluluk’ kavramının geçtiği bütün yüksek lisans ve doktora tezleri YÖK veri tabanı üzerinden taranmış ve çalışmaya dahil edilmiştir. Bu sayede, Türkiye’de KSS kavramları üzerinden bir meta sentez ile yayınlanan tezlerin odakları, çalışma örüntüleri (*patterns*) ve yazına katkılarının bir değerlendirmesi yapılarak bundan sonraki akademik çalışmalara yol gösterecek bir rehber oluşturulması hedeflenmiştir.

3.2.2. İçerik Analizi

Çalışma kapsamında incelenen tezlerin başlıkları, anahtar kelimeleri, teorik yapı ve yaklaşımları ile temel bulgular Online-Utility.org (<https://www.online-utility.org/text/analyzer.jsp>) web sitesinin metin analizi (*text-analyzer*) aracı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu araç İngilizce olmayan metinleri de destekleyerek, metin içerisindeki kelime ve bir kaç kelimedenden oluşan ifadelerin kullanım sıklıklarını sayısal olarak listelemektedir. Araştırmacılar bu sayısal verilerden, tezlerin meta sentez analizi şablonunda kullanılan inceleme boyutlarından içeriği uygun olan bölümlerde yer alan belirleyici ifade ve kavramların sayısal ağırlığını ortaya koymak ve bunları kavramsal olarak sınıflandırmak amacıyla yararlanmışlardır. İçeriği uygun olan bu bölümler; anahtar kelimeler, başlıklar, teorik altyapı ve yaklaşımlar, metot, temel bulgu ve sonuçlar bölümleridir.

Çalışma kapsamında Online-Utility.org web sitesinin metin analizi aracı ile gerçekleştirilen analizlerin gerçekleştirilebilmesi için izlenen prosedür temel olarak beş ana aşamadan oluşmaktadır. Buna göre ilk olarak, analiz aracına yüklenecek metin düzenlenmiştir. Örneğin, incelemeye alınan her tezin raporlanan temel bulgu ve sonuçları bir metin dosyasına girilmiş, kaydedilmiş ve bu metin içerisindeki kelime ve yazım hataları düzeltilerek dosya düzenlenmiştir. İkinci olarak, elde edilen ham veri niteliğindeki metin blokları metin analiz aracına yüklenmiştir. Analiz aracı çalıştırıldığında bu metin içerisinde geçen 5, 4, 3, 2 kelimedenden oluşan ifadeler ile birlikte metin içerisindeki geçen her bir kelimenin sıklığını ve sıklık oranlarını raporlanmıştır. Bu raporlamalar tek tek gözden geçirilerek her bir inceleme boyutu için (anahtar kelimeler, başlıklar, teorik altyapı ve yaklaşımlar, metot ve temel bulgu ve sonuçlar olmak üzere) ayrı ayrı ana veri dosyasına

kaydedilmiştir. 4,000 kelimedenden daha fazla kelime içeren (4,446 kelime) metinler için (örn. temel bulgu ve sonuçlar) tekrar sayısı 3'den az olan kelimeler dikkate alınmamıştır. Bu durum kelime sayısı görece az olan inceleme boyutları için geçerli değildir (örn. anahtar kelimeler, teorik altyapı ve yaklaşımlar gibi).

Üçüncü olarak, kelime kalıpları ve tek tek kelimelerin içerisinden çalışmanın amacına uygun olmayan ve analiz açısından anlam ifade etmeyenler listeden çıkartılmıştır. Bunlar; bağlaçlar (ki, ile, ve, veya, hem, ise, göre, ama...), ekler (de, da, ki...), edatlar (gibi, için, fakat, ama...), zarflar (yalnız, beri, kadar, daha, böyle, artık...), fiiller (yapmak, olmak, etmek...), rakamlar, yıllar ve miktar belirten sözcükler (bir, iki, üç, 1995, az, çok, fazla...), işaret zamirleri (bu, şu, o...), zaman zarfları (gelecek, henüz, sonra, önce...), yön zarfları (içinde, dışarı, aşağı, ileri...), miktar zarfları (en, az, pek, çok...) ile şahıs ve belgisiz zamirlerden (onun, kendi, siz, kimi, bazıları, kimse...) oluşmaktadır.

Analizlerin gerçekleştirilebilmesi için izlenen prosedürün dördüncü aşamasında, elde kalan kelimeler aynı kök kelimedede birleştirilmiştir. Örneğin, metin analiz aracı *işletme, işletmeler, işletmenin, işletmenin* kelimelerinin her birinin metin içerisinde geçme sıklığını ayrı ayrı vermektedir. Bu aşamada 'işletme' kelimesi bu kelimelerin ortak kökü olduğundan birleştirilmiş ve analiz aracının her biri için raporladığı sıklıklar birbirine eklenmiştir. Prosedürün son aşaması olan beşinci aşamada, benzer kelimeler gruplanmıştır. Örneğin, *işletme, örgüt, firma* gibi veya *tüketici, müşteri* gibi çok yakın ve benzer kavramlar gruplanarak bunların sıklıkları da birbirlerine eklenmiştir. Bu analiz prosedürünün takip edilmesi ile birlikte elde edilen binlerce kelime grubu (ifadeler) ve kelimeler sadeleştirilmiş ve kavramsal olarak analiz edilebilir hale getirilmiştir.

4. Bulgular

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından Nisan 2017 yılında her hangi bir yıl sınırlaması yapılmadan, başlığında 'kurumsal sosyal sorumluluk' ifadesi geçen tezler taratılmış ve toplam 148 teze ulaşılmıştır. Konu ile ilgili tezlerin 2002 yılından itibaren çalışılmaya başlandığı tespit edilmiş, 2009 yılından itibaren ise bu alandaki çalışmaların büyük ölçüde arttığı görülmüştür. KSS konusunda yayınlanan tezlerin 23 adedinin doktora tezi ve 125 adedinin ise yüksek lisans tezi olduğu görülmüştür. Toplam KSS konulu tezlerin anabilim dallarına göre dağılımları incelenmiş ve en çok tezin işletme (%52.00) ve halkla ilişkiler (%16.22) alanları tarafından çalışıldığı belirlenmiştir. Tezlerin enstitü ve anabilim dallarına göre dağılımları Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. Tezlerin Anabilim Dallarına Göre Dağılımı

Enstitüler	F (N=148)	%
Sosyal Bilimler Enstitüsü	142	95.95
İşletme	77	52.00
Halkla İlişkiler	24	16.22
İktisat	9	6.08
İletişim Bilimleri	9	6.08
Uluslararası İlişkiler	4	2.70
Çalışma Ekonomisi	4	2.70
Kamu Yönetimi	3	2.03
Turizm İşletmeciliği	3	2.03
Diğer	9	6.08
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	2	1.34
Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı	1	0.68
Resim ve İş Etiği Anabilim Dalı	1	0.68
Fen Bilimleri Enstitüsü	3	2.03
İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı	1	0.68
Proje ve Yapım Yönetimi Bilim Dalı	1	0.68
Mühendislik Yönetimi Bilim Dalı	1	0.68
Sağlık Bilimleri Enstitüsü	1	0.68
Hemşirelik Anabilim Dalı	1	0.68

Yayınlanan 148 adet KSS konulu tezin üniversitelere göre dağılımı incelendiğinde ise en çok sayıda tezin Marmara Üniversitesi tarafından yayınlandığı (22 adet, %18.64), ikinci olarak İstanbul Üniversitesi’nin (15 adet, %12.71) geldiği, Anadolu Üniversitesi’nin (7 adet, %5.93) ve Gazi Üniversitesi’nin (6 adet, %5.08) bu alanda en faal üniversiteler olduğu belirlenmiştir. Geri kalan 18 üniversitede bu konuda 2-3 adet tez yayınlanmışken, 25 üniversitede ise 1’er adet tez çalışıldığı görülmüştür.

Başlıklar ve anahtar kelimeler nicel olarak incelendiğinde ‘kurumsal sosyal sorumluluk’, ‘sosyal sorumluluk’, ‘kurumsal sorumluluk’ ve ‘KSS’ kelimelerinin ve kısaltmasının analizde sayısal olarak baskın çıktığı görülmüştür. Diğer kavramlar ise tekrar sıklığı açısından birbirlerine çok yakın sonuçlar verdiğinden nicel olarak raporlanmamış, kavramsal olarak analiz edilmiştir. Bunun yerine kullanılan kavramların görsel sunumunun kelime bulutu (*word cloud*) aracılığıyla sunulması anlamlı bulunmuştur. Bunun için www.wordle.net üzerinden kelime bulutu oluşturulmuş, anahtar kelime ve başlıklar yüklenmiş ancak oluşan görselde baskın olduklarından ve diğer kavramların görünürlüğünü engellediğinden, ‘kurumsal sosyal sorumluluk’, ‘sosyal sorumluluk’, ‘kurumsal sorumluluk’ ve ‘KSS’ kelimeleri ve kısaltması dahil edilmemiştir. Başlıklar ve anahtar kelimeler boyutlarında geçen kelimelerden oluşan kelime bulutu Şekil 1’de sunulmaktadır.

Şekil 1. İncelenen Tezlerin Anahtar Kelimelerinin Ve Başlıklarının Kelime Bulutu Analiz Sonucu



Görselde de görüldüğü gibi; marka, etki, performans, imaj, itibar, tüketici, müşteri, örgüt, sektör, çalışanlar, halkla ilişkiler, proje, toplum, finansal, bağlılık, iletişim gibi kavramsal analizde de ortaya çıkan kavramların ağırlıklı kullanıldığı anlaşılmıştır. Kelime bulutunda ağırlıklı kullanılan kelimeler daha büyük yazı boyutuyla gösterilmektedir ancak, kelime bulutu kelimelerin yazılışındaki farklılıklar sebebiyle onları ayrı birer kelime gibi raporlamaktadır. Gerçekleştirilen kavramsal analizde ise aynı köke sahip kelimeler birleştirilmiş ve benzer olanlar gruplanarak analiz edilmiştir.

Yayınlanan 148 tez başlıkları ve anahtar kelimelerine göre de tematik olarak da incelenmiş ve en sık kullanılan temalar belirlenmiştir. Buna göre tezlerde işletme alanından finansal performans ve finansal yaklaşımlara önem verildiği, işletme ile birlikte halkla ilişkiler ve iletişim alanlarından marka imajı, imaj ve itibar konularının sıklıkla çalışıldığı, müşteri/tüketici bakış açısından pazarlama yaklaşımının sunulduğu ve ayrıca çalışanlar perspektifini vurgulayan tezlerin örgütsel özdeşleşme, bağlılık ve vatandaşlık ile etik ve iş etiği yaklaşımlarını kullanıldığı belirlenmiştir.

Buna ilaveten çevre, eğitim, sanat gibi tematik konular üzerinden KSS faaliyetlerinin incelendiği, Starbucks, Unilever, Vestel gibi Türk veya yabancı özel şirketler üzerinden örnek olay çalışmalarıyla da konunun incelendiği görülmüştür. Ayrıca, ‘Kardelenler’, ‘Bir Usta Bin Usta’ gibi çeşitli KSS projeleri veya

vakıflar (Vehbi Koç Vakfı) üzerinden örnek olay çalışmaları gerçekleştirildi belirlenmiştir. Son olarak, KSS konusunun Bulgaristan, Nijerya, Güney Afrika gibi ülkeler özelinde de çalışıldığı tespit edilmiştir.

Yukarıda sunulan bilgilere Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilebildiğinden toplam KSS konulu tez sayısı olan 148 tez üzerinden sunulmuştur. Ancak tezlerin metodoloji, teorik altyapı ve yaklaşımı, analiz düzeyi, araştırma soruları, temel bulgular ve sonuçları ile ilgili bilgiler sadece yayınlanmasına izin verilen tezler dahilinde incelenebilmiştir. Dolayısıyla teorik altyapı ve yaklaşımı, analiz düzeyi, araştırma soruları, metodoloji, temel bulgular ve sonuçlarına ilişkin bulgular erişime izin verilen ve İngilizce ve Türkçe yayınlanmış 118 tez üzerinden incelenmiştir. Bu 118 teze ait bulgular *Analize Dahil Edilen Tezlere Ait Bulgular* alt başlığı altında sunulmaktadır.

4.1. Analize Dahil Edilen Tezlere Ait Bulgular

Analize dahil edilen 118 tezin 20 adedi doktora ve 98 adedi yüksek lisans tezidir. Doktora tezlerinin araştırma sorusu, teorik altyapı ve yaklaşımlar ve metodoloji gibi inceleme boyutları açısından yüksek lisans tezlerine göre daha titiz hazırlandıkları tespit edilmiştir. Doktora tezlerinin %20.00'inde nitel araştırma yöntemlerinden faydalandığı, %80.00'inde ise nicel araştırma yöntemlerinden yararlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 4. Tezlerde Kullanılan Teorik Altyapı, Yaklaşımlar ve Kuramların Sayısal Dağılımı ve Oranları*

Teorik Altyapı / Yaklaşım / Kuramlar	f	%
Paydaş Kuramı	25	11.91
KSS Yaklaşımı	20	9.56
Carroll'ın KSS Modeli	19	9.09
Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli	17	8.12
Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli	13	6.22
Klasik KSS Yaklaşımı	13	6.22
Modern KSS Yaklaşımı	13	6.22
Sosyal Performans Modeli	11	5.25
Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Teorisi	9	4.31
Hissedar Modeli	7	3.35
Kurumsal İletişim Modeli	6	2.97
Sürdürülebilirlik	6	2.97
Cochran ve Wartick Modeli	5	2.39
Preston Modeli	5	2.39
Sosyal Adalet Teorisi	3	1.44
İş etiği	3	1.44
Fredrick Modeli	3	1.44
Friedman Modeli	3	1.44
Kotler'in Altı Seçenek Modeli	3	1.44
Wood Modeli	3	1.44
Allen ve Meyer Yaklaşımı	2	0.95
Örgütsel Bağlılık/ Bağlılık Yaklaşımı	2	0.95
Gizli El Yaklaşımı	2	0.95
Kurum imajı	2	0.95
Kurumsal itibar	2	0.95
Meşruiyet Teorisi	2	0.95
Mowday, Steers ve Porter'in Yaklaşımı	2	0.95
Philip Modeli	2	0.95
Toplumsal Sözleşme Teorisi	2	0.95
Swanson Modeli	2	0.95
Kurumsal Vatandaşlık	2	0.95
Toplam	209	100.00

*İncelenen tezlerde tanımlandıkları şekliyle tabloya alınmışlardır.

Metin içerisinde yalnızca 1 defa kullanılan ifade ve kelimeler dikkate alınmamıştır.

İncelenen tezlerin araştırma soruları da incelenmiştir. Tezlerin çoğunluğunda araştırma sorusunun net olarak tanımlanmadığı, genellikle yazarlar tarafından tezin amacının ifade edilmesinin yeterli görüldüğü tespit edilmiştir. Özellikle yüksek lisans tezlerinde araştırma sorusu ile tezin amacının birbirini yerine kullanılabilirdiği anlaşılmaktadır. Doktora tezlerinde yazarların tezin amacını ifade etme ve ayrıca araştırma sorusunu ve/veya sorularını tanımlama konusunda daha titiz davrandıkları görülmüştür.

İncelenen tezler kullandıkları teorik altyapı, yaklaşımlar ve yararlandıkları kuramlar açısından da değerlendirilmiştir. Genel olarak incelenen tezlerde ilgili çalışma alanının temel kuramlarından ziyade (örn. kurumsal kuram), kuramlara katkı veren yazarların katkıları ayrı ayrı sunulmuştur (örn. Carroll’ın KSS Modeli, Davis’in Sosyal Sorumluluk Modeli). Tablo 4’de incelenen tezlerde kullanılan teorik altyapı, yaklaşımlar ve kuramların sayısal dağılımını ve oranlarını sunmaktadır.

İncelenen tezlerin çoğunun bireylerin KSS uygulamalarına ilişkin değerlendirme ve algılarını ortaya koyan anket ve görüşme yöntemine dayanan mikro analiz düzeyinde (%68.64) araştırıldığı görülmüştür. İkinci olarak en çok kullanılan analiz düzeyini örgüt, kurum ve kuruluşların incelemesini kapsayan meso düzeyden (%27.12) meydana gelmektedir. Bulgular göstermektedir ki, makro düzeyde, başka bir deyişle sektör, örgütsel alan, ülke ve ülkeler arası boyutta, yapılmış çalışmaların oldukça sınırlı (%3.39) olduğu tespit edilmiştir. Son olarak yalnızca bir tezin hem makro hem de meso olmak üzere iki analiz düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Tablo 5’de tezlerin analiz düzeyine göre dağılımları ve oranları sunulmuştur.

Tablo 5. Analiz Düzeyine göre Tezlerin Dağılımı ve Oranı

Analiz Düzeyi	f	%
Mikro (Bireyler)	81	68.64
Meso (Örgüt, Kurum, Kuruluş)	32	27.12
Makro (Sektör, Örgütsel Alan, Ülke)	4	3.39
Meso / Makro (Her iki analiz düzeyinde inceleme yapılmıştır)	1	0.85
Toplam	118	100.00

İncelenen tezlerin büyük bir çoğunluğunda (%50.00) mevcut ölçeklerin kullanımı ile oluşturulmuş anketler ile sayısal veri toplanmış ve istatistiksel analizler yapılmıştır. İlaveten örnek olay (%15.25) ve derinlemesine görüşme yöntemi (%14.41) en çok kullanılan ikinci ve üçüncü analiz yöntemleridir. Bu analiz yöntemlerini, sırasıyla ikincil veri analizi (%7.63), panel veri analizi/ finansal analiz (%6.78) ve içerik analizi (%5.93) takip etmektedir. Analiz yöntemine göre tezlerin dağılımı ve oranı da Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Analiz Yöntemine göre Tezlerin Dağılımı ve Oranı

Analiz Yöntemi	f	%
Anket	59	50.00
Örnek Olay	18	15.25
Derinlemesine Görüşme	17	14.41
İkincil Veri Analizi	9	7.63
Panel Veri Analizi /Finansal Analiz	8	6.78
İçerik Analizi	7	5.93
Toplam	118	100

Tezlerin analiz yöntemine göre dağılımı incelendiğinde, çalışmaların çoğunda (%58.47) nicel araştırma yöntemlerinden (anket, panel veri analizi/ finansal analiz) faydalandığı anlaşılmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden ise (örnek olay incelemesi, derinlemesine görüşme, ikincil veri analizi, içerik analizi) görece az (%38.14) faydalandığı anlaşılmaktadır. Yalnızca bir adet tezde hem nitel hem de nicel yöntemlerden (%3.39) bir arada faydalanılmıştır.

Tezlerin raporlamış oldukları temel bulgu ve sonuçlar da meta sentez kapsamında incelenmiştir. Buna göre beş temel kategori altında bu bulgu ve sonuçlar gruplanmıştır. Bu kategorilerden ilki ve en çok vurgulananı (mikro düzey %15.70 + meso düzey %7.17 + makro %16.04 = %38.91) etkilenen ve/veya değerlendirilen grup ve topluluklardır. Daha sonra tezlerde etki, ilişki, farklılık gibi çıktının temel vurgusunun (%20.47) ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kategorileri sırasıyla; KSS ile ilişkilendirilen iş etiği, imaj veya itibar gibi temel kavramlar (%16.05), ekonomik çıktılar veya etik çıktılar gibi çıktılarının niteliği (%12.63) ve çevre veya faaliyet gibi etkilenen ve/veya değerlendirilen birim (%11.94) kategorileri takip etmektedir. İncelenen tezlerin raporlanmış temel bulgu ve sonuçlarının sıklıkları ve oranları Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. İncelenen Tezlerin Raporlanmış Temel Bulgu ve Sonuçlarının Sıklıkları ve Oranları

Bulgu ve Sonuç Kategorileri	Temel Bulgu ve Sonuçlar	f	%
Etkilenen ve/veya değerlendirilen grup	Mikro Düzey (Çalışan, Gönüllü, Müşteri, Tüketici, Yönetim)	46	15.70
	Meso Düzey (Örgüt, Kurum, Kuruluş, İşletme)	21	7.17
	Makro Düzey (Toplum, Küresel, Uluslararası, Türkiye)	47	16.04
Etkilenen ve/veya değerlendirilen birim	Çevre, yerel, proje, uygulama, faaliyet	35	11.94
	KSS ile ilişkilendirilen temel kavramlar		
Davranışa Yönelik Kavramlar (Bağlılık, Tutum)	Marka, iletişim, İtibar, İmaj	13	4.45
		34	11.60
Çıktıların niteliği	Ekonomik, Finansal	22	7.51
	Etik, Yasal	15	5.12
Çıktının temel vurgusu	Etki, İlişki, Kriter, Boyut, Farklılık	60	20.47
Toplam		293*	100.00

*Çalışma araştırmacıları tarafından metodoloji kısmında belirtilen prosedür takip edilerek sadeleştirilmiştir.

Takip eden bölümde elde edilen bulgulara ilişkin tartışmaya, gerçekleştirilen meta sentezden elde edilen temel sonuçlara ve ileri çalışmalar için yapılmış önerilere yer verilmektedir. Başka bir deyişle bu bölümde sunulmuş olan ham bulgular takip eden bölümde tartışılmakta ve elde edilen sonuçlar ortaya konulmaktadır.

5. Tartışma

Çalışma sayesinde konu ile ilgili çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yol gösterecek bir temel oluşturulmuş ve yüksek lisans ve doktora tezlerinden oluşan akademik yerli yazının özgün katkısı belirlenmiştir. Bu meta sentez ile yeni araştırma sorularının belirlenmesi yönünde bir yol açılmış ve yazındaki kuramsal boşlukların değerlendirilmesiyle kuramsal katkı sağlanması mümkün olmuştur. Bu çalışmanın bir diğer katkısı da kurumsal sosyal sorumluluk konularının kavramsal haritasının (*conceptual mapping*) ve tarihsel izdüşümünün çikartılması olmuştur.

Çalışma kapsamında incelenen tezlerin yıllara göre dağılımları Türkiye’de yazarların KSS konusuna olan ilgilerinin 2000’li yılların başından itibaren başladığını, özellikle 2009 yılından itibaren konuya ilgilerinin büyük ölçüde arttığını ve günümüzde halen bu ilgilinin devam etmekte olduğunu göstermektedir. Konu ile ilgili çalışmaların sayısındaki artış dünyada KSS yazınındaki çalışmaların artışıyla da paralellik göstermektedir.

Yayınlanan alanlara göre tez dağılımları incelendiğinde işletmenin KSS konusunu ezici bir üstünlükle sahiplendiği (%52.00) ve halkla ilişkiler (%16.22) ve iletişim (%6.28) alanlarının (%22.30) işletme anabilim dalını takip ettiği tespit edilmiştir. Bu dağılımdan halkla ilişkiler ve iletişim alanlarının da KSS konusunu sahiplenmek istediği anlaşılmaktadır. KSS konulu tezlerin üniversitelere göre dağılımı incelendiğinde ise, Marmara (%18.64) ve İstanbul (%12.71) üniversitelerinin toplam yayınlanan tezlerin %31.35’ini ürettiği ve bu konuda Türkiye’de uzmanlaşma yolunda birer ekol oluşturdukları belirlenmiştir.

KSS konulu tezlerin araştırma soruları da incelemeye dahil edilmiştir. Buna göre tezlerin araştırma sorularının yeterince net ortaya konulmadığı, hatta çoğunda bulunmadığı yada belirli belirsiz ifade edildiğini görülmüştür. Yazarların ayrıca araştırma sorusunu vurgulamak yerine sadece araştırmanın amacını belirtmekle yetindikleri tespit edilmiştir. Bu durumun tezin yayınlandığı enstitüye ait tez yazım formatının net tanımlanmamış olmasından da kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Ancak bu durum hem okuyucuların tezi

anlama ve takibini zorlaştırmakta, hem de akademik olarak tez çalışmalarını zayıflatmaktadır. Bu sorunun giderilmesi için mutlaka tez çalışmalarında araştırma sorularının net bir şekilde ve soru kalıbı halinde listelenmesi önerilmektedir.

İncelenen tezlerin sekiz tanesinin başlığında ‘Türkiye’ kelimesi geçmektedir ve tezlerin neredeyse tamamında veriler Türkiye’den toplanmıştır. Buna rağmen Türkiye bağlamına ilişkin tartışma ve bağlama özgü çıkarımlar oldukça azdır. Bu durumun makro analiz düzeyinde gerçekleştirilmiş çalışmaların sayısının az olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Genellikle bireylerin algı ve kavramsallaştırmalarının ortaya konulduğu anket çalışmalarına ve derinlemesine görüşmelere dayanan mikro çalışmalardan yola çıkılarak ülke bağlamına ilişkin çıkarımlara ulaşılması pek mümkün olamamaktadır. İleride yapılacak tez çalışmalarda alandaki bu eksikğin gözetilerek yerel yazındaki bu açığın giderilmesi yönünde meso ve makro analiz düzeyinde çalışmalara ağırlık verilmesi önerilebilir.

Tezler anahtar kelimeleri ve başlıklarına göre incelendiğinde performans ve finansal yaklaşım, halkla ilişkiler ve iletişim marka imajı, imaj ve itibar, müşteri ve tüketici, çalışanlar ve örgütsel özdeşleşme, bağlılık ve vatandaşlık ile etik ve iş etiği gibi kavramların öne çıktığı görülmüştür. Bu kullanılan kavramlar dikkate alındığında işletme alanının finans ve pazarlama alt alanlarından KSS konusunun ele alındığı, ayrıca halkla ilişkiler ve iletişim alanlarından da konunun irdelendiği görülmüştür. Bu bulgular KSS konusuna dar bir açıdan yaklaşıldığını, hep benzer kavramlar üzerinden ele alındığını ve yenilikçi bir yaklaşımın bulunmadığını göstermiştir. Ayrıca araştırmacılar kullandıkları örnekleme yada inceledikleri örnek olayı ve ilişkilendirdikleri kavramları başlık ve anahtar kelimelere taşıyarak tezlerinin farklılıklarını vurgulamalıdır. Bu sayede tezlerden yararlanmak isteyen araştırmacılar tezlerin içeriğini ve odağını sadece başlık ve anahtar kelimelerinden de ayırt edebileceklerdir. Ayrıca ileri çalışmalarda benzer ve birbirini tekrarlayan kavramlar yerine, KSS konusu ile birlikte çalışılması mümkün çok sayıda farklı kavram ile ilişkisi değerlendirilebilir.

Genel olarak tezlerin literatür taraması ve teorik altyapı bölümlerinin güçlü kurgulanmadığı daha çok yazarların katkılarının sunulduğu ve temel teorilere yeterince yer verilmediği belirlenmiştir. Kimi yaklaşımların veya kimi kuramların temel inşalarının kuram/teori olarak tanımlandığı görülmüştür (örn. meşruiyet kavramı, kurumsal kuramın temel inşalarından birisidir). İlaveten, kimi kuramlara katkı veren yazarların literatüre katkılarının birer model olarak sunularak birbirinden bağımsız gibi kurgulandığı dikkat çekmiştir (örn. Carroll’ın KSS piramidi/modeli). Bu tespitler dikkate alındığında yazarların kuram/teori, yaklaşım, model ve literatür katkılarının tanımları konusunda hemfikir olmadıkları düşünülmektedir. Buradan yola çıkılarak yüksek lisans ve doktora programlarında bu kavramlarının anlamlarının netleştirilmesinin, aralarındaki farkın net olarak ortaya konulmasının akademide bir fikir birliğinin sağlanması açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir. İleri tez çalışmalarında yazarların bu karışıklığı gidermek adına okudukları tek tek makalelerin tanımlamalarından yola çıkmak yerine bu kavramların ne olduklarının ayırımına kavramları anlayarak ve daha çok kaynaktan yararlanarak tespitlerde bulunmaları önerilebilir.

Ayrıca meta sentez kapsamında yapılan incelemede tez çalışmalarının benzer yaklaşımları değerlendirdikleri ve hep aynı araştırmacıların literatüre katkılarından faydalandıkları görülmüştür. Bu durum tezlerin büyük bir kısmının literatür bölümlerinin neredeyse birbiriyle aynı ve tekrar eder nitelikte olmasına neden olmuştur. Bu tekrar ve benzerliklerin genel kabul gören tez yazım geleneğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Uzun ve bütün literatürü kapsayıcı olma çabasındaki literatür bölümlerinin yazılmasının beklenmesi bu duruma yol açmaktadır. Öte yandan doğrudan araştırma sorularına yönelik literatür bölümü yazımının çalışmaların daha akıcı olmasına, daha akademik bir görünüm kazanmasına imkan vereceği, ilaveten ilerleyen süreçte de tezlerin yayına dönüştürülmesine olumlu katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Bunun da ancak araştırma sorusu(larının) net tanımlanması ve literatür taramasının araştırma sorusu odaklı bir şekilde yapılmasıyla aşılabileceği düşünülmektedir.

İncelenen tezlerin yarısında (%50.00) mevcut ölçeklerin kullanılarak anket yöntemi ile veri toplandığı ve istatistiksel olarak analiz edildiği görülmüştür. Bütün incelenen KSS tezleri içerisinde sadece bir adet tezde Türkiye bağlamına özgü bir ölçek geliştirme çabasının olduğu saptanmıştır. Diğer tezlerin ise mevcut ölçekleri kullandığı ve bu ölçeklerin yabancı literatürden alındığı düşünüldüğünde, her ne kadar gerekli ön çalışma ve analizler yapıldığından bilimsel olarak geçerliliği olsa da, yerel bağlama özgü geliştirilmediklerinden kullanılan

ölçeklerin bağlama uygunluğu ve sonuçların Türkiye KSS perspektifini ne kadar yansıttığı tartışılabilir. Buradan yola çıkılarak nitel çalışmalara ağırlık verilerek, yerele özgü faktörlerin tespit edilmesinin bağlama özgü ölçek geliştirilebilmesi açısından büyük önem taşıdığı düşünülmektedir.

Analize dahil edilen tezlerin temel bulgu ve sonuçları değerlendirildiğinde 'birey'den (mikro düzey, %15.70), 'örgüt/lere' (meso düzey, %7.17) ve 'toplum'a (makro, %16.04) uzanan farklı analiz düzeylerinde çıktılarının vurgulandığı görülmüştür. Bu üç analiz düzeyine ilişkin çıktı vurgusu Tablo 6'da etkilenen ve/veya değerlendirilen grup ve topluluklar (%38.91) olarak kategorize edilmiştir. Bu bulguda ilgi çekici olan incelenen tezlerin %68.64'ünün mikro analiz düzeyinden yazılmış olmasına karşın makro çıkarımların mikro ve meso çıkarımlara göre daha fazla vurgulamış olmasıdır. Türkiye bağlamı ile ilgili genellemeler yapma kaygısı nedeniyle çalışmanın yapıldığı analiz düzeyinin dışında çıkarımlar yapılmasından kaçınılmalı ve çalışmanın analiz düzeyine ve örnekleme uygun çıkarımların yapılması önerilmektedir.

Bunu takiben tezlerde çıktılarının temel vurgularının (etki, ilişki, farklılık) ön plana çıktığı (%20.47) belirlenmiştir. Tez çalışmalarını gerçekleştiren yazarların KSS'nin boyutlarını, KSS faaliyet ve uygulamalarının ortaya çıkardığı farklılıkları, KSS ile kimi kavramların ilişkisini ve KSS'ye kimi kavramların etkilerini ele aldıkları anlaşılmaktadır. Bu vurguların tezlerin temel bulgu ve sonuç raporlama şeklinden kaynaklandığı düşünülmektedir ve doğal bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca KSS ile ilişkilendirilen temel kavramlar olan marka, iletişim, itibar ve imaj ile davranışa yönelik bağlılık ve tutum gibi kavramların (%16.05) raporlandığı görülmüştür. Benzer şekilde bu durum araştırmacıların, kavramaların KSS ile ilişkisini, KSS üzerindeki etkisini ve/veya KSS ile birlikte ele aldığı kavrama ilişkin elde ettikleri bulgu ve sonuçları ortaya koymak istemelerine bağlı şekillenmektedir.

Meta sentez çalışmasının bulgularından elde edilen önemli bir diğer sonuç ise tez yazarlarının ekonomik/finansal veya etik ve yasal olarak çıktılarının niteliğini (%12.63) de çalışmalarının sonuçlarında vurgulamış olmalarıdır. Çıktıların niteliğinin vurgulanması tez çalışmalarında elde edilen sonuçlar doğrultusunda yazına göndermelerin yapıldığı ve ilgili yazın ile bağlantıların kurulduğunu göstermektedir. Son olarak tez yazarlarının çevre, proje, uygulama ve faaliyet gibi etkilenen ve/veya değerlendirilen birimi (%11.94) de vurgulamış oldukları görülmüştür. Tez çalışmalarında projelerin, örnek olayların ve etki çalışmalarının bu çerçeveden incelendiği ve raporlandığı anlaşılmaktadır. Örnek olay çalışmalarının incelenen tezler içerisinde sayısal olarak az olduğu görülmüştür. İleri çalışmalarda örnek olay ve etki araştırmalarına ağırlık verilmesi önerilebilir.

6. Sonuç

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa, incelenen tezler içerisinde teori odaklı, başka bir deyişle güçlü teorik katkı kaygısı taşıyan ve teorik çıkarımda bulunan tezlerin sayısının çok az olduğu görülmüştür. Tezlerin bulguları ve sonuçları incelendiğinde daha çok betimsel ve uygulamaya yönelik çıkarımlarda buldukları, teoriye katkının sınırlı olduğu, farklı teorilerden yola çıkarak bunları bütünleştiren ve kavramsal çerçeve geliştiren çalışmalara ihtiyaç olduğu belirlenmiştir. İlave olarak, incelenen tezler içerisinde karşılaştırmalı çalışmaların sınırlı sayıda olduğu ve bu alanda çalışmaların gerekli olduğu tespit edilmiştir.

Lockett, Moon ve Visser (2006) dünyada işletme alanında nicel analizlerin baskın olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde ülkemizde de özellikle yönetim araştırmalarında nicel çalışmaların ağırlıklı olarak tercih edildiği (Özen, 2002) görülmektedir. İncelenen KSS konulu tezlerde de sadece işletme alanında değil, iletişim ve halkla ilişkiler alanlarında da nicel çalışmaların oranının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu konuya özgü çalışmalarda bilimsel olma kaygısı ile nicel araştırmalara ağırlık verildiği anlaşılmaktadır. Örnek olay incelemesi, içerik analizi ve derinlemesine görüşme gibi nitel yöntemlere ağırlık verilerek KSS kavramlarını daha detaylı bir şekilde anlamaya yönelik çalışmaların artırılması önerilmektedir.

Lee (2017) 1980 ile 2015 yılları arasında KSS konulu çalışmaları incelediği araştırmasında öneri olarak KSS içerik analizlerinde, mesajların çerçevesine (*message frames*) bakılmasını, web siteleri ve çevirim içi etkileşimin (*online interactivity*) incelenmesini ve özellikle son zamanlarda çok çalışılan sosyal medya etkileşimi (*social media engagement*) çalışmalarının artırılmasını önermektedir. Bu meta sentez çalışması sonucunda Türkiye'de bu konularda ciddi bir açık olduğu tespit edilmiştir. İleri çalışmalarda bu yenilikçi

konularda çalışmalara odaklanılması önerilmektedir. Son olarak, bu meta sentez çalışması sadece Türkiye’de KSS konulu yayınlanan tezleri incelemiştir. KKS konulu makale ve kitapların da dahil edildiği daha geniş kapsamlı bir çalışma ile KSS konusunda yapılan akademik çalışmaların tamamının değerlendirilmesi ve Türkiye’nin genel profilinin ortaya konulması mümkün olabilir.

Kaynaklar

- Akatay, A. (2008). Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışındaki değişimlerin yönetsel işleyişe etkileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 97-112.
- Akım, F. (2010). Sağlık alanında gerçekleştirilen sosyal sorumluluk kampanyalarının bireylerde farkındalık ve davranış değişikliği yaratma etkisi: ‘Kalbini Sev Kırmızı Giy Kampanyası’ üzerine bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 38.
- Aküzüm, C., & Özmen, F. (2013). Eğitim denetmenlerinin rollerini gerçekleştirme yeterlikleri bir meta-sentez çalışması. *Ekev Akademi Dergisi*, 56, 97-120.
- Alparslan, A. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluk ve firma performansı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 435-448.
- Arvas, İ. (2011). Basında sosyal sorumluluk anlayışı bağlamında günümüz türkiye’sindeki özdenetim uygulamaları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(2), 82-92
- Atakan-Duman, S., & Ozdora-Aksak, E. (2014). The role of corporate social responsibility in online identity construction: An analysis of Turkey’s banking sector. *Public Relations Review*, 40(5), 862-864.
- Ateş, B., & Şenal S. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında muhasebenin sosyal sorumluluğu: Süleyman Demirel Üniversitesi’nde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 16(1), 71-85.
- Ateşoğlu, İ., & Türker, A. (2010). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine yaklaşımı: Muğla ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 207-226.
- Au, W. (2007). High-stakes testing and curricular control: A qualitative meta synthesis. *Educational Researcher*, 36, 258-267.
- Bair, C.R. (1999). Meta-Synthesis. Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for the Study of Higher Education, San Antonio, TX, November 20, 1999. ERIC Document Reproduction Service. No. 437866.
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainability: A longitudinal study of corporate sustainability development. *Strategic Management Journal*, 26, 197–218.
- Bilgehan, M.A. (2012). Comparative analysis of corporate social responsibility practices of turkish companies and companies with foreign ownership. Boğaziçi Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38(3), 268–296.
- Carroll, A.B. (2004). Managing ethically with global stakeholders: A present and future challenge. *Academy of Management Executive*, 18, 114–120.
- Crabtree, B.F., & Miller, W.L. (1999). Using codes and code manuals: A template organizing style of interpretation. B. F. Crabtree & W. L. Miller (Eds.), *Doing qualitative research*. 2nd Edition. (pp. 163–178). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Çalık, M., Ayas, A., & Ebenezer, J.V. (2005). A review of solution chemistry studies: Insights into students’ conceptions. *Journal of Science Education and Technology*, 14(1), 29-50.
- Çalık, M., & Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri. *TED Eğitim ve Bilim Dergisi*, 39(174), 33-38
- Çalık, M., Ünal, S., Coştu, B., & Karataş, F.Ö. (2008). Trends in Turkish science education. *Essays in Education, Special Edition*, 23-45.
- Çelik, İ. E., Dinçer, H., & Yılmaz, R. (2012). İMKB’de işlem gören mevduat bankalarının kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının finansal sonuçları üzerine kurumsal yönetim ilkeleri çerçevesinde bir inceleme. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 37-63.
- Çerik, Ş., & Özarslan, E. (2008). Çalışanların sosyal sorumluluk boyutlarına ilişkin algılamaları: İlaç sektöründe karşılaştırmalı bir uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 587-604.
- Çiftçiöğlü, A., & Poroy, N. (2010). Sosyal sorumluluk ve bölümlere göre raporlama ilişkisini anlamaya yönelik bir araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 1(1), 83-99.

- Çiltaş, A., Güler, G., & Sözbilir, M. (2012). Türkiye’de matematik eğitimi araştırmaları: Bir içerik analizi çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(1), 565-580.
- Davis, K. (1973). An expanded view of the social responsibility of business, Beachamp, T.L. & Bowie, N.E. (Ed.) *Ethical Theory and Business*, 2nd Edition. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Delmas, M.A. (2002). The diffusion of environmental management standards in europe and in the United States: An institutional perspective. *Policy Sciences*, 35, 91–119.
- Ersöz, H.Y. (2009). İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışının gelişiminde meslek kuruluşlarının rolü. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 57(1), 87-123.
- Ertuna, B., & Tükel, A. (2010). Traditional versus international influences: CSR disclosures in Turkey. *European Journal of International Management*, Spring.
- Ertuna, Ö., & Ertuna, B. (2010). Dynamics of the Interaction Between Corporate Social Responsibility and Globalization, Aras, G. & Crowther, D. (Ed.) *Gower Handbook of Corporate Governance and Social Responsibility*, Gower Publishing Limited: UK. In Press.
- Factor, R., Oliver, A.L., & Montgomery, K. (2013). Beliefs about social responsibility at work: Comparisons between managers and non-managers over time and crossnationally. *Business Ethics: A European Review*, 22(2), 143-158.
- Finfgeld, D.L. (2003). Metasynthesis: The state of the art-so far. *Qualitative Health Research*, 13(7), 893-904.
- Göksel, A.B. (2013). *Stratejik halkla ilişkiler yönetimi*. (2. Baskı). Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Göksel, A.B., & Başok Yurdakul, N. (2004). *Temel halkla ilişkiler bilgileri*. Ege Üniversitesi Yayınları: İzmir.
- Göktaş, Y., Küçük, S., Aydemir, M., Telli, E., Arpacık, Ö., Yıldırım, G., & Reisoğlu, İ. (2012). Educational technology research trends in Turkey: A content analysis of the 2000-2009 decade. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 12(1), 191-196.
- Guillén, M., Melé, D., & Murphy, P. (2002). European vs. American Approaches to Institutionalisation of Business Ethics: the Spanish Case. *Business Ethics: A European Review*, 11(2), 167-178.
- Güçdemir, Y. (2008). Bankaların web sitelerinin sosyal sorumluluk açısından incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 26.
- Gürel, T. (2008). Kurum içi Hedef grupların, sosyal sorumluluk uygulamalarındaki yerine ‘Pfizer toplum takımı’ projesi incelemesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 34.
- Hsu, K.T. (2012). The advertising effects of corporate social responsibility on corporate reputation and brand equity: Evidence from the life insurance industry in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 109, 189-201.
- Jennings, P.D., & Zandbergen, P.A. (1995). Ecologically sustainable organizations: An institutional approach. *Academy of Management Review*, 20, 1015-52.
- Joutsenvirta, M., & Vaara, E. (2009). Discursive (de)legitimation of a contested finnish greenfield investment project in Latin America. *Scandinavian Journal of Management*, 25(1), 85–96.
- Karayel Bilbil, E., Sütcü, C.S., & Dayanç Kiyat, B. (2013). Türkiye’de telekomünikasyon sektöründe kurumsal itibar katsayısı ve marka sadakati üzerine bir araştırma. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Öneri Dergisi*, 10(39), 163-175.
- Kavut, L. (2010). Kurumsal yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk ve çevresel raporlama: İMKB 100 şirketlerinin çevresel açıklamalarının incelenmesi. *İşletme, İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 66.
- Kaya, A. K., & Ayman, U. (2013). *GSM operators CSR reflections for corporate identity through web sites*. II. Uluslararası İletişim, Medya, Teknoloji Ve Tasarım Konferansı, 2-4 Mayıs 2013, Kuzey Kıbrıs. Retrieved On 23 April 2013 From <http://www.cmdconf.net/2013/makale/pdf/19.pdf>
- Kazancı, M. (2002). *Kamuda ve özel kesimde halkla ilişkiler*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- King, N. (2006, October 23). *What is template analysis?* University of Huddersfield School of Human and Health Sciences. Retrieved April 27, 2007, from http://www.hud.ac.uk/hhs/research/template_analysis/whatis.htm
- King, N. (1998). Template analysis. G. Symon & C. Cassell (Ed.), *Qualitative methods and analysis in organizational research: A practical guide* (pp. 118–134). London: Sage.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility – Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley and Sons: Hoboken.
- Kurokawa, G., & Macer, D. (2008). Asian CSR profiles and national indicators: Investigation through web content analysis. *International Journal of Business and Society*, 9(2), 1-8.

- Lamberti, L., & Noci, G. (2012). The relationship between CSR and corporate strategy in medium-sized companies: Evidence from Italy. *Business Ethics: A European Review*, 21(4), 402-416.
- Ledingham, J.A. (2006). Relationship management: A general theory of public relations. Botan, C.H. & Hazleton, V. (Ed.) *Public Relations Theory II Lawrence Erlbaum Associates*, Mahwah: NJ. 465-483.
- Lee, T.H. (2017). The status of corporate social responsibility research in public relations: A content analysis of published articles in eleven scholarly journals from 1980 to 2015. *Public Relations Review*, 43(1), 211-218.
- Lembet, Z. (2012, 29 Mart). *Markalar ve kurumsal sosyal sorumluluk*. <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/markalarvekurumsalsosyalsorumluluk.pdf>
- Lindgreen, A., Swaen, V., & Johnston, W.J. (2009). Corporate social responsibility: An empirical investigation of U.S. organizations. *Journal of Business Ethics*, 85(2), 303-323.
- Lockett, A., Moon, J. & Visser, W. (2006). Corporate social responsibility in management research: Focus, nature, salience and sources of influence. *Journal of Management Studies*, 43(1), 115-136.
- Ma, Z., Liang, D., Yu, K.H., & Lee, Y. (2012). Most cited business ethics publications: Mapping the intellectual structure of business ethics studies in 2001-2008. *Business Ethics: A European Review*, 21(3), 286-297.
- Margolis, J.D., & Walsh, J.P. (2003). Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48, 268-305.
- Matten, D., & Moon, J. (2008). Implicit and explicit CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424.
- McCormick, J., Rodney, P., & Varcoe, C. (2003). Reinterpretations across studies: An approach to meta-analysis. *Qualitative Health Research*, 13(7), 933-944.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- Murphy, P.E. (1989). Creating ethical corporate structures. *Sloan Management Review*, 30, 61-6.
- Noblit, G.W., & Hare, R.D. (1988). *Meta-ethnography: Synthesizing qualitative studies* (Vol. 11). Newbury Park, CA: Sage.
- Orçan, M. (2007). Yoksullukla mücadelede kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 9 (11).
- Ozdora-Aksak, E. (2015). An analysis of Turkey’s telecommunications sector’s online presence: How corporate social responsibility contributes to organizational identity construction. *Public Relations Review*, 41(3): 365-369.
- Özdemir, B.P., & Aktaş Yamanoğlu, M. (2010). Türkiye’deki sivil toplum kuruluşları web sitelerinin diyalojik iletişim kapasiteleri üzerine bir inceleme. *Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 3-36.
- Özdemir, H. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluğun marka imajına etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 57-72.
- Özen, Ş. (2002). Türkiye’deki örgütler/yönetim araştırmalarında törenselleşme sorunu. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 187-213.
- Özgen, E. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve çalışan memnuniyetine etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8, 1-6.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2007). *Handbook for synthesizing qualitative research*. New York: Springer Publishing.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2003). Toward a metasynthesis of qualitative findings on motherhood in HIV-positive women. *Research in Nursing & Health*, (26), 153-170.
- Sandelowski, M., Docherty, S., & Emden, C. (1997). Qualitative meta synthesis: Issues and techniques. *Research in Nursing & Health*, 20(4), 365-371.
- Schaefer, A. (2007). Contrasting institutional and performance accounts of environmental management systems: Three case studies in the UK water and sewerage industry. *Journal of Management Studies*, 44, 506-35.
- Smith, K.T., & Alexander, J.J. (2013). Which CSR-related headings do fortune 500 companies use on their websites? *Business Communication Quarterly*, 76 (2), 155-171.
- Strobel, J., & van Barneveld, A. (2009). When is PBL more effective? A Meta-synthesis of meta-analyses comparing PBL to conventional classrooms. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 3(1).
- Şatır, Ç., & Erendağ Sümer, F. (2006). Kurum itibarının bileşenleri üzerine bir araştırma: Sağlık hizmeti üreten bir kamu kurumunda iç paydaşlar itibarı nasıl algılıyor?. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi II. Uluslararası İlişkiler Sempozyumu*.

- Thorne, S.E., Jensen, L., Kearney, M.H., Noblit, G.W., & Sandelowski, M. (2004). Qualitative meta synthesis: Reflections on methodological orientation and ideological agenda. *Qualitative Health Research*, 14(10), 1342–1365.
- Türker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85, 411-427.
- Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TISK) (2013, Ağustos). *Ülke profili araştırması ulusal inceleme raporu*. http://tisk.org.tr/tr/e-yayinlar/340_turkiye_kss_ulusal_incele/pdf_340_turkiye_kss_ulusal_incele.pdf
- Ulutas, D. (2012). Corporate social responsibility in construction industry. İstanbul Technical Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Umdu Topsakal, Ü., Çalık, M., & Çavuş, R. (2012). What trends do Turkish biology education studies indicate?. *International Journal of Environmental and Science Education*, 7(4), 639-649.
- Ültay, N., & Çalık, M. (2012). A thematic review of studies into the effectiveness of context-based chemistry curricula. *Journal of Science Education and Technology*, 26(6), 686-701.
- Ünal, S., Çalık, M., Ayas, A., & Coll, R.K. (2006). A review of chemical bonding studies: needs, aims, methods of exploring students' conceptions, general knowledge claims, and students' alternative conceptions. *Research in Science & Technological Education*, 24(2), 141-172.
- Verboven, H. (2011). Communicating CSR and business identity in the chemical industry through mission slogans. *Business Communication Quarterly*, 74, 415-431.
- Yıldırım, M. (2010). Türk kamu yönetimi sorunlarının halkla ilişkiler açısından bir değerlendirmesi – An Evaluation of the Problems of the Turkish Public Administration from the Point of View of Public Relations. *Zeitschrift für die Welt der Türken, Journal of World of Turks*, 2(3), 153 -168.
- Yılmaz, B., & Alkan A.T. (2006). Muhasebenin sosyal sorumluluk kavramı açısından küçük ve orta ölçekli işletmelerde, kurumsal yönetim anlayışının algılanma biçimi üzerine bir araştırma, 729-738, [http://www.google.com.tr/search?q=Yılmaz%2C+B.%2C+ve+Alkan+A.T.+“Muhasebenin+&hl=en-TR&gbv=2&oq=&gs_l](http://www.google.com.tr/search?q=Yılmaz%2C+B.%2C+ve+Alkan+A.T.+%20Muhasebenin+%20%26hl=en-TR&gbv=2&oq=&gs_l)
- Zora, S. (2011). Customer evaluation of the corporate social responsibility practices: Study on the Turkish banking industry. Boğaziçi Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.