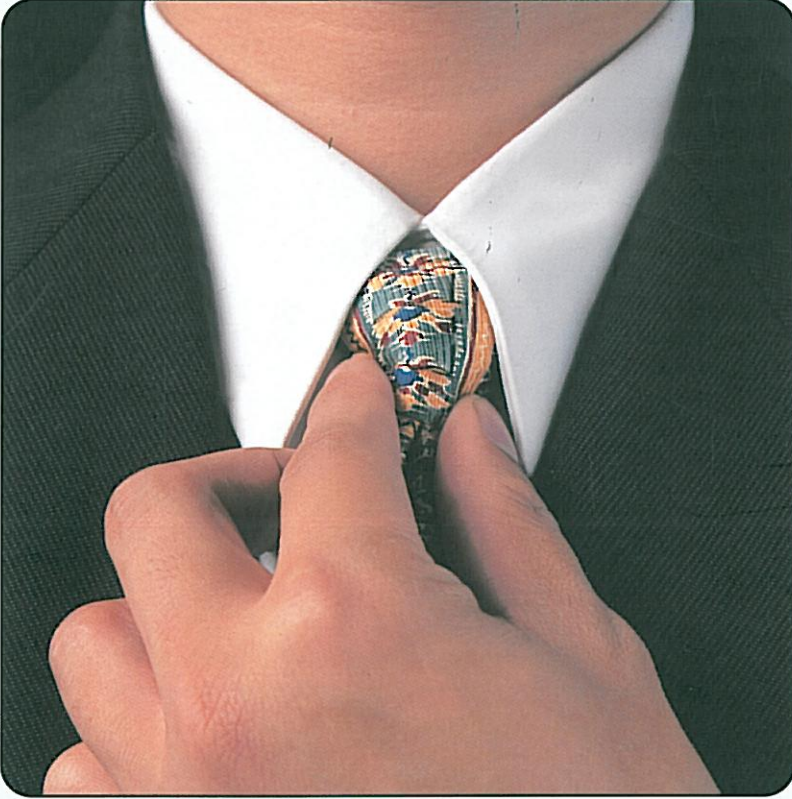


İŞLETMELERDE İŞ ETİĞİ



SOSYAL YAYINLAR

YAYIN NO: 2009-23

İSTANBUL
TİCARET
ODASI
YAYINLARI



**İSTANBUL
TİCARET
ODASI**

İŞLETMELERDE İŞ ETİĞİ

**EDİTÖRLER
PROF. DR. SABRİ ORMAN
DOÇ. DR. ZEKİ PARLAK**

YAYIN NO: 2009-23

İstanbul, 2009

Copyright © İTO

Tüm hakları saklıdır. Bu yayının hiç bir bölümü, yazarın ve İTO'nun önceden yazılı izni olmaksızın mekanik olarak, fotokopi yoluyla veya başka herhangi bir şekilde çoğaltılamaz. Eserin bazı bölümleri veya paragrafları, sadece araştırma veya özel çalışmalar amacıyla, yazarın adı ve İTO belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

ISBN 978-9944-60-477-2 (Basılı)
ISBN 978-9944-60-478-9 (Elektronik)

İTO ÇAĞRI MERKEZİ
Tel: (212) 444 0 486

İTO yayınları için ayrıntılı bilgi
Bilgi ve Döküman Yönetimi Şubesi
Dökümantasyon Servisi'nden alınabilir.

Tel : (212) 455 63 29
Faks : (212) 512 06 41
E-posta : ito.yayin@ito.org.tr
İnternet : www.ito.org.tr

Odamız yayınlarına tam metin ve ücretsiz olarak
internette ulaşabilirsiniz.

YAYINA HAZIRLIK, BASKI, CİLT
İnkılâp Kitabevi Baskı Tesisleri
Tel : (212) 496 11 81 – Fax : (212) 496 11 12
www.inkilap.com

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ 5

GİRİŞ 6

Birinci Bölüm

İKTİSAT, AHLÂK ve YÖNETİM

1. İKTİSAT ve AHLÂK İLİŞKİLERİNE GENEL BAKIŞ 12
Prof. Dr. Sabri Orman

2. YÖNETİM DÜŞÜNCESİNİN İKİ KAYNAĞI: DİN ve FELSEFE 27
Doç. Dr. Mustafa Özel

İkinci Bölüm

GENEL OLARAK İŞ AHLÂKI

3. AKADEMİK BİR DİSİPLİN OLARAK İŞ AHLÂKI 52
Yrd. Doç. Dr. Hüsnü Kapu

4. ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ve İŞ ETİĞİ 114
Prof. Dr. Engin Yıldırım

5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK 131
Doç. Dr. Halis Yunus Ersöz

6. ÇOKULUSLU ŞİRKET DAVRANIŞ KODLARI:
BİR ANALİZ ve DEĞERLENDİRME 171
Doç. Dr. Zeki Parlak

Üçüncü Bölüm

TÜRKİYE'DE İŞ AHLÂKI

7. TÜRKİYEDE İŞ AHLÂKI GELENEĞİ 218
Prof. Dr. Ahmet Tabakoğlu

8. TÜRKİYE'DE İŞ ETİĞİ: İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ
BOYUTUYLA 284
Prof. Dr. Tekin Akgeyik

9. GÜNÜMÜZ TÜRKİYE'SİNDE AKADEMİK İŞ AHLÂKI
ÇALIŞMALARINA GENEL BAKIŞ 301
Doç. Dr. Süleyman Özdemir

Dördüncü Bölüm
DÜNYA'DAN VAK'A ÖRNEKLERİ

10. DÜNYADA İŞ AHLÂKI UYGULAMALARI ve
VAK'A ÖRNEKLERİ 338
Yrd. Doç. Dr. Ali Osman Öztürk

ÖNSÖZ

Toplumsal yapı içerisinde uyulması gereken pek çok kuralın yanısıra işletmelerimizin iş hayatında dikkat etmesi gereken çeşitli kurallar vardır. Bu bağlamda iş etiği, toplumsal sistemin bir parçası olan işletmelerde uyulması gereken kurallara ışık tutan yapının genel adıdır.

İşletmelerde etik değerlere ilişkin standartların oluşturulmasının kaynağında, yüksek verimliliği sağlamak ve kâr elde etmek vardır. Etik, işletmeleri mükemmelliğe ve her alanda kaliteye götüren bir süreçtir. Etik ilkeler ve kuralların işletmelerde uygulama alanı bulması belirsizliği azaltarak, geleceğin tahmin edilmesinde ve çalışanların güvenli bir ortam içerisinde çalışmasında önemli bir gelişme sağlayacaktır.

İşletmelerde etik kuralların benimsenmesi uzun dönemde toplumun tüm kesimlerine yarar sağlayacaktır. Bu standartlar doğrultusunda hareket eden ekonomik yapılarda kaynaklar etkin bir şekilde kullanılır. Nitekim, etik değerlere uygun davranışlar ile elde edilen bireysel ve kurumsal fayda, toplumsal yararı beraberinde getirmektedir. İşletmelerde oluşturulacak etik ortam, işgörenlerde bu bilincin gelişmesine neden olurken, işgörenler aracılığı ile de toplumda da önemli etkiler yaratacaktır.

İş etiği giderek üzerinde önemle durulması gereken bir konu haline gelmiştir. Nitekim iş hayatında rekabete dayalı olarak karşılaşılan etik dışı davranışların artması konunun önemini daha da artırmıştır. Pek çok araştırmacı tarafından, iş etiğinin iş yaşamındaki etkisi araştırılmaktadır. Bu kavramların, işletme uygulamalarında, iş yaşamında ve küresel piyasada gittikçe yaygınlaştıkları görülmektedir. Bu nedenle de iş etiği, incelenmesi gereken bir konu olarak ortaya çıkıyor.

Konunun önemi nedeniyle yararlı olacağını düşündüğümüz, “İşletmelerde İş Etiği” isimli çalışma Odamız tarafından Prof. Dr. Sabri Orman ve Doç. Dr. Zeki Parlak editörlüğünde hazırlanmıştır.

Prof. Dr. Sabri Orman ve Doç. Dr. Zeki Parlak başta olmak üzere çalışmaya katkıda bulunan tüm akademisyenlere teşekkür eder, çalışmanın başta üyelerimize ve konuyla ilgili herkese yararlı bir kaynak olmasını dilerim.

Dr. Cengiz Ersun
Genel Sekreter

GİRİŞ

Elinizdeki kitap, iş ahlâkı gibi hayati öneme sahip bir konuda bir başvuru kaynağı vücuda getirmek amacıyla hazırlandı. Neticede ortaya çıkan eserin mükemmel olmadığını itiraf ederiz. Ancak diğer taraftan, onun son derece faydalı bir eser olma vasfını kazanabildiğini de iddia edebilecek durumdayız. Tabiidir ki bunun nihai takdiri yine de okuyuculara ait bir imtiyaz olacaktır.

“İşletmelerde İş Etiği” isimli bu kitap, esas itibariyle dört ana kısım şeklinde tasarlandı. Giriş’i takip eden ve “İktisat, Ahlâk ve Yönetim” başlığını taşıyan ilk kısmın amacı, esas konumuz olan İş Ahlâkı veya Etiği’ne genel bir fikri zemin hazırlamak olup, iki bölümden oluşmaktadır (1 ve 2. Bölümler). Bunu takip eden ve “Genel Olarak İş Ahlâkı” başlıklı kısmın amacı ise, isminden de anlaşılacağı üzere, İş Ahlâkı konusunun genel bir haritasını çıkarmaktır ki bu da ilgili sahanın çeşitli yanlarını irdeleyen dört bölümle (3, 4, 5 ve 6. Bölümler) gerçekleştirilmeye çalışıldı. Başlangıçtaki hedeflerimizin gerisinde kalsa da eserin en ilginç kısımlarından birinin “Türkiye’de İş Ahlâkı” başlıklı üçüncü kısım olduğuna inanıyoruz. Bu bölümde, buraya kadar ki çalışmaların sağladığı veya ima ettiği müktesebat yerli gerçeklerimize ve sorunlarımıza yansıtılmaya çalışıldı. Bu kısımda da bu amaçla hazırlanmış üç çalışma (7, 8 ve 9. Bölümler) yer almaktadır. Nihayet dördüncü bir kısım ile de buraya kadar sergilenen fikri malzemenin, iş hayatının somut gerçekleriyle örnekendirilmesi amaçlandı (10. Bölüm).

Temel yapısını özetlemeye çalıştığımız çalışma, toplam on bölümden oluşmaktadır.

Bunlardan ilki, İktisat ve Ahlâk İlişkilerine Genel Bakış, Sabri Orman tarafından hazırlanmış olup, iş etiğinin bir alt kümesini oluşturduğu iktisat ve ahlâk ilişkilerinin çok genel bir analizini içermektedir. İki alan arasındaki ilişkilere üç farklı açıdan bakmayı deneyen bu çalışmada bahsi geçen yaklaşımlardan ilki, hadiseye iktisadi hayat ile ahlâki hayat ilişkileri açısından bakmaktır. İki realite kategorisi arasındaki bir ilişki olması itibariyle bu yaklaşıma ontolojik yaklaşım adı verilmiştir. İkinci yaklaşım tarzı iktisat ile ahlâk arasındaki ilişkilere iktisat disiplini ile ahlâk disiplini arasındaki ilişkiler gözüyle bakmaktır. Burada söz konusu olan, iki bilgi kategorisi arasındaki bir ilişki olduğundan, buna da buradan hareketle epistemolojik yaklaşım denebilir. Nihayet,

bu iki yaklaşımın kombine edildiği üçüncü bir yaklaşımdan söz edilmektedir ki ontolojik bir unsur ile epistemolojik bir unsurun çaprazlanması olmasından dolayı melez bir yaklaşım olduğu söylenebilir. Bu bölümde iktisat ve ahlâk alanlarının yekdiğeriyle olan yakın ilişkisine dikkat çekilmekte, pozitivist bilim felsefesinin bir sonucu olan iki alan arasındaki sun’i ayrılığın zararlarına vurgu yapılmakta ve yapısı gereği çeşitli ihtilafların kaynağı olan iktisat alanının güveni, istikrarı, etkinliği ve hatta devamı bakımından ahlâkın oynayabileceği role işaret edilmektedir.

İlk kısmın ikinci bölümü Mustafa Özel’in “Yönetim Düşüncesinin İki Kaynağı: Din ve Felsefe” başlıklı çalışmasıdır. İlk bakışta İş Ahlâkı ile çok ilgili görünmese de yönetimin iş hayatının en önemli unsurlarından bir olduğu hatırlanırsa, yönetim ahlâkı ve vasıflarına dair bir çalışmanın, konunun pekala içinde yer aldığı, ancak onun spesifik bir yanını oluşturduğu görülür. Mustafa Özel’in bu çalışmasının sadece konusu ve kapsamıyla değil, üslubu ve içerdiği bazı anekdotlarla da hayli ilginç olduğuna inanıyorum. Başlığı sadece iki alt başlık vadeder gibi görünür ise de Özel’in çalışması, üç alt başlık etrafında örülmüştür. Semavî dinlerde yetkilendirme ve karar vermeye ilgili ilk alt bölümde konu, Kitab-ı Mukaddes ve Kur’an-ı Kerim ekseninde ele alınmış olup, “bir toplum veya örgütü iyi yönetmek istiyorsak, ‘peygamber bile olsak’, deneyimli insanlara kulak vermek, karar ve yönetim yetkimizi paylaşmak zorundayız” sonucuna varılır. Ancak bunun hemen akabinde Kur’an-ı Kerim’den hareketle sürece “kendimizden yaş veya makam bakımından küçük olanlar”ın da katılması gerektiği ilave edilir. Osmanlı yönetim ahlâkı ve modern işletmecilik konusundaki ikinci alt başlık altında Kınalızâde Ali Efendi’nin, 1564 yılında kaleme aldığı ünlü ahlâk kitabı *Ahlâk-ı Alâi* esas alınarak Osmanlı yönetim ahlâkı modern işletmecilik düşüncesiyle karşılaştırılır. M. Özel’in çalışmasının son kısmı felsefi metinlerde yönetim düşüncesiyle ilgili olup, Eflatun ve özellikle Farabi’nin düşünceleri klasik ve modern çok sayıda düşünürün düşünceleriyle mukayeseli olarak tartışılmıştır.

“Genel Olarak İş ahlâkı” başlığını taşıyan kısımda, konumuza genel olarak yaklaşan dört çalışma yer almakta olup, bunların ilki Hüsnü Kapu’nun “Akademik Bir Disiplin Olarak İş Ahlâkı” başlıklı çalışmasıdır. Hüsnü Kapu’nun çalışması İş Ahlâkı alanına kuş bakışı bakan kapsamlı bir çalışma olup, konunun kavramsal çerçevesini çizmeye çalışmaktadır. Bu meyanda işletmelerdeki ahlâki problemlerin kaynakları, yapısı, çeşitleri ve genel olarak ahlâk teorisi sistematik bir şekilde ele alınmış ve spesifik işletme uygulamalarıyla

birlikte analiz edilmiştir. Çalışmada, ayrıca İslam ahlâk anlayışını ifade eden “*denge yaklaşımı*” detaylı bir şekilde ifade edilmeye çalışılmıştır. Yazar, bu çalışmasında son olarak örgüt kültürü ile ahlâk ilişkisini ele almaktadır.

Engin Yıldırım’ın “Endüstri İlişkileri ve Etik” adlı çalışması, endüstri ilişkilerinde etiğin yeri hakkında bilgi verme amacını taşımaktadır. Endüstri ilişkilerinin modernitenin bir sonucu ve günümüzdeki etik tartışmaların modernite ile ilişkili olduğu düşüncesinden hareketle, ilk olarak modernite ve etik konusu bu alanda çalışmış olan Weber ve özellikle de Durkheim’in bakış açısından ele alınmaktadır. Endüstri ilişkileri alanı, ortaya çıkışı itibarıyla işyerinde ve toplumda adaleti ve kişisel huzuru ve refahı olumsuz yönde etkileyen eksiklikleri ve dengesizlikleri gidererek bunlarla ekonomik etkenlik arasında uyum kurmaya çalışmıştır. İstihdam ve çalışma sadece bir ekonomik mübadele veya işlem olarak değerlendirilmemelidir. İstihdam ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde sosyal bir faaliyettir de. Bundan dolayı işgörenler adil davranılmaya ve adil fırsatlara sahip olma hakkına sahiptirler. Küreselleşme ve esneklik çağında güç dengesizliğinin piyasa ve işverenler lehine bozulduğu bir ortamda etik standartları sağlamak da zorlaşmaktadır. Bu standartların sağlanması sistem aktörleri arasında bir güç dengesinin tesisini gerekli kılmaktadır. Endüstri ilişkilerinde geçmişin düzenli, öngörülebilir ve göreceli olarak istikrarlı dünyası, yerini rekabetin neredeyse acımasız bir hal aldığı, istikrarsız ve her türden esnekliğin öne çıktığı bir düzene bırakmaktadır. Yıldırım’ın çalışması bu düşüncelerin ışığında, daha ziyade İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY) çerçevesinde değerlendirilen bireyselleşmiş istihdam ilişkisinde taraflar arasında en azından kısmi bir denge sağlanmasında etik kuralların önemli bir rol oynayabileceğini savunmaktadır.

Bu kısımdaki üçüncü çalışma Halis Yunus Ersöz’ün “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” başlıklı makalesidir. Son zamanların önemli kavramlarından biri kurumsal sosyal sorumluluk veya işletmelerin sosyal sorumluluğudur. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı üzerindeki tartışmalar halen sürmekte ve literatürde çok çeşitli tanımlara rastlanmaktadır. Henüz gelişme aşamasında olan bu kavramla genel olarak bir işletmenin çevre, toplum ve ilişkili olduğu tüm taraflara karşı etik değerlere uygun ve sorumluluk bilinci içinde üretim ve faaliyette bulunması kastedilmektedir. Diğer bir ifadeyle, kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin tüm faaliyetlerinde etkileşimde bulunduğu bütün unsurları dikkate alması demektir. Kurumsal sosyal sorumluluğun, gelişmiş ülkelerde işletmelerin ticari stratejilerinin bir parçası haline geldiğini ifade

eden Ersöz, ülkemizde ise dini ve kültürel köklerden beslenen hayli güçlü bir toplumsal zeminin varlığına karşılık, bunun çok yavaş gelişmekte olduğu ve tam anlamıyla kavranamadığı kanaatini taşımaktadır.

İkinci kısmın son çalışması Zeki Parlak'ın "Çokuluslu Şirket Davranış Kodları: Analiz ve Değerlendirme" olup, İş Ahlâkı konusunun uluslararası boyutuyla ilgilidir. Birden çok ülkede faaliyet gösteren işletmeler olarak tanımlanan çokuluslu şirketler, dünya ekonomisinin itici gücü konumundadır. Dünyada faaliyet gösteren 80.000 civarında çokuluslu şirket mevcuttur. Bu şirketler dünya ticaretinin % 70'ni kontrol etmekte, çeşitli ülkelere 100 milyona yakın insan istihdam etmekte ve bir kısmının ciroları pek çok ülkenin GSMH'ni aşan büyüklüklere ulaşmaktadır. Sahip oldukları bu devasa gücü yasal, ahlâki, etik ve sosyal sorumluklarını göz ardı eden bir tarzda kullanmaları halinde bu şirketlerin, ev-sahibi ülkelere ve bu ülkelerin vatandaşlarına zarar vermeleri ihtimali hiç de düşük değildir. Bu nedenle çokuluslu şirketlerin etik kurallara ve sosyal sorumluluk ilkelerine uygun davranması ve davranışlarının denetlenmesi, bu şirketlerin dünya ekonomisinde ağırlıklarını hissettirmeye başladıkları 1950'lerden beri tartışılmaktadır. Çokuluslu şirketlerin davranışlarını ve sosyal sorumluklarını düzenleyen kurallara çokuluslu şirket davranış kodu veya etik kodlar denilmektedir. Zeki Parlak işte çağımızın bu önemli fenomenini tarihsel gelişim, teori ve uygulama açısından kapsamlı bir tartışmaya tabi tutmaktadır. Vardığı sonuç, bağlayıcı bir özellik taşımayan çokuluslu şirket davranış kodlarının, bağlayıcı düzenleme gereğini ortadan kaldıracak kadar başarılı olamadığı ve dolayısıyla kamusal düzenleme ihtiyacının hala devam ettiği'dir.

"Türkiye'de İş Ahlâkı", çalışmamızın üçüncü kısmını, Ahmet Tabakoğlu'nun "Türkiyede İş Ahlâkı Geleneği" başlıklı makalesi de onun ilk bölümünü oluşturmaktadır. Tabakoğlu'nun çalışması, isminin de ima ettiği gibi Türkiye'deki iş ahlâkı geleneğinin kapsamlı bir takdimi niteliğindedir. Bir bakıma Hüsnü Kapu'nun makalesinin genel olarak İş Ahlâkı alanı için yaptığı şeyi, Ahmet Tabakoğlu'nun makalesi iş ahlâkı geleneğimiz için yapmaktadır. Bu özelliğiyle o kendisinden sonraki çalışmaların tarihi ve entelektüel zeminini hazırlamaktadır. Tabakoğlu yerli geleneğimizin **Fütüvvet** ve **Ahlîlik** gibi kurumları ile **adalet** ve **kul hakkı** gibi ahlâki kavramlarından hareketle yepyeni bir iş ahlâkı geliştirmenin imkânından ve gelir dağılımının bozuk olduğu toplumlarda iş ahlâkının, iş barışının ve hatta toplumsal barışın sağlanmasının imkânsızlığından bahsetmektedir.

Bu kısmın ikinci çalışması Tekin Akgeyik'e ait olup, "Türkiye'de İş Etiği: İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutuyla" başlığını taşımaktadır. İnsan kaynakları yönetiminin, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son on yılın en önemli konuları arasında yer aldığını ve 1990'lı yıllarda birçok işletmenin bu amaçla personel yönetimi birimlerini insan kaynakları yönetimi departmanı olarak yeniden tanımladığını kaydeden Akgeyik, bu alanda ciddi bir değişim süreci yaşanmış olmakla beraber, insan kaynakları yönetimi kavramının ülkemizde işletmelerce sadece "kaynak yönetimi" çerçevesinde ele alınması veya kavranmasından ve insan kaynakları yönetiminde "etik değerler" boyutunun unutulmuş veya ihmal edilmiş olmasından şikâyet eder. Ona göre evrensel doğruları ve bir anlamda evrensel sağduyuyu temsil eden etik değerlerin veya ilkelerin ihlali, ülkemizde her alanda olduğu gibi insan kaynakları alanında da oldukça yaygın olup, bu düzeltilmeye ve geliştirilmeye muhtaç bir durum manzarası arz etmektedir.

Süleyman Özdemir'in makalesi (9. Bölüm), bu kısmın son bölümü olup, kendi türündeki nadir çalışmalardan biridir. "Günümüz Türkiye'sinde Akademik İş Ahlâkı Çalışmalarına Genel Bakış" başlığını taşıyan bu çalışmada, ülkemizde son 15 yıl içerisinde gelişen, ancak nitel ve nicel olarak henüz yeterli bir düzeyde olmayan ve zengin Batı literatürü ile karşılaştırıldığında oldukça cılız kalan İş Ahlâkı alanıyla ilgili akademik çalışmalar sıkı bir analiz ve değerlendirilmeye tabi tutulmaktadır.

Ali Osman Öztürk'ün "Dünyada İş Ahlâkı Uygulamaları ve Vaka Örnekleri" isimli çalışması, dördüncü kısmın tek bölümü (10. Bölüm) olup, aynı zamanda elinizdeki cildin de son bölümüdür. Bu çalışmada İş Ahlâkı araştırmalarında ciddi mesafe katettikleri bilinen Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği ülkelerinden seçilen bazı vak'a örnekleri irdelenmiş, yanlış firma uygulamalarının yanısıra firma sosyal sorumluluğu ve iş ahlâkı alanında atılan pozitif adımlar tartışılmış ve nihayet uluslararası düzeyde iş ahlâkı alanını düzenleyici ve denetleyici mekanizma ve kurumlara duyulan gereksinim üzerinde durulmuştur.

Birinci Bölüm
İKTİSAT, AHLÂK ve
YÖNETİM

1. İKTİSAT VE AHLÂK İLİŞKİLERİNE GENEL BAKIŞ

Sabri Orman*

I. İKTİSAT VE AHLÂK

İktisat ile ahlâk insan hayatının ayrılmaz unsurları arasında yer alır. Bu sebeptendir ki iki alan arasındaki ilişkiler insanlık tarihinin hem olay hem de düşünce boyutunun sürekli konuları arasında yer ala gelmiştir. Elinizdeki araştırmanın konusu olan *iş ahlâkı* da söz konusu iki alan arasındaki ilişkilerin bir alt setiyle ilgilidir. Böyle olunca parçayı bütün içindeki yerinde, yani büyük fotoğraf içinde görmeye imkân sağlamak üzere iktisat ve ahlâk ilişkilerine kuşbakışı bir göz gezdirmek faydalı olacaktır.

İktisat biyolojik zaruretin insanın önüne koyduğu bir gerçek olarak başlar, ama oradan hareketle insan hayatının diğer alanlarına doğru yayılır. Bu neredeyse “emperyalist” bir yayılmadır. Burada “emperyalist” terimini kullanmaktan kastımız söz konusu yayılmanın sık-sık kendi meşruiyet alanının ötesine taşma eğilimi içinde olmasıdır. İşte bu meşruiyet alanının ötesine taşma hareketi onu insan hayatının diğer bazı önemli yönleriyle temas haline getirir ki bunlardan biri de ahlâktır. Böyle durumlarda iktisadi bir problem ilave boyutlar kazanır ve diğer bazı şeylerin yanı sıra mesela aynı zamanda ahlâki bir problem haline gelir.

Ahlâk ise insanın “insan olma” özelliğinin bir ifadesi olup, onun reel ve tabii olanı ideal ve insani olana göre terbiye etme ve ona doğru aşma çabası olarak görülebilir. İnsan, tabii güdülerini bir yüksek değerler setine göre disipline eder ve yönetirken, ilgilerini ben merkezlikten diğergamlığa doğru genişletirken ahlâki davranışlar sergiliyor demektir. Zaman ufkunu şimdiki zamandan gelecek zamana doğru ve kısa vadeden uzun vadeye doğru genişletmenin de bir dereceye kadar ahlâki davranışla ilgisi vardır. Kısacası, ahlâkı insanın *beşerilikten insaniliğe* doğru gönüllü yükselme çabası olarak görmek mümkündür. Bu anlamda insanın her tür faaliyeti ahlâki olma potansiyeline sahiptir ki iktisadi faaliyetlerin de bu çerçevede yer alacağı tabiidir¹.

* Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, Öğretim Üyesi.

¹ Çeşitli ahlâk kavramları için bakınız, French ve Granrose 1995, 8-9.

II. İKİ ALAN ARASINDAKİ İLİŞKİLERE YAKLAŞIM TARZLARI

İktisatla ahlâk arasındaki ilişkilere esas itibariyle üç açıdan bakılabilir. Bunlardan **birincisi** hadiseye iktisadi hayat ile ahlâki hayat arasındaki bir ilişki şeklinde bakmaktır. Burada söz konusu olan, iki realite kategorisi arasındaki ilişkiler olup, böyle bir anlama gayretine iktisat ve ahlâk ilişkilerine *ontolojik yaklaşım* da denebilir. **İkinci** bakış açısı hadiseyi, konusu iktisadi hayat olan bir bilgi dalı, yani iktisat disiplini ile konusu ahlâki hayat olan diğer bir bilgi dalı, yani ahlâk disiplini arasındaki bir ilişki olarak görmeye çalışmaktır. Görüldüğü gibi burada iki bilgi dalı, iki akademik disiplin arasındaki ilişkiler söz konusudur ve buradan hareketle buna da iktisat ve ahlâk ilişkilerine *epistemolojik yaklaşım* denebilir. Başka türlü ifade edilirse ahlâk alanı ile iktisat alanı arasındaki ilişkileri, bir açıdan ontolojik, diğer bir açıdan epistemolojik yönleriyle ele almak mümkündür. Tabii, **üçüncü** bir mantıki imkândan da söz edilebilir ki o da ontolojik ve epistemolojik yaklaşımların bazı bileşenlerini karşılıklı olarak çaprazlamaktır. Bunun melez bir yaklaşım olacağı ise açıktır.

Tarihi olarak ve önemli ölçüde halen iç içe girmiş bir durumda olmaları sebebiyle din ve ahlâk ilişkilerine dair de birkaç söz söylemek gerekir. Teorik olarak din dışı bir ahlâk tasavvur etmek mümkün olmakla ve özellikle modern zamanlarda bunun fiili örneklerine sık sık rastlanmakla beraber (Berg 1993, 525–532, Skorupski 1996, 219–222) ahlâkın esas itibariyle dinin rahminde geliştiğine ve her dinin de kendine has bir ahlâk geleneği olduğuna şüphe yoktur. Bu hem tarihi olarak böyledir, hem de çağdaş dünyada bile ahlâkın olağan adresi din olmaya devam etmektedir. Ayrıca, ahlâkla ilgili birçok araştırmada iki konu iç içe geçmiş vaziyettedir ki özellikle ontolojik yaklaşımın söz konusu olduğu durumlarda bu olağan karşılanmalıdır.

A. İKTİSADİ HAYAT İLE AHLÂKİ HAYAT ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Teorik olarak, iktisadi hayat ile ahlâki hayat arasındaki ilişkilere iki farklı açıdan bakmak mümkündür: İktisadi hayata ahlâki hayat açısından bakmak ve ahlâki hayata iktisadi hayat açısından bakmak.

Bu iki bakış açısı arasındaki temel fark **asıl** ve **türev** ilgi alanlarının birinden diğerine yer değiştirmesidir. İktisadi hayata ahlâk açısından bakıldığı zaman

asıl ilgi alanının ahlâki hayat olacağı tabiidir. Zira burada esas gözetilen şey ahlâki hayat olup, iktisadi hayat, bu alan üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri dolayısıyla ilgi alanına girmektedir. Başka bir ifadeyle iktisadi hayata, ahlâk alanından kalkılarak ulaşılmakta ve iktisadi hayata olan ilgi buradan türemektedir. Böyle olunca bu yaklaşımda ahlâkın asıl, iktisadın türev ilgi alanı olacağı tabiidir. Benzer bir akıl yürütme diğer bakış açısı için de yapılabilir. Burada ise asıl olan iktisadi hayat olup, ahlâk alanıyla olan ilgi onun bir türevidir. Burada iktisadi alandan yola çıkılmakta ve bu alan üzerindeki olumlu ve/veya olumsuz etkileri dolayısıyla ahlâk alanıyla ilgilenmek icap etmektedir. Denebilir ki birinci yaklaşım tarzı daha çok din ve ahlâk adamlarının veya dindarların yaklaşımı iken, ikincisi daha çok sosyal bilimcilerin ve iktisatçıların yaklaşımı olmuştur.

Diğer taraftan bu iki yaklaşımın yaygınlık ve baskınlık derecesinin zamanla ilgili bir tarafı olduğu söylenebilir. Genel olarak denebilir ki iki alan arasındaki ilişkilerle ilgili düşüncelerin tarihi birinci yaklaşımla, yani iktisadi hayata ahlâki hayat açısından bakmakla başlamış ve modern zamanlara kadar böyle devam etmiştir. Modern zamanlarda ilgi ve vurgu diğer tarafa kaymış ve daha çok, ahlâki hayata iktisat açısından bakılır olmuştur. Birinci yaklaşımın klasik örneklerini Batı dünyasında Eski Yunan Felsefesi ve Skolâstikler, İslam dünyasında ise, bazı istisnalarla², güzel bir örneğini Gazali'nin (1058–1111)³ oluşturduğu çok sayıda düşünür ve akım temsil eder. İkinci yaklaşımın ise modern zamanlarda Batı dünyasındaki genel eğilim olduğu söylenebilir.

Burada dikkat edilmesi gereken bir husus, iki alana **yaklaşım** tarzıyla, iki alan arasındaki **etkileşim** meselesinin farklı şeyler olduğudur. Bu sebeple yaklaşım tarzları itibariyle aynı kategoride yer alan bazı düşünürler, iki alan arasındaki etkileşim meselesinde farklı görüşlerde olabilirler. Genellikle denebilir ki iktisadi hayata ahlâki hayat açısından bakanlar, iktisadi hayatın, ahlâki ve manevi hayatı etkileme kabiliyeti olduğunu kabul ederler. Zaten asıl ilgi alanları ahlâki ve manevi ya da dini hayat iken iktisatla ilgilenme ihtiyacı hissetmelerinin sebebi, özellikle iktisadi hayatın ahlâki hayat üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak ve mümkünse gidermektir. İktisadi faaliyetin bir derecesi bir mecburiyettir ve dolayısıyla kaçınılmazdır. Böyle olunca din

2 Örnek olarak Cahiz ve Dimaşki'nin eserleri verilebilir. Bunun için *İktisat, Tarih ve Toplum* adlı kitabımızın (İstanbul: Küre Yayınları, 2001) 291–292 sayfalarına bakılabilir.

3 Bu yaklaşımın zirvelerinden birini oluşturan Ebu Hamid Gazali'nin konuya ilişkin düşünceleri Türkçe kaynaklarda da ayrıntılı olarak ele alınmış bulunmaktadır. Bu konuda *Gazali'nin İktisat Felsefesi* (İstanbul: İnsan Yayınları, 2002) adlı çalışmamızın 2, 3 ve 4'üncü bölümleriyle daha önce adı geçen *İktisat, Tarih ve Toplum* adlı kitabımızın 12'inci bölümüne bakılabilir.

adamının ve ahlâkçının yapabileceği şey, bu gerçek muvacehesinde, rehberlik etmek durumunda olduğu insanlara bu zorunluluğun olumsuz etkilerinden kaçınma konusunda yardımcı olmaya çalışmaktır. Bunun için de her şeyden önce tehlike kaynağının ve mahallinin tanınması gerekir. Zaten iktisadi hayatla ilgilenmelerinin gerisindeki gerekçe de budur. Diğer taraftan, zararlarından kaçınmak ve faydalarından yararlanmak üzere iktisadi hayatı düzenlemeye çalışmalarının da dolaylı olarak gösterdiği gibi, onlar aslında dini ve ahlâki hayatın da iktisadi hayat üzerinde etkili olabileceğini kabul ederler. Bu sebeple yine çok genel bir ifadeyle bu yaklaşım içinde olanların iki alan arasında bir **karşılıklı etkileşim** ilişkisi olduğunu kabul ettikleri söylenebilir.

Ancak benzer şeyler diğer yaklaşım taraftarları, yani ahlâki hayata iktisadi hayat açısından bakanlar için söylenemez; onlar etkileşim meselesi açısından daha heterojen bir grup teşkil ederler. Bu konuda mesela Max Weber'in pozisyonu esas itibarıyla ilk yaklaşım taraftarlarınıninkine benzerken, yani o da iki alan arasında bir karşılıklı etkileşim ilişkisi olduğunu düşünürken (Weber 1989, 183)⁴, Karl Marx tek yönlü bir etkilemenin, daha doğrusu belirlemenin geçerli olduğu iddiasını taşır. Denebilir ki ona göre ahlâk bir "üretim ilişkileri" unsuru iken iktisat bir "üretim güçleri" olayıdır ve bu iki yapı arasındaki ilişki de ikincisinin birincisini belirlemesi yönündedir (Marx 1974, 23–25)⁵.

İki alan arasındaki etkileşim meselesinde değinilmesi gereken başka bir nokta **etkileşimin işareti** veya niteliğiyle, yani etkileşimin negatif veya pozitif, olumlu veya olumsuz oluşuyla ilgilidir. Bu hususta genel olarak, karşılıklı etkileşimi kabul edenlerin, her iki yöndeki etkileşimin çift ihtimalli olduğunu, yani hem olumlu hem olumsuz olabileceğini de kabul ettikleri söylenebilir. Ancak bunun ötesinde onların da kendi aralarında farklılaştıkları hatırlanmalıdır. Diğer taraftan, Bernard Mandeville (1671–1733) gibi ahlâki hayatın iktisadi hayatı sadece olumsuz yönde etkilediğine inananlar olduğu gibi⁶ iktisadi hayatın ahlâki ve dini hayatı daha çok olumsuz yönde etkilediğine inananlar da vardır⁷.

Çok genel olarak ve Aristo'cu terminolojiyle ifade edilirse Batı âleminde ik-

4 Ayrıca, Giddens 1989, xix–xx.

5 Mamafih Marx'ın bu konudaki görüşü yoruma açık kabul edilir. Bu konudaki güzel ve toplu bir tartışma için şu kaynağa bakılabilir: Elster 1987, 241–242 ve 267–272.

6 Mandeville'in görüşleri için aşağıdaki kaynaklara bakılabilir: Buğra 1988, 15–16; Hutchison 1988, 115–126; Pribram 1983, 120–121; Schumpeter 1986, 184, 325 ve Spiegel 1983, 226–228.

7 Max Weber'in çeşitli dinlerin bu konudaki tavırlarına ilişkin görüşlerinin bir özeti için Giddens 1989, xiv–xix arasına bakılabilir.

tisadi düşüncenin Eski Yunan'dan modern zamanlara kadar çok küçük istisnalarla *oikonomia* yaklaşımı çizgisinde seyrettiği, daha sonra ise ihtiyaç-üstü mal ve servet kazanımı anlamında *chrematistike* eksenine doğru kaydığı söylenebilir⁸. İslam uygarlığında ise daha başlangıcından itibaren durum bu iki kavramın İslami değerlere göre terbiye edilmiş bir sentezi şeklinde olmuştur. Eski Yunan felsefesinde hem ticaret, hem de bedeni çalışma, Skolâstik düşüncede ise ticaret makbul görülmezken, İslam uygarlığında tarıma ilaveten bunların da muteber faaliyetler olarak görülmesi ve meşrulaştırılması hatırlanırsa yukarıdaki ifade ile anlatmak istediklerimiz daha iyi anlaşılacaktır.

B. İKTİSAT DİSİPLİNİ İLE AHLÂK DİSİPLİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Bilim tarihinde, önce bilimin felsefeden bağımsızlaşmaya çalışmasıyla başlayan bir eğilimin, daha sonra her bilim dalının diğerlerinden bağımsızlaşma çabaları şeklinde devam ettiği bilinmektedir. Çeşitli bilim dallarının bağımsızlaşma yönündeki aşırı gayretlerinin ve özellikle sosyal bilimlerin tabii bilimler karşısında rüşlerini ispatlama yönündeki ilave gayretlerinin etkisiyle zamanla aşırı ve miyopik bir uzmanlaşmaya gidildiği ve bunun şikâyetlere konu olduğu da bilinmektedir. Son zamanlarda disiplinler arası (interdisipliner) ve çok disiplinlilik (multidisipliner) yönünde ortaya çıkan hareketler bu gidişe hem bir tepki olarak, hem de ortaya çıkan olumsuzlukların giderilme çabaları olarak görülebilir. Aslında bilim dalları arasında köprü kurma gayretleri hiçbir zaman eksik olmamıştır. Burada şikâyet konusu olan da dönemin genel trendidir

Her bilim dalının diğerlerinden yalıtılmış bir şekilde kendi şeridinde yol almasının, ilgili bütün bilimsel alanlar üzerindeki kısıtlayıcı, hatta kısırlaştırıcı etkilerinden şikâyetçi olanların bu şekildeki mukabil çabalarının bir örneği de ahlâk ve iktisat disiplinleri arasında görülmektedir.

Uzun süre iktisat alanının kendine özgü kanunları olan otonom bir alan ve

⁸ İktisadi hayat ve faaliyete *oikonomia* ve *chrematistike* yaklaşımları için Aristo'nun Türkçe tercümeleleri de bulunan *The Politics* adlı eserinin birinci kitabına bakmak yeterlidir. *Oikonomia*, hanehalkı yönetimi olarak, *chrematistike* ise mal ve servet kazanma, ama özellikle ihtiyaç-üstü mal ve servet kazanma çabası olarak tercüme edilebilir. Aristo çok genel bir ifadeyle hane halkının kullanımı için gerekli olan kadarıyla mal ve servet kazanmayı kabul ederken daha fazlasını uygun bulmaz. İslam kültür dünyasına "İlm-i Tedbir-i Menzil" olarak tercüme edilen *oikonomia* ile *chrematistike* arasındaki ilişkilerin daha ayrıntılı bir incelemesi için *İktisat, Tarih ve Toplum* isimli kitabımızın onbirinci bölümüne ve özellikle 312 ile 325'inci sayfalar arasına bakılabilir (Orman 2001, Bölüm 11).

iktisat disiplininin de bunu inceleyen bağımsız bir bilim dalı olduğu ve bu konuda başka mülahazalara ihtiyaç olmadığı iddiası ısrarla sürdürülmüştür ve bunun hala baskın tavır olduğu söylenebilir. Nitekim bizim öğrencilik yıllarımızdan (1960'ların sonu, 1970'lerin başı) kalma ve iktisadın ahlâk ile ilişkilerini formüle eden şu kime ait olduğunu bilmediğim vecize hala hatırımdadır: “İktisat ne ahlâkidir, ne gayri ahlâkidir; iktisat la-ahlâkidir”. Burada iktisadın ahlâka ne tabi, ne de karşı olduğu ifade edilir ve böylece onun ahlâka karşı nötr ve lakayt olduğu söylenirken, aslında savunulmak istenen onun bağımsızlığı ve otonomisidir. Pozitivist bir bilim felsefesinin ifadesi olan bu tavrın, gerek dünyada gerekse Türkiye’de hala büyük ölçüde devam ettiği doğru olsa da, çok büyük itirazlara uğradığı da aynı şekilde doğrudur.

Biz burada bu yöndeki çok sayıda itirazdan sadece üç örnek vermekle yetineceğiz.

Kenneth Boulding çağdaş iktisat dünyasının önemli simalarından biridir. Onun 1970’lerde yazdığı ve Türkçeye *Bir Bilim Olarak İktisat (Economics as a Science)* şeklinde tercüme edilebilecek bir kitapta “Bir Ahlâki Bilim Olarak İktisat” başlıklı bir bölüm yer alır (Boulding 1970, 117–138). Burada Boulding 22 sayfalık bir metin boyunca iktisadın ahlâki bir tarafı olduğunu ve böyle olmasında bu disiplin bakımından herhangi bir gariplik olmadığını anlatmaya çalışır. Ona göre başka bir gerekçe olmasa dahi iktisadın hiç olmazsa kaynağı itibariyle bir ahlâki bilim olduğu iddia edilebilir. Buna rağmen “ahlâki bilim” teriminin birçok iktisatçıya bir çelişki gibi görüneceğini ekler, Boulding. Ona göre günümüzde iktisatçılar, bilimin değer yargılarından bağımsız olması gerektiği görüşünün kuvvetli etkisi altında olup, bilimin zafere bir çocukluk çağı özelliği olan değer yargılarının kundağından çıkmak sayesinde ulaştığına ve “olan”ın engin evrenine ancak “olması gereken”in aldatici rampasından kurtulmak sayesinde kanat açtığına inanırlar. Onlara göre, iktisat da ortaçağ düşüncesinin meseleciliğinden ve ahlâkçılığından kurtulmak sayesinde bir bilim olabilmıştır (117).

Boulding hem genel olarak yukarıda dile getirilen bilim anlayışını, hem de ona dayalı iktisat bilimi anlayışını sıkı bir eleştiriye tabi tutar. Burada bu eleştirinin ayrıntılarına giremeyiz; buradaki amacımız bakımından bu ne gereklidir, ne de mümkündür. Biz onun vardığı nihai sonuçları kayda geçirmekle yetinebiliriz. Ona göre bilimin de doğruluk, merak, ölçme, nicelleştirme, gözlem, deney ve objektiflik gibi büyük değer atfettiği hususlar vardır ve bu

ortak değerler olmadan bilimin epistemolojik süreci dahi ortaya çıkamaz ve devam edemez. Bilimsel camia için tam olarak hangi değerlerin temel olduğu konusu tartışılabilir, ama böyle değerlerin olduğu gerçeği tartışma konusu olamaz. Esas itibariyle bilimin de ahlâki bir temeli vardır (119–120) ve değerden bağımsız bir bilim kavramı saçmalıktan başka bir şey değildir (122). Son olarak Boulding’in “ihvan iktisadı” (grants economy) gibi çok olağan olmayan konularla da ilgilendiğini ve ahlâki yanı daha belirgin bir iktisat bilimi önermekte olduğunu ilave edelim⁹.

Çağdaş iktisatçılar arasında iktisadın ahlâktan yalıtılmış halinden en çok şikâyet eden ve iki disiplin arasında köprü kurmaya en çok emek verenlerden biri Nobel iktisat ödülü sahiplerinden Amartya Sen’dir. Bunu görmek için sadece onun aynı konudaki *Ahlâk ve İktisat Üzerine (On Ethics and Economics)* isimli eserinin sonundaki bibliyografyaya bakmak kâfidir (Sen 1990, 115–118). Biz burada bir bütün olarak ahlâk ve iktisat ilişkilerine tahsis edilmiş olan bu kitabına ilaveten onun “Akıllı Ahmaklar” (Rational Fools) ve “Beneconfusion” başlıklı iki makalesine işaret etmekle yetineceğiz (Sırasıyla, Sen 1979 ve Sen 1991).

Amartya Sen’e göre “Pozitif iktisat” denen metodolojik yaklaşım sadece normatif analizden kaçınmakla kalmamış, aynı zamanda fiili insan davranışlarını etkileyen ve bu tür davranışları inceleyen iktisatçılar bakımından normatif bir yargıdan ziyade olgusal birer mesele niteliğinde olan çok sayıdaki karmaşık ahlâki mülâhazaların göz ardı edilmesine yol açmıştır. Modern iktisat yayınlarına bakıldığında derin normatif analizden kaçınıldığını ve fiili insan davranışlarının şekillenmesinde ahlâki mülâhazaların etkisinin ihmal edildiğini fark etmemenin güç olduğunu söyler Sen. Bundan dolayıdır ki onun bir iktisatçı olarak en büyük dertlerinden biri, modern iktisat ile ahlâk alanları arasına konan ve gittikçe açılan mesafenin iktisat disiplininin büyük ölçüde fakirleşmesine yol açtığını göstermek ve bunu düzeltmeye çalışmak olmuştur (Sen 1990, 7).

Daniel M. Hausman ve Michael S. McPherson’ın *İktisadi Analiz ve Ahlâk Felsefesi (Economic Analysis and Moral Philosophy)* adlı eserleri birer disiplin olarak ahlâk ve iktisat ilişkilerine tahsis edilmiş kitapların başka bir örneğini teşkil eder. İki yazar eserlerini esas itibariyle iktisatçılar için ve onlara

⁹ Boulding’in iktisat ve ahlâk ilişkilerine dair diğer düşünceleri için onun şu esrine de bakılabilir: *Towards a New Economics*, özellikle Bölüm 3.

iktisadi analiz yaparken yardımcı olmak üzere yazdıklarını ifade ederler. Kitap iktisat ile ahlâkın ilişkilerine dair olup, ahlâki bir davranış kodu önermek niyeti taşımaz. Hausman ve McPherson, ahlâk felsefesini anlamının iktisadi analizi nasıl geliştirebileceğini ve daha az derecede olmak üzere iktisat disiplininin sağladığı bilgilerden ve analiz araçlarından ahlâk felsefesinin nasıl yaralanabileceğini göstermek isterler. Onlar esas işlerinin ise ahlâk felsefesini anlamının iktisadi analizi nasıl geliştirebileceğini açık-seçik göstermek olduğunu vurgularlar (Hausman ve McPherson 1996, 3).

Hausman ve McPherson, eserleri boyunca yapacakları tartışmalar neticesinde okuyucularının, iktisadın hala kısmen bir ahlâki bilim olarak kalmaya devam ettiğini görebileceklerini umduklarını söylerler. İktisat, ahlâki peşin kabuller olmadan hiç icra edilemez ve ahlâki konular makul bir şekilde dikkate alınmadan ise iktisat iyi icra edilemez. Aynı şekilde ahlâk felsefesi insan ilişkileri konusunda bazı inançlara sahip olmadan yapılamaz; iktisatçıların peşinde koştuğu türden bilgiler olmadan ise bunun iyi yapılması zordur. Atalarının kültürünü bütünüyle reddedenler gibi, iktisatçılar da bazen felsefi şecerelerini reddetmeye çalışırlar. Ancak onlar her ne kadar felsefi miraslarını ıslah edip geliştirebilir iseler de ondan kurtulamazlar. Buna rağmen ondan kurtulmaya çalışmaları ise onların teorilerini içi boş hale getirir. Bugünkü sosyal disiplinlerin felsefi ataları da kendi zürriyetlerini başarılı bir şekilde reddedemez. Ahlâk felsefesiyle iktisadın yekdiğerine katacakları hayli şey vardır (Hausman ve McPherson 1996, 8).

C. ÇAPRAZ İLİŞKİLER VEYA MELEZ YAKLAŞIMLAR

Daha önce iktisadi hayat ile ahlâki hayat arasındaki ilişkilere ve onu takiben iktisat disiplini ile ahlâk disiplini arasındaki ilişkilere bakmıştık. Bunlardan birincisi iki realite kategorisi, ikincisi iki akademik disiplin arasındaki ilişkiler şeklinde idi. Başka bir ifade ile birinci durumda iki ontolojik kategori, ikinci durumda iki epistemolojik kategori arasındaki ilişkiler söz konusuydu. Burada ise bir realite kategorisi ile bir akademik disiplin veya onun ilkeleri arasındaki ilişkilerden söz ediyoruz. Bu çerçevede ilk olarak Amartya Sen'in iktisadi hayata ahlâk disiplini veya ahlâki değerler açısından bakmaya örnek teşkil eden bazı düşüncelerinden, daha sonra ise James Buchanan'ın iktisat disiplini açısından ahlâki hayata bakmanın bir örneğini teşkil eden düşüncelerinden kısaca söz edeceğiz. Çapraz ilişkilerden kastımızın ne olduğu da

böylece daha net bir şekilde ortaya çıkmış oluyor. Burada deyim yerindeyse bir ontolojik kategori ile bir epistemolojik kategoriye çaprazlamış olacağız. Bunun melez bir yaklaşım olduğuna daha önce işaret etmiştik. Melez, çünkü iki farklı türdeki unsurlar yekdiğeriyle kombine ediliyor.

İktisadi düşünce tarihinin uzun zaman ve büyük ölçüde, iktisadi hayata ahlâk disiplini açısından bakma şeklindeki perspektif ile daha önce ontolojik yaklaşım dediğimiz perspektiften geliştirilen düşüncelerden oluştuğu söylenebilir. İktisadi sistemlerle ilgili tartışmalar ve mesela piyasayı ve kapitalist sistemi eleştiren sosyalist ve benzer düşünceler ile bunlara karşı yapılan savunmalar büyük ölçüde bu kabildendir. Nitekim Amartya Sen'in örnek olarak seçtiğimiz makalesi de piyasa ekonomisini ahlâki değerler açısından değerlendiren bir çalışmadır.

A. Sen'in sözü geçen makalesi, "Piyasanın Ahlâki Konumu" (The Moral Standing of the Market) başlığını taşır¹⁰. Adından da anlaşılacağı gibi bu makalesinde Sen, piyasa mekanizmasının veya sisteminin ahlâki açıdan bir değerlendirmesini yapmaya çalışır. Yazar bu hususta geçerli belli başlı yaklaşımları tartıştıktan sonra piyasanın ahlâki durumunun, zorunlu olarak onun yol açtığı sonuçlara bağlı olduğu ve bu sebeple onun türevsel ve arızı bir değer olduğu sonucuna varır (Sen 1985, 8, 17). Ona göre piyasanın ahlâki durumuyla ilgili olarak göz ardı edilmesi en zor argüman, piyasa mekanizması lehinde çok fazla şey iddia etmeyen, ancak onun uygulamadaki diğer alternatiflerden daha üstün olduğunu ileri süren görüştür. Piyasa mekanizmasını eleştirenlere onun yerine tam olarak hangi sistemi koyacaklarını, onun hangi ölçüde iyi çalıştığını ve piyasaya kıyasla hangi durumda olduğunu sormak haksızlık olmaz. Konuya böyle bakılınca, piyasa mekanizmasının ahlâki statüsü meselesinin, daha önce gözden geçirilen yaklaşımların getirmeye çalıştığı basitlikteki izahlarla açıklanamayacağı görülür. Piyasa mekanizması yerine önerilen birçok alternatifin, onları önerenlerin kriterlerine göre dahi piyasadan daha kötü işlediklerini görmek mümkün olduğu gibi, birçok alanda piyasanın diğer bazı mekanizmalarla ikame edilmesinin piyasa taraftarlarının kriterlerine göre bile daha iyi işlediğini görmek mümkün olabilir (18–19).

Ahlâki hayata iktisat disiplini açısından bakmak iki alan arasında geçerli olduğunu söylediğimiz çapraz ilişkilerin ikinci ayağını teşkil eder. Burada

10 Sen, Amartya. 1985. "The Moral Standing of the Market", Paul, Paul ve Miller Jr 1985 içinde, s. 1–19.

önemli olan ahlâki hayata iktisat disiplininin kavramlarıyla bakmaya çalışmaktır. Burada bir önceki ilişki tarzının aksine ahlâki hayat iktisadi açıdan değerlendirilmektedir.

Bu konudaki örneğimiz de yine Nobel iktisat ödülüne sahip olan ve iktisada bir bilim olarak önemli katkıları olan çağdaş bir iktisatçıdır: James M. Buchanan. Buchanan, “Public Choice” teorisine ve Anayasal İktisat alanına olan katkıları ile bilinir.

Onun konumuzla ilgili düşüncelerini çeşitli zamanlarda yapmış olduğu altı çalışmasının bir araya getirilmesiyle ortaya çıkan *Ahlâk ve İktisadi Gelişme (Ethics and Economic Progress)* isimli eserinden özetlemeye çalışacağız. Bunu yaparken ahlâki hayata iktisat disiplini açısından bakmakla ne kastettiğimiz de daha iyi anlaşılacaktır.

Buchanan kitabının üç bölümden oluşan ilk kısmının, “Ahlâkın İktisadi” veya “Ahlâki Normların İktisadi Değeri” gibi başlıklarla özetlenebileceğini söyler. Kendisinin de ifade ettiği gibi bu başlıklar onun ahlâk ve iktisat ilişkisine nereden baktığını göstermektedir ki bu yer ahlâk değil, Buchanan’ın uzmanlık alanı olan iktisattır. Kitabın bu kısmının merkezi tezi basitçe şöyledir: İnsan davranışları üzerindeki ahlâki kısıtlar pozitif ve negatif iktisadi değerler şeklinde ölçülen önemli iktisadi etkilere yol açar. Bu tezin ima ettiği şey, söz konusu kısıtlar iktisadi etkilere yol açtığına göre, ahlâki normlar ve prensiplerin, aynı iktisadi yapıyı paylaşan bütün şahısların refahı üzerinde belirleyici bir rol oynuyor olmasıdır. Bu her bir şahsın refah standartlarının kısmen diğer şahısların ahlâki davranışlarının bir sonucu olduğu ve bu da bazı ahlâki ilke setlerinin diğerlerinden daha “iyi” olduğu anlamına gelir (Buchanan 1994, 1).

Buchanan’ın metodolojisiyle ilgili kısa bir açıklama onun konumunu daha da anlaşılır hale getirecektir. O, çalışmasının, “Puriten ahlâkı” başlığı altında yer alan birkaç ahlâki standardın analizi ve tartışmasıyla sınırlı olacağını ve bu sebeple eserinin birinci kısmının başlığının pekâlâ “Puriten Ahlâki Normların İktisadi Değeri” şeklinde olabileceğini söyler. Buna rağmen bu başlığı tercih etmemiş olmasının gerekçesini anlatırken söyledikleri Buchanan’ın konumuzla ilgili pozisyonunu daha da netleştirir: O bu konunun teolojik, tarihi veya sosyolojik tartışmasına girmek niyetinde değildir. Başka bir ifadeyle o Max Weber’in kapitalizm ile Protestan ahlâkı arasındaki ilişkiyle ilgili olarak yaptığı araştırmanın bir benzerini yapmak niyetinde değildir. O sadece “Pu-

riten ahlâkî” çerçevesinde yer alabilecek en bildik normları almak ve onları iktisadi analize tabi tutmak istemektedir (Buchanan 1994, 2).

Onun bu çerçevede filen yaptığı şey, bölüm alt başlıklarının da gösterdiği gibi, Puriten çizgide bir çalışma ve tasarruf ahlâkının iktisadi değerini analiz etmek ve ahlâkî kısıtların iktisadi köklerini araştırmak olmuştur. Seçtiği ana bölüm başlıkları daha da ilginçtir. Sırasıyla, “Hepimiz Daha Çok Çalışmalıyız”, “Hepimiz Daha Çok Tasarruf Etmeliyiz” ve “Hepimiz Vaize Ödemede Bulunmalıyız”. Yalnız bütün bunlardan Buchanan’ın aralarında fark gözetmeden bütün ahlâkî ilkeleri ekonomik olarak olumlu bulduğu sonucuna varılmamalıdır. Ona göre pozitif getiriler sağlayan “Puriten” normlarla modern söylemde belki daha yaygın olan, ama negatif geri ödemelere yol açan, değer düşüşüne ve yıkımına yol açan diğergamlık (altruizm) gibi ahlâkî normların arasını keskin bir şekilde ayırmak gerekir (Buchanan 1994, 3–4, 78–80).

III. SONUÇ YERİNE

İktisat ve ahlâk bireysel ve toplumsal şekilleriyle insan hayatının iki önemli ve yekdiğeriyle etkileşim halinde olan iki boyutunu oluşturur.

İktisat esas itibariyle biyolojik zaruretin insana dikte ettirdiği bir faaliyet olarak başlar. İnsan biyolojik varlığını sürdürebilmek için yeme, içme, giyinme ve barınma gibi bazı temel ihtiyaçlarını karşılamak, yani tüketimde bulunmak zorundadır. Tabii ki tüketimde bulunabilmek için, ondan önce tüketime konu olacak şeylerin üretilmiş olması gerekir. İnsanların toplu halde yaşadığı ve iş bölümüne gittiği durumlarda üretim ve tüketim faaliyetlerine mübadele ve bölüşüm faaliyetleri de eklenir. Ancak, bir zaruretin harekete geçirdiği bu süreç, daha sonra yeni motivasyon unsurlarının ona eklenmesiyle, başlangıçtaki amacından hayli ötelere uzanarak kendi kendini besleyen ve bizzat kendisinin amaç haline geldiği bir süreç şeklini dahi alabilir. Denebilir ki toplumsal hayatın bir dereceye kadar geliştiği her yerde iktisadi faaliyet bu hayli karmaşık motivasyon yapısıyla sahnede yer alır.

Diğer taraftan, iktisadi faaliyetin toplumsal bir şekil aldığı her yerde iktisadi hayat çeşitli ihtilafların da kaynağı haline gelir. Gayri şahsi ve kurumsal metotlarla uygun bir çözüme kavuşturulamadıkları takdirde, ihtilaflar fiziki çatışmalara kadar varabilen bizzat ihkak-ı hak metotlarıyla çözümlenmeye

çalışılır ki bunun ilgili toplumun düzen ve istikrarına, hatta bekasına zarar verebileceği açıktır. Bundan dolayıdır ki toplumların devlet, hukuk, teamül ve gelenek gibi ihtilaf çözmeye yönelik çeşitli kurumlar ve mekanizmalar geliştirdiği görülür. Tabii ki en iyisi ihtilafların hiç ortaya çıkmaması veya sayısının azaltılmasıdır. Başka bir ifadeyle, ihtilafları önlemek onları çözmekten evladır. İhtilafları önleme mekanizmalarının en önemlilerinden birinin ise ahlâk olduğuna şüphe yoktur. Doğruluk, dürüstlük, sözünde durma, başkalarının can ve malına saygı ve hukukuna riayet, güvenilirlik ve hoşgörü gibi ahlâki ilkelerin ihtilaf önlemede ve her şeye rağmen ortaya çıkabilecek ihtilafların çözümünü kolaylaştırmada oynayabileceği rol fazla açıklamaya ihtiyaç bırakmayacak kadar açıktır. Üstelik bunlar sadece ihtilafları önleme ve çözüme bakımından değil, sosyal ortamın kalitesinin ve sosyal sistemin performansının yükselmesi bakımından da paha biçilmez bir değere sahiptirler. Hatta bir adım daha ileri gidilerek bu tür ahlâki ilkeler olmadan sosyal ve onun bir bölümü olarak iktisadi hayatın devam etmesinin mümkün olmadığı dahi ileri sürülebilir.

Ahlâkın üretim, bölüşüm, mübadele ve tüketim gibi iktisadi faaliyetlerle ilgili kısmına **iktisat ahlâkı** denebilir. İktisat ahlâkının tahsisi olarak iş alanıyla ilgili kısmına ise **iş ahlâkı** demek mümkündür ki elinizdeki çalışma iktisat ahlâkının işte bu tahsisi kısmıyla ilgilidir. Söylemeye gerek yoktur ki az önce genel olarak ahlâk konusunda dile getirdiğimiz düşünceler iktisat ahlâkı ve iş ahlâkı için de aynı şekilde ve derecede geçerlidir. Dolayısıyla bu iki konu, lakayt kalmak bir tarafa, özel bir dikkat ve özenle ele alınmaya layık konulardır. Gerçi bazen özellikle iş ahlâkının konjunktürel bir tarafı olduğu izlenimi uyandırabilir. Fakat kanaatimizce bu, kimi konuların zaman içinde bazen ön plana çıkma ve bazen arka plana itilme hareketleriyle ilgili olup, bizim burada kastettiğimiz anlamdaki iktisat ahlâkı ve iş ahlâkı kavramları sosyal ve iktisadi hayatın ayrılmaz unsurları olarak mütalaa edilmelidir.

İşaret etmeye çalıştığımız bu akrabalık ilişkilerinden dolayı bu bölümde iktisat ve ahlâk ilişkilerine genel bir göz atmaya çalıştık. Gördük ki bu ilişkiler çeşitli şekillerde formüle edilebilir veya onlara çeşitli şekillerde yaklaşılabılır. Biz bu hususta mümkün olan yaklaşım tarzlarını üç başlık altında toplayarak özetlemeye çalıştık.

Bunlardan bir tanesi iki alan arasındaki ilişkileri iktisadi hayat ile ahlâki hayat, yani iki realite kategorisi arasındaki ilişkiler şeklinde görmek idi ki

biz buna *ontolojik yaklaşım* dedik. Ontolojik yaklaşımın da iktisadi hayata ahlâki hayat açısından yaklaşmak ve ahlâki hayata iktisadi hayat açısından yaklaşmak tarzında bir alt formülasyona tabi tutulabileceğini gördük. Son iki yaklaşım tarzının zaman içindeki tedavülleri konusunda söylenebilecek şey, birincisinin modern zamanlara kadar ki en yaygın yaklaşım tarzı olduğu ve modern zamanlardan itibaren vurgunun ikincisine doğru kaymış olmasıydı.

Tespit ettiğimiz ikinci yaklaşım tarzı, hadiseyi iktisat disiplini ile ahlâk disiplini, yani iki bilgi kategorisi arasındaki bir ilişki olarak görmektir ki biz buna da *epistemolojik yaklaşım* demeyi önerdik. Ahlâk disiplininin teşekkülünün çok eskilere dayanmasına rağmen, iktisadın bağımsız bir disiplin olarak ortaya çıkmasının ancak iki yüz yıl kadar önceye dayanıyor olması, bu ilişki türünün daha çok modern zamanlara ait bir hadise olduğunu gösterir. İlk bakışta epistemolojik yaklaşımın, daha çok bir sosyal bilimler felsefesi veya metodolojisi meselesi gibi görüldüğü doğrudur. Ancak, iktisat ve ahlâk disiplinlerinin, sırasıyla iktisadi ve ahlâki hayatın daha iyi anlaşılmasını sağlayan bilgi dalları olduğu hatırlandığında, onlar arasındaki ilişkilerin dolaylı olarak iktisadi hayat ile ahlâki hayat arasındaki ilişkilere gidip dayandığı söylenebilir. Dolayısıyla onlar arasındaki ilişkilerin daha iyi anlaşılması, iktisadi hayat ile ahlâki hayat arasındaki ilişkilerin anlaşılmasıyla aynı kapıya çıkar. Bu konuyla ilgili tartışmaların göstermiş olacağını umduğumuz şey, iki disiplin arasında pozitivist bilim felsefesinin etkisiyle gereksiz yere açılmış olan mesafenin kapanması gerektiğidir.

Nihayet üçüncü olarak iki alan arasındaki çapraz ilişkilerden söz ettik. Farklı türler olan ontolojik bir kategori ile epistemolojik bir kategorinin yekdiğeriyle çaprazlanıyor olmasından dolayı burada *melez* bir yaklaşımdan söz edilebileceğini ileri sürdük. Çaprazlanan kategoriler ahlâk disiplini ile iktisadi hayat ve iktisat disiplini ile ahlâki hayat şeklinde ortaya çıkıyordu. İktisadi düşünce tarihinin modern zamanlara kadarki kısmının neredeyse tamamı ile modern zamanlardakinin hatırı sayılır kısmının, bu yaklaşım ile ontolojik yaklaşım çerçevesinde üretildiğini söylemek yanlış olmaz.

KAYNAKÇA

- Aristotle. 1992. **The Politics**. Çev. T. A. Sinclair. London: Penguin.
- Berg, Jonathan. 1993. "How Could Ethics Depend on Religion?" Singer (ed.) 1993 içinde, 525–533.
- Boulding, Kenneth E. 1992. **Towards a New Economics: Critical Essays on Ecology, Disribution and Other Themes**. Aldershot Hants: Edward Elgar.
- Boulding, Kenneth E. 1970. **Economics as a Science**. McGraw–Hill.
- Buchanan, James M. 1994. **Ethics and Economic Progress**. Norman and London: University of Oklahoma.
- Buğra, Ayse. 1988. "İktisat ve Ahlâk", **Toplum ve Bilim**, No. 41 (Bahar 1988), 9–41.
- Bunnin, Nicholas ve E. P. Tsui–James. 1996. (eds.). **The Blackwell Companion to Philosophy**. Oxford: Blackwell.
- Elster, Jon. 1987. **Making Sense of Marx**. Cambridge ve New York: Cambridge University Press.
- French, Warren A. ve John Granrose. 1995. **Practical Business Ethics**. New Jersey: Prentice Hall.
- Giddens, Anthony. 1989. "Introduction". Weber 1989 içinde, vii–xxvi.
- Hahn, Frank, ve Martin Hollis, (eds.). 1979. **Philosophy and Economic Theory**. Oxford: Oxford University Press.
- Hausman, Daniel M. ve Michael S. McPherson. 1996. **Economic Analysis and Moral Philosophy**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutchison, Terence. 1988. **Before Adam Smith**. Oxford: Basil Blackwell.
- Marx, Karl. 1974. **Ekonomi Politîğin Eleştirisine Katkı**. Çev. Sevim Belli. 2. B. Ankara: Sol Yayınları.
- Meeks, J. Gay Tulip. 1991. **Thoughtful Economic Man: Essays on Rationality, Moral Rules and Benevolence**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Orman, Sabri. 2002. **Gazalının İktisat Felsefesi**. İstanbul: İnsan Yayınları.

- Orman, Sabri. 2001. **İktisat, Tarih ve Toplum**. İstanbul: Küre Yayınları.
- Paul, Ellen Frankel, Jeffrey Paul ve Fred Miller Jr. (eds.). 1985. **Ethics and Economics**. Oxford: Basil Blackwell.
- Pribram, Karl. 1983. **A History of Economic Reasoning**, Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press.
- Schumpeter, Joseph A. 1986. **History of Economic Analysis**. London: Allen and Anwin.
- Sen, Amartya. 1991. "Beneconfusion". Meeks (ed.) 1991 içinde, s.12–16.
- Sen, Amartya. 1990. **On Ethics and Economics**, Oxford: Basil Blackwell.
- Sen, Amartya. 1985. "The Moral Standing of the Market", Paul, Paul ve Miller Jr (eds.) 1985 içinde, 1–19.
- Sen, Amartya. 1979. "Rational Fools". Hahn ve Hollis (eds.) 1979 içinde, s. 87–109.
- Singer, Peter. (ed.). 1993. **A Companion to Ethics**. Oxford: Blackwell.
- Skorupski, John. 1996. "Ethics". Bunnin ve Tsui–James (eds.) 1996 içinde, s. 198–228.
- Smelser, Neil J. ve Richard Swedberg. (eds.). 1994. **The Handbook of Economic Sociology**. Princeton: Princeton University Pres.
- Spiegel, Henry William. 1983. **The Growth of Economic Thought**. 2nd Ed. Durham, North Carolina: Duke University Press.
- Weber, Max. 1989. **The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism**. *İng.* Çev. Talcott Parsons. 20th edition. London: Unwin Hyman. (Anthony Giddens'in bir "Giriş"i ile birlikte).
- Wuthnow, Robert. 1994. "Religion and Economic Life", Smelser ve Swedberg (eds.) 1994 içinde, 620–646.

2. YÖNETİM DÜŞÜNCESİNİN İKİ KAYNAĞI: DİN VE FELSEFE

Mustafa Özel*

GİRİŞ

Başarılı ve uzun ömürlü örgütler, mutlaka bir temel fikir veya ilkeye dayanırlar. Bu fikrin kaynağı din, mitoloji, edebiyat, felsefe, bilim veya insanların kendi deneyimleri olabilir. Bu makalede din ve felsefe üzerinde durulacak, çeşitli dinî ve felsefî kaynaklarda iyi yönetim ve önderliğin nasıl ele alındığı irdelenecektir.

İstanbul Ticaret Odası'nda 31 Mayıs 2008 tarihinde düzenlenen "İĞİAD İş Ahlâkı Sempozyumu"nun açılış konuşmasını yapan İTO yönetim kurulu üyesi Erhan Erken, Mısır'da çok eski çağlarda yapılmış bir terazinin kullanım kılavuzunda "terazinin nasıl kullanılacağından ziyade, teraziyi kullanacak kişiye kılavuzluk eden cümleler var" diyordu. O cümlelerden üçü şunlardı: "Bu terazi hassas bir dengeye dayalı olarak ölçüm yapar, sen de bu terazinin hassas dengesini koruyacak kişisin. Onun için sana önce Tanrı'nın adalet kavramını ve ahlâkı açıklayacağım. Bunları benimsemezsen, bu terazi hassas bir şekilde tartmaz." ¹

Kutsal metinlerde terazi yönetimde adaletin simgesidir. Fakat adalet ve ahlâk gibi genel ilkelerin yanı sıra, kutsal kitaplarda iyi yönetimin nasıl olacağına, mesela planlama, yetkilendirme veya rasyonel karar vermeye dair çok öğretici olaylar aktarılmaktadır. Burada kutsal metinlerin her iki yönü üzerinde de durulacaktır.

I. SEMAVÎ DİNLERDE YETKİLENDİRME ve KARAR VERME

Dinî bakış açısına göre, Allah yarattığı kullarına gerçeği elçileri aracılığıyla iletmiştir. Peygamber diye adlandırdığımız bu elçiler, kendilerine inananlarla beraber yaşadıklarından, ister istemez bir yönetim sorunu ile karşı karşıya

* Doç. Dr., Fatih Üniversitesi, İİBF, Öğretim Üyesi.

¹ İĞİAD (2008), *İş Ahlâkı Sempozyumu Bildirileri*, İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği, s. 9.

kalmışlardır. Kolaycı bir yaklaşımla, madem bunlar Allah elçisi, o halde yönetimle ilgili her şeyi biliyorlar diye düşünülebilir. Oysa gerek Kitabı Mukaddes, gerek Kuran-ı Kerim gerçeğin böyle olmadığına dair misallerle doludur. İnsanlar elçi olarak Allah tarafından seçilmiş bile olsalar, karar verme ve yönetme güçlerini paylaşmak zorundadırlar.

Kitabı Mukaddes'in Çıkış Kitabı, Bab 18'deki Hz. Musa'ya dair kıssanın 13–18. ayetleri şöyledir:

13. Günler birbirini kovaladı, Musa insanları yargılamak (değerlendirmek, hüküm vermek) üzere oturdu: ve insanlar sabahtan akşama kadar Musa'nın yanında oturuverdiler.
14. Musa'nın kaynatası onun halka yaptıklarını gördüğü vakit, dedi ki: "İnsanlara yaptığın bu iş nedir? Bir başına oturuyorsun, onlar da sabahtan akşama değin yanında oturuyorlar?"
15. Ve Musa kaynatasına dedi: "Çünkü insanlar bana gelip Tanrı'yı soruyorlar:
16. Bir meseleleri olduğu zaman bana geliyorlar; ben de aralarında hüküm veriyorum. Ve onların Tanrı'nın emirlerini ve yasalarını bilmelerini sağlıyorum.
17. Musa'nın kaynatası dedi: "Bu yaptığın iyi bir iş değil.
18. Bu şekilde muhakkak ki **yorulacaksın**, sen de, yanındaki insanlar da; zira bu iş senin için çok ağırdır: bunu tek başına yapmaya güç yetiremezsin".

Evet, bir peygamber, Allah'ın seçilmiş bir kulu, O'ndan aldığı ilhamla kavminin BÜTÜN sorunlarını çözmeye çalışıyor. Hem Allah'tan aldığı vahyi iletiyor; hem o vahye mazhar olmanın sağladığı yetkinlikle, onların arasında çıkan her türlü problemi hallediyor. Ne var ki, bilge bir kişiyi andıran kayınpederi (İslam geleneğinde Hz. Şuayb), "bu yaptığın iyi bir iş değil!" diyerek, damadını eleştiriyor. Neden iyi bir iş değil? Çünkü yorucu. "Hem sen yorulacaksın, hem de kavmin!" **Musa (as) çalışmaktan yorulacak, kavmi ise çalışmamaktan.** Çünkü Peygamber her meseleyi onlar için çözüveriyor. Onlar da hiçbir zahmete katlanmadan hazıra konuyorlar. İşlemeyen demir paslanır!

Peki, sevgili kayınpeder Allah elçisine ne öğüt veriyor? Müteakip ayetlerden

takip edelim:

19. İmdi, bana kulak ver, sana nasihat edeyim ve Tanrı seninle olsun:
20. Onlara emir ve yasaları öğret, yürüyecekleri yolu ve yapmaları gereken işleri göster.
21. Ve o insanların içinden kabiliyetli olanları çıkar, Allah korkusu olan, hakikat ehli ve kibirden uzak olan ve bunları onların başına geçir, binlerin yöneticileri, yüzlerin yöneticileri, ellilerin yöneticileri ve on'ların yöneticileri olsunlar.

Kayınpederin öğüdü basit: Onlara ana ilkeleri öğret, fakat bütün işlerine karışma. Onların arasından yetenekli, Allah'tan korkan ve alçakgönüllü olanları çıkar ve diğerlerinin başına geçir: En iyileri **binbaşı**, diğerlerini de sırasıyla **yüzbaşı**, **ellibaşı** ve **onbaşı** yap!

Peki, bu binbaşı, yüzbaşı, ellibaşı ve onbaşılardan işlevi ne olacak?

22. Bırak tüm zamanlarda insanlar hakkında bunlar hüküm versinler; şöyle ki, her büyük meseleyi sana getirsinler, fakat *her küçük meselede kendileri karar versinler*; böylelikle senin işin hafifler, onlar da yükü seninle paylaşırlar.

Evet, peygamber de olsanız, yükü tek başınıza taşıyamazsınız. Onu kabiliyetli, seçkin insanlarla paylaşmak zorundasınız:

23. Eğer böyle yaparsan, ki Tanrı böyle yapmanı emrediyor, o zaman ayakta kalabilirsin; ve bütün bu insanlar da yerlerine selamete ulaşırlar.
24. Musa kaynatasının sözlerine kulak verdi ve söylediklerini harfiyen yaptı.
25. Ve Musa tüm İsrail oğullarından kabiliyetli olanları seçti ve onları insanların başına geçirdi, binlerin başı, yüzlerin başı, ellilerin başı ve onların başı olarak.
26. Ve insanlar hakkında her zaman bunlar hüküm verdiler: ağır meseleleri

Musa'ya getirdiler, küçük meselelerde kendileri karar verdiler.

27. Ve Musa kaynatasını uğurladı; o da kendi diyarına gitti".²

Sonuç olarak, bir toplum veya örgütü iyi yönetmek istiyorsak, "peygamber bile olsak", deneyimli insanlara kulak vermek, karar ve yönetim yetkimizi paylaşmak zorundayız.

Peki, büyükleri dinlememiz gerekiyor da, kendimizden yaş veya makam bakımından küçük olanları ne yapacağız? Onların yönetimde nasıl bir rolleri olabilir? Bu soruya Kuran-ı Kerim,

Enbiya suresi 78. ayette şöyle cevap veriyor:

"Ve Davud ile Süleyman'ı da an. Hani bu ikisi bir topluluğa ait koyun sürüsünün geceleyin girip otladığı bir ekin hakkında hüküm vereceklerdi ve Biz de onların bu hükümlerine tanık idik. Bu olayda Süleyman'ın dâvâ konusunu (daha derinden) anlamasını sağladık; bununla birlikte, Biz her ikisine de sağlam bir muhakeme gücü ve ilim bahşetmiştik."

Kıssaya göre, bir koyun sürüsü geceleyin yolunu şaşırarak komşu tarlaya girer ve ekine zarar verir. Süleyman henüz 11 yaşında bir çocuktur. Babası, kral-peygamber Hz. Davud zararı hesap ettirir ve koyun sürüsünün değerine eş bir zarar ortaya çıkar. Bunun üzerine Peygamber-Kral sürüyü ekin sahibine verir, böylece zararı tazmin ettirir. Fakat küçük Süleyman bu hesabı beğenmez. "Taraflar hakkında bundan başka bir karar daha mülayim ve uygundu" der. "İşinizi ben üstüme alsaydım, bundan farklı hüküm verirdim." Onun bu sözünü Hz. Davud'a haber verirler. Davud, Süleyman'ı çağırıp sorar: "Sen onlar arasında başka nasıl hüküm verirdin?"

Hz. Süleyman babasına hükmün değiştirilmesi gerektiğini ve koyun sürüsünün sadece bir yıllık geçici intifa hakkının (süt, yün, o yıl doğan kuzular, vb.) ekin sahibine verilmesinin; koyun sahibininse, eski haline getirinceye kadar tarlayı ıslah ve onarımla yükümlendirilmesinin ve sonunda tarlanın da, koyunların da eski sahiplerine iade edilmesinin uygun olacağını söyler. Bu yolla hem davacının uğradığı kayıp giderilmiş, hem de davalı mağdur edilme-

2 Kitap-ı Mukaddes, Çıkış (Exodus), Bab 18

miş olur. Hz. Davud bu çözümü beğenir ve uygular.³ Bu kıssadan çıkarılacak dersleri şöyle özetleyebiliriz:

1. Süleyman, ben daha 11 yaşında bir çocuğum, boyumdan büyük işlere karışmayayım; babam hem kral hem peygamber, ondan iyi mi bileceğim, demiyor. Ayeti kerimeden açıkça anlaşıldığı üzere, Allah'ın verdiği destekle, babasından daha iyi bir çözüm geliştirip öneriyor.
2. Babası, sen de kim oluyorsun; kral ve peygamber olan benim, demiyor. Biliyor ki, "her bilenin üstünde daha iyi bir bilen vardır." Hükmü dinliyor ve kendi hükmünden daha derin ve doğru olduğunu anlıyor.
3. Anlamak yetmez, kabul etmek de lâzım. Babası hükmü hem kabul ediyor, hem de uyguluyor.

II. OSMANLI YÖNETİM AHLÂKI VE MODERN İŞLETMECİLİK

Yukarıda verilen örneklerin sadece Tanrı'nın seçilmiş kulları olan peygamberler için geçerli olduğu iddia edilebilir. Denebilir ki, hayatın gerçeklikleri yöneticileri farklı davranmaya zorlar. Düşünürler de bu gerçeklerden hareketle siyaset kitaplarını yazarlar. Mesela 16. yüzyıl başlarının ünlü siyaset bilimcisi Makyavelli der ki, çoğu insanlar var olmayan yönetim biçimleri hayal ederler. "Gerçek yaşamla düşlenen yaşam birbirinden o kadar uzaktır ki, olanı bırakıp olması gerekenin arkasından giden kişi elindekinden de olur. Çünkü her şeyde ve yerde iyilik perisi kesilen kişi o kadar çok kötü içinde yıkıma uğrar. Bu nedenle bir hükümdarın, ayakta kalabilmek için iyi olmamayı ve iyiliği yerine göre kullanmayı öğrenmesi gerekir."⁴

Eylem düşünceyi, düşünce de eylemi besler ve meşrulaştırır. İslam düşünürleri en gerçekçi oldukları zamanlarda bile Makyavelli tarzı düşünceye uzaktırlar. Örneğin, Müslüman dünyanın en uzun ömürlü devleti sayabileceğimiz Osmanlılarda yöneticilerin başucu kitaplarından biri haline gelen *Ahlâk-ı Alâî* "ayakta kalabilmek için iyi olmamayı öğrenmek" düşüncesine yabancıdır. Bu eserin ana kavramlarını çağdaş yönetim düşünürlerinin fikirleriyle karşılaştırmak son derece öğreticidir.

3 M. Esed, (1996), : *Kur'an Mesajı*, İstanbul: İşaret Yayınları, Cilt II, s. 659

4 N. Machiavelli (2008), *Hükümdar*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür yayınları, s. 59

Kınalızâde Ali Efendi, 1564 yılında kaleme aldığı ünlü ahlâk kitabı *Ahlâk-ı Alâî*'de devlet başkanında yedi hasletin bulunması gerektiğini söyler. Bu yedi haslet sırasıyla şunlardır:

1. Himmet yüceliği.
2. Görüş ve fikir isabeti.
3. Kararlılık ve kararda sebat.
4. Büyük hadiselere tahammül, büyük sıkıntılara sabır göstermek.
5. Zenginlik.
6. Halkın ve ordunun sadakati.
7. Soy.⁵

Kınalızâde'nin sözkonusu ettiği hasletleri, çağdaşımız olan yönetim bilginlerinin işletme ve devlet liderlerinde aradıkları veya tespit ettikleri hasletlerle karşılaştırdığımızda çarpıcı benzerlikler ve zaman zaman da zıtlıklar görüyoruz.

1. **Himmet yüceliği.** Kınalızâde'nin birinci haslete dair izahı şöyle:

“Himmet yüceliği, hem din hem dünya işlerinde fazla gayretli olmak, halkı gözetmek, işleri güzellikle yürütmek ve herkesin saadetini temine çalışmaktır. Himmet ve gayretin bütün hedefi, ülkenin emniyeti, adalet ve siyaset dengelerinin kurulmasıdır.”

Çağdaş yönetim bilginlerinin üzerinde en fazla durdukları hususların başında, liderliğin bir nitelikten çok, bir olay veya süreç olması gelmektedir. Himmet, gayret, güzel amel süreklilik gerektirir. Eylemlerimize süreklilik kazandırmadan, lider olamayız. Bunun için de, evvela güçlü ve zayıf yanlarımızı tanımak zorundayız. Bu kuvvet ve zaafılar, lider(lik)den beklenen rol ve sorumluluklara atıfla anlam kazanır. Temel sorular şunlardır: Liderin en önemli rol ve sorumlulukları nelerdir? Liderler *ne* yaparlar? Sıradan yöneticilerden hangi nitelikleriyle ayrılırlar?

Lider, Stephen Covey'nin ifadesiyle, giriştiği işin sonucunu kafasında can-

5 Kınalızâde Ali Efendi, (TY), *Devlet ve Aile Ahlâkı*, İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eser, 69, ts, Cilt II, s. 191-204

landırabilen insandır. Nasır-ı Husrev, hükümdarlara yüzyıllar öncesinden bu ilkeyi sıkı sıkıya öğütlüyordu: “Her işinde ipin ucunu sıkı tut. Bir yere girmek istediğin zaman, oradan nasıl çıkacağını da düşün. Hangi işe girişmek istersen iste, işin başından sonunu gözet.”⁶

Himmet ve gayretiyle örnek oluşturmayan, güzel davranışlarıyla da takipçilerine itimat telkin etmeyen yöneticinin otoritesi olmaz; otoritesiz insan da lider olamaz. Max Weber, iktidar (güç) ile otoriteyi şöyle ayırıyordu: İktidar, insanları itaat etmeye zorlama yeteneğidir. Otorite ise, insanları gönüllü itaate yöneltme yeteneğidir. Böyle bir sistemde, astlar üstlerinin buyruklarını *meşru* kabul ederler. Weber, örgüt türlerini otoritenin meşrulaştırılma biçimine göre üçe ayırıyordu: Karizmatik, geleneksel ve bürokratik (rasyonel–hukukî). Birincisinde etkili olan, liderin kişisel nitelikleri; ikincisinde adet ve töreler; üçüncüsünde ise akılcı (rasyonel) çözümleme.⁷ Her ne kadar, kapitalizm için bu sonuncusu en ideal durum sayılıyorsa da, Henry Ford, Akio Morita, Robert Bosch, Friedrich Krupp, Konosuke Matsushita ve benzeri ‘karizmatik kurucular’ modern işletmeler için de çok şey ifade etmektedirler.

Kınalızâde’ye geri dönersek, liderin “işleri güzellikle yürütmesi” ve herkesin mutluluğunu temine çalışması gerekir. İşleri güzellikle yürütmek, çok anlamlı bir ifadedir. Çağdaş yönetim psikologlarından Karl Weick’e göre, bütün örgütler “anlam yapan sistemler”dir. Kesintisiz biçimde kendileri ve çevrelerine dair kavramlar/anlayışlar geliştirirler. Anlam yapmak, yorumdan öte bir şeydir. Örgüt üyeleri boyuna bu anlayışları hazmeder, birbirlerine doğruluğunu teyit eder ve yapılması gerekeni yapmaya koyulurlar. Weick’in örgüt yöneticilerine on temel öğüdü şunlardır:

- **Kargaşa karşısında panik yapmayın.** Düzensizlik ve müphemlikle ilgili enformasyonun elde edilip, bu durumlarla başa çıkılabilmesi için, bir nebze kargaşa afet değil, rahmettir!
- **Bir şeyin bütününe asla aynı anda yapamazsınız.** Yaptığınız şey ne olursa olsun, kafanızda canlandırdığınız olmaz; birçok değişme ve düzeltmelere uğrar.
- **Kaotik eylem, düzenli eylemsizliğe yeğdir.** Biri ‘Ne yapacağım?’ diye

6 Nasır-ı Husrev, (1989), *Saadet-Name*, Ankara: MEB, 1989, s. 12.

7 Derek s. Pugh ve David J. Hickson (1996), *Writers on Organizations*, London: Penguin, s. 5.

sorduğunda, ‘Bilmem, birşeyler yap işte!’ diye cevap alıyorsa, iyi bir öğüttür bu. Eylemsizlik anlamsızdır. (Fransız filozof Rene Guenon bu tür Batılılara ‘ilkesizler’ diyordu. Ona göre ilkesiz eylem anlamsızdır!)

- **En önemli kararlar çoğu kez en az göze çarpanlardır.** Dosyalara, veritabanlarına, hatta kişilerin hafızalarına neyin konacağı, müstakbel eylemlere temel sağlar. Bu gibi kararlar göze çarpmayabilir, fakat kendisinden geleceğin doğacağı geçmişe hayat verirler.
- **Çözüm yoktur. Tıpkı** hayatta basit cevapların olmaması gibi; her hangi bir şeyin nadiren doğru veya yanlış olması gibi; improvizasyon (anında çare uydurma) ve müsamaha edilebilir bir makuliyet düzeyinde yaşamayı öğrenin.
- **Faydayı bir yana atın.** Şu anki iyi uyarlanma geleceğe dair bazı seçenekleri yok etmektedir. Faydaya aşırı yoğunlaşma, gelecekteki fayda kaynaklarının mahvına yol açabilir. Kaynak ve tercihler kurumaktadır. Bugünkü verimlilik pahasına bile olsa, sistemde bir nebze gürültü ve çeşitlilik barındırın ki, önünüze taze eylem repertuarları açılabilin.
- **Haritanız yurdunuzdur.** Yöneticinin neye neyin sebep olduğuna dair geçmiş tecrübelerden edinilmiş haritası geleceğe yüklendiği zaman, onun için (haritanın ölçtüğü) bölge haline gelir; onun yönetim yurdu olur. Basitleştirme de olsa, böyle bir harita, üzerinde, hiçbir ürün üzerinde olmadığı kadar çalışılmış olduğu için, sahip olunabilecek en iyi rehberdir.
- **Örgüt şemasını yeniden çizin.** Alışılmış formların mahkûmu olmayın. İşleri olurken, insanları da çalışırken görün. Şemayı işlemekte olduğu biçimde düşünün. Mesela, şemada başkan yazılı yere ‘tereddüt’ yazın (öyle görüyorsanız), genel müdüre ise ‘iddiacı’. İnsanlar gözünüze nasıl gözüküyorsa, şemanızı ona göre yeniden çizin!
- **Örgütleri evrilen sistemler olarak tasavvur edin.** Neyin kendi iç dinamiği ile evrilmekte olduğunu ve neyi değiştirebileceğinizi, neyi değiştirmenizin iyi olacağını düşünün. Aynı şekilde, neleri yapamayacağınızı da tartın.

- **Kendinizi karmaşıklştırın!** Farklı sebepleri, başka çözümleri, yeni durumları, daha karmaşık alternatifleri göz önünde bulundurun ve böyle yapmaktan zevk alın⁸.

2. Görüş ve fikir isabeti. Kınalızâde: “Devlet başkanında görüş ve fikir isabeti iki şeyle meydana gelir: a. Zekâ ve akıl duruluğu ile yaratılmış olmak. b. Tecrübe. Şayet devlet başkanı tecrübe edinecek yaşta değilse, geçmiş devlet başkanlarına dair tarih kitaplarını ve onlara dair hadiseleri okumalıdır. Bunlar ona ışık tutar.”

Görüş ve fikirde isabet, bunlar için de zekâ ve tecrübe. Kendi tecrübesinin yeterli olmadığı (hatta, olduğu!) yerlerde, başkalarının tecrübesine müracaat. Yani, öğrenerek yola devam. Öğrenme sürecinin en önemli parçası, sorunları başkalarıyla paylaşmak (= kolektif zekâyı harekete geçirmek) ve mümkün çözümleri beraberce aramaktır. Hiçbir çözümün nihaî çözüm olmadığını ve bugünün çözümlerinin yarının sorunları olabileceğini akıldan çıkarmayarak!

Liderlerin kesintisiz tahsili ve, daha önemlisi, örgütlerin ‘öğrenen örgütler’ haline gelebilmeleri için Peter Senge beş disiplin öneriyor:

- Birinci disiplin *kişisel egemenlik*le ilgilidir; başkalarına değil, kendimize egemen olmak! İnsanlar kendi benliklerini ve ne başarmak istediklerini iyice bellemiş olmalıdırlar. Örgütsel öğrenimin temeli olan kişisel öğrenmedir bu; zira hiçbir örgütün öğrenme yeteneği, üyelerinin yeteneğinden daha ileri olamaz. Ancak, çok az örgüt böyle bir ‘nefs disiplinini’ teşvik etmekte, dolayısıyla bol miktarda enerji kaynağı ve öğrenme potansiyeli kullanılmamış kalmaktadır.
- İkinci disiplin, örgüt üyelerinin bütün faaliyetlerde öne çıkardıkları, derinden yerleşmiş, dile getirilmeyen *zihinsel modellerin* sürekli eleştirilmesini ve gözden geçirilmesini gerektirmektedir. Bu zihinsel modellerin en fazla göze çarpan örnekleri müşteri davranışına dair basmakalıp sözler, ürün geliştirmeye dair kabul edile gelmiş reçeteler ve kesintili değişim imkânlarının ihmalidir. Bunlar, düşünmeyi çok daha geniş bir yeni fikirler alanına açacak şekilde, mütemadiyen gözden geçirilmelidir.

8 K. E. Weick, (1995), *Sensemaking in Organizations*, London: Sage,

- Üçüncü disiplin örgüt ve üyeleri için, yaratmak istedikleri geleceğe dair *ortak vizyonun inşası* ile ilgilidir. Ortak vizyon bütün başarılı örgütlerin anahtar kavramı olmuştur.
- Dördüncü disiplin *takım halinde öğrenmeye* adanmaktır: ‘Kurbağa dövüşü’ yerine, gruplar içinde açık diyalog ve işbirliği. Ancak o zaman takımın akli üyelerininkini felaket biçimde azaltmaz, aksine aşar.
- Bütün diğer disiplinleri birleştirip, anlaşılabilir bir kalıp içinde bir araya getiren disiplin ise *sistem düşüncesidir*. Sistem düşüncesinin birinci yasa-sı, bugünün sorunlarının dünün ‘çözümlerinden’ gelmekte olduğudur. Diğer yasalardan bazıları şunlardır: Tedavi hastalıktan beter olabilir. Kolaya kaçan yollar, bizi soruna geri götürür. Acele işe Şeytan karışır. Fili ikiye bölerek iki file sahip olamazsınız...⁹

3. Kararlılık ve kararda sebat. Kınalızâde: “Hüküm ve idare sahibi olan kişi, bir şeye karar verdikten ve gerekli hazırlıkları yaptıktan sonra, vazgeçip işi bırakmamalıdır. Aslında bu haslet her gayret ve himmet sahibine lâzım, devlet başkanına ise elzemdir. Ancak, azim ve sebat, kuvvet ve ihtiyata dayalı olmalıdır. Sağlam olmayan kararda sebat veya ihtiyatsızlığın sürdürülmesi düşünülemez. İhtiyatsız karar ve bunda ısrar, gereksiz ve yersiz inattan, kuru kibirden ibarettir. Nice hükümdarlar inadı sebat zannetmiş, bu suretle hem kendini, hem de halk ve askerlerini perişan etmiştir. Bu itibarla, akli başında ve olgun devlet başkanına yakışan, karar ile kuvveti birleştirmede eksiksiz araştırma yapmaktır. Orta yolun bulunması için ne karar ve sebat zaaf göstermeli, ne de kuvvet ve ihtiyat yerine gereksiz inat ve direnme gösterilmelidir.”

Nobel ödüllü iktisatçı Herbert Simon’a göre, yönetmek ‘karar vermek’ demektir.¹⁰ Karar sürecinin başlıca üç aşaması vardır:

1. İstihbarat faaliyeti. Karar gerektiren durumları, münasebetleri bulmak.
2. Tasarım faaliyeti. Mümkün eylem yollarını icat etmek, geliştirmek ve çözümlenmek.

⁹ P. M. Senge (1990), *The Fifth Discipline*, London: Century Business,

¹⁰ H. A. Simon, (1960), *The New Science of Management Decision*, New York: Harper and Row,

3. Tercih faaliyeti. Eldeki yollardan belirli bir eylem yolunu seçmek.

Bazen aşamaların sıralanışı daha karmaşık olabilir; hatta her aşama kendi başına karmaşık bir karar-verme sürecine dönüşebilir. Tasarım aşaması, yeni istihbarat faaliyetlerini gerekli kılabilir. Kararların uygulanması da bir karar-verme süreci sayılabilir. Hülasa, bütün yönetim eylemi karar vermekten ibarettir.

Yöneticiler hangi esaslara göre karar verirler? İktisatçılar tam rasyonellik varsayımı yapar, ekonomik insanın bütün kararlarını maksimizasyon (ençoklaştırma) ilkesine göre verdiğini ileri sürerler. Simon bir tür 'yönetici insan' modeli öneriyor: Ekonomik insan kârını/yararını maksimize ederken, yönetici insan 'tatmin eder'.

4. Büyük hadiselere tahammül, büyük sıkıntılara sabır göstermek.

Kınalızâde: "İdarecide bulunması gereken dördüncü haslet, büyük hadiselere tahammül göstermek, büyük sıkıntılara sabretmektir. Hükümdarın işlerde acele etmeleri ve tahammülsüz davranmaları, millet ve memlekete zillet, din ve devlete hâlel getirir. Hükümdarın sabrı ibadet kabul edilip hayr hânesine yazılır. Bu, 'Sabırla huzuru beklemek ibadettir' sözünün gereğidir."

Çınar ağaçları fırtınaya dayanır. Liderler sabırlı ve öfkelerini yenebilen insanlardır. Nasır-ı Husrev, *Saadetnâme*'sinde onlara şöyle sesleniyor: "En kızgın olduğun zaman bile öfkeni yen; çünkü mü'mine yumuşak huyluluk yaraşır. Başında değirmen taşı bile dönse, tıpkı bir bilgin gibi, sıkıntılı zamanında mülâyim davran. Kolunun kuvvetine aldanma; zira seninkinden daha kuvvetli kollar vardır."¹¹

İşletme yönetiminde sabır ve tahammül, hem ürün sunma, hem de insan yetiştirme süreçlerinde çok gerekli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Henri Fayol'a göre, başarılı işletmelerin muhakkak daha istikrarlı personel politikaları vardır. Yani işgörenlerine karşı sabırlı ve hoşgörülüdürler ve eğitim yoluyla becerilerini arttırmak için büyük çaba harcarlar. Tahammülün en önemli kısmı, bu suretle eğitilmiş insanlara inisiyatif tanınması, dolayısıyla tepe yöneticilerin bir takım yetkilerden 'fedakârlık' yapmasıdır. Ancak bu suretle işletme çalışanları arasında ortak bir 'ruh' gelişir.¹² Bu ruhu besleyense,

11 Nasır-ı Husrev, a.g.e., s. 4.

12 H. Fayol (1949), *General and Industrial Management*, New York: Pitman,

işletme liderlerinin nezaket ve adalet anlayışlarıdır.

5. Zenginlik. Kınalızâde: “Devlet başkanında bulunması gereken hasletlerden beşincisi zenginliktir. Başkanlara zenginlik yakışır. Böylece halkın malına göz dikmezler. Her türlü devlet ve ülke geliri onların elinde ve tasarrufunda olduğundan, fakirlik onlara uzaktır. İdareci, millet malının harcanmasında orta yolu tutturmalıdır. Eli sıkılık ve fazla kısma, memur ve askerın nefretine, bölünmelerine sebep olur. İsrâf da son derece zararlıdır.”

Liderlik kadrosunun tatminkâr ücret alması gerektiği hususunda herkes hemfikirdir. Yalnız, bu hususta mesela Amerikan yönetim tarzıyla Japon yönetim tarzı arasında büyük farklar vardır. Amerikalılar yöneticileri şirketin kısa vadedeki (bir yıl, hatta altı ve üç aylık dönemler!) başarımına göre değerlendirip ödüllendirirken, Japonlar ve bir ölçüde de Almanlar uzun vadeli başarımı esas alıyorlar. Bir Amerikan şirketinin tepe yöneticisi (CEO), ortalama işğörenin 100–150 misli ücret (+ prim) alabiliyorken, Japonya’da bu oran 5–10 mislini geçmemektedir.

6. Halkın ve ordunun sadakati. Kınalızâde: “Devlet başkanının altıncı hasleti, halkın ve ordunun kendisine bağlılığıdır. Hükümdar halkın hoşnutluğunu kazanmak için çırpınmalı, ordu ve devlet adamlarının itaatsizliklerine ise göz yummamalıdır.”

Devlet başkanı yerine genel müdür veya yönetim kurulu başkanını, ordu yerine de tüm yönetici ve çalışanları koyarsak, yukarıdaki ifadenin hemen bütün çağdaş işletme yönetimi kitaplarında yansımalarını bulabiliriz. Genelde örgüt kültürü başlığı altında ele alınan bu hususlar giderek daha hassas bir konuma yükselmektedir.

7. Soy. Kınalızâde: “Devlet başkanlarında bulunması gereken hasletlerden yedincisi nesep, yani soydur. Nesep, zaruri olmasa da, saltanat ve siyasette faydalı bir unsurdur. Zira, insanlar yaratılış itibarıyla kendi seviyelerindeki le itaat etmek, emirlerine uymak istemezler. Böylece kargaşalık meydana gelir, kan dökülür, halk huzursuz olur.”

En iyilerin yönetimi anlamına gelen aristokratik sistemlerde üstünlüğün kaynağı soy, demokratik sistemlerde ise liyakattir. Liyakatin en önemli dayanağı

ise eğitimidir. Aslında liberal demokrasi de en iyilerin yönetimi demektir, fakat bu eğitilmiş iyiler hükümdar tarafından değil, halk tarafından seçilmektedirler. Her iki seçim biçiminin de olumlu/olumsuz yanları vardır şüphesiz. Önemli olan, kargaşalık meydana gelmemesi için, kritik görevlere gerçekten lâıyk olanların getirilmesidir. İşletmeler için de durum farklı değildir. Hak edenleri değil de, patronun yakınlarını yönetici kadrolarına getirdiğiniz zaman, yokoluş saatini bekleyebilirsiniz.

III. FELSEFİ METİNLERDE YÖNETİM DÜŞÜNCEİ

Yönetim zihniyet ve düşüncesini diğer bir kaynağı hiç şüphesiz felsefi metinlerdir. Burada sadece Eflatun ile Farabi'nin eserlerinden hareketle felsefe-yönetim ilişkisini ele alacağız.

Protagoras başlıklı eserinde, Sokrates ile Protagoras arasında yönetim bilim veya sanatına dair çok öğretici bir konuşma geçiyor:

“Sokrates: Yönetim sanatının öğretilir bir şey olduğuna aklım yatmazdı. Atinalılar akıllı insanlardır. Yapı işleri konuşuldu mu mimarlara danışılır, gemiler üzerinde konuşuldu mu gemi yapıcılara başvururlar. Kısaca öğrenilir, öğretilir her şey için hep böyle davranırlar. Meslekten olmayan biri bu işler hakkında fikir yürütmeye kalkıştı mı zengin de olsa, güzel de olsa, asil de olsa onu kimse dinlemez. Fakat devlet yönetimiyle ilgili işler ortaya atıldı mı dülgerlerin, demircilerin, kunduracıların, tüccarların, denizcilerin, zenginlerin, fakirlerin, halk tabakasının ayağa kalkıp söz söyledikleri görülür. Bu kez hiçbir öğretmenden ders almadan, hiçbir yerde öğrenmeden fikir yürütmeye kalkışanların bu eksiğini kimse başlarına çalmaz. Bütün bunlar yönetim sanatının öğretilir bir şey olmadığını gösteriyor. Kişisel işlerde de böyledir. Yurttaşların en yetkinleri kendilerinde bulunan erdemi başkalarına öğretmiyorlar. Erdemin öğretilir bir şey olduğunu gerçekten biliyorsan, bizden esirgeme Protagoras.”¹³

Protagoras cevabına önce tanrıların dünyayı ve içindeki varlıkları nasıl yaratıklarını açıklamakla başlıyor. Yaratılan varlıkların gün yüzüne kavuşturulacakları an yaklaşınca, her birine gerekli güçlerin bölüştürülmesi işini tanrılar Epimeteus ile Prometeus'a bırakıyorlar. Birincisi güçleri dağıtacak, ikincisi

13 Eflatun, (1997), *Protagoras*, İstanbul: MEB Yaynevi, s. 16-17.

kontrol edecektir.

Epimeteus bölüştürme işinde bazılarına kuvvet veriyor, hız vermiyor; bazılarına da hız veriyor fakat kuvvet vermiyor. Küçük gövdelilere kaçmak için kanat veya yeraltına sığınma kabiliyeti veriyor; gövdelileri de irilikleriyle kurtarmış oluyor. Böylece hayvanlar arasında bir uyum kuruluyor ve türlerin yok olmalarının önüne geçiliyor. Her tür için ayrı ayrı besinler bulunuyor. Kimine yerin otları, kimine ağaçların yemişleri, kimine kökleri, kimine de hayvanların etleri düşüyor. Fakat yenenlerin türlerini tükenmekten korumak için, yiyenlerin az, yenenlerin de çok üremeleri sağlanıyor.

Böylece elinde ne var ne yok tedbirsizce harcayan Epimeteus, insanları donanımlı kılacak hiçbir şey bırakmıyor. Kontrole gelen Prometeus şaşırıp kalıyor ve insanları korunaklı kılmak için Hepaestos ile Atena'nın sanat bilgisini, ateşi çalarak insan armağan ediyor. Fakat insanlarda yönetim bilgisi yoktu; o bilgi Zeus'teydi. Sanatları kendilerini besliyor, fakat hayvanlarla dövüşmeye yetmiyordu.

“Kendilerini korumak için birleşip şehirler kurmaya yelteniyorlardı, fakat yönetim sanatını bilmedikleri için, birbirleriyle didişerek dağılmaya başlıyor, hayvanlar da onları gene öldürüyordu. Bunun üzerine Zeus, türümüzün tükenmesinden korkuyor, şehirlerde düzen, insanlar arasında da dostluk kurmak için Hermes ile insanlara edep ve doğruluk gönderiyor.”

Hermes, Zeus'a edep ve doğruluk erdemini herkese mi, yoksa diğer sanatlarda olduğu gibi bazılarına mı dağıtması gerektiğini soruyor. Zeus hepsine dağıtıyor. Çünkü diyor Protagoras, “bu öteki sanatlarda olduğu gibi insanların bazılarında bulunsaydı şehirler tutunamazdı. Atinalılar doğruluk, ölçü daha doğrusu yönetim sanatı konuşuldu mu herkesi dinlemekte haklıdır. Çünkü ancak herkesin erdemden payı olmasıyla devletlerin var olabileceğine inanmışlardır.”¹⁴

Peki, erdemli olmak yönetici olmak için yeterli midir? Erdemler herkesin payına düştüğüne göre, yöneticilerde hangi farklı meziyetlerin bulunması gerekiyor? Eflatun bu soruya ünlü eseri *Devlet*'te cevap veriyordu. Orada Atinalılara bir Fenike masalı anlatarak şuna inandırmaya çalışıyordu:

14 Eflatun, s. 19-20.

“Tanrı, aranızdan önder olarak yarattıklarının mayasına **altın** katmıştır. Onlar bunun için baş tacı olurlar. Yardımcı olarak yarattıklarının mayasına **gümüş**, çiftçi ve öbür işçilerin mayasına da **demir ve tunç** katmıştır. Aramızda bir hamur birliği olduğuna göre sizden doğan çocuklar da herhalde size benzeyeceklerdir. Ama arada bir, altından gümüş, gümüşten de altın doğduğu olabilir. Bunun için Tanrı, her şeyden önce önderlere, doğan çocuklara iyi bekçilik etmelerini, içlerine bu madenlerden hangilerinin katılmış olduğunu dikkatle araştırmalarını buyurmuştur. Kendi çocukları tunçla ya da demirle katışık doğmuşlarsa hiç acımayıp, onları hamurlarına uygun işlere koyacak; çiftçi ya da işçi yapacak. Çiftçi ve işçi çocukları arasından mayaları altın ve gümüşle katışık doğanlar olursa, onları gözetecek, kimini önderliğe kimini bekçiliğe yükseltecek; çünkü mayasında demir ya da tunç katışık olanların önderlik edeceği gün şehrin yok olacağını Tanrı buyurmuştur.”¹⁵

Eflatun’dan önemli öşçüde etkilenmiş olan ünlü Türk–İslam filozofu Farabi’ye göre, erdemli (fazıl) şehrin yöneticisi şu 12 meziyeti¹⁶ kendinde toplayabildir:

1. Vücudunun tam ve her uzvunun kıvamında olması lâzımdır ki vazifesini kolayca yapsın.

Çağdaş yönetim düşünürlerinden John Gardner, liderliğin temel ilkelerinin en başında “fiziksel hayatiyet ve tahammül gücü”nü zikrediyor. Liderler yüksek enerjili ve fizik bakımdan dayanıklı kişilerdir.¹⁷ Joseph ve Jimmie Boyett, çok sayıda işletme bilgininden hareketle geliştirdikleri ayrıntılı liderlik tablosunda, fiziksel uygunluğa yer vermekte ve liderin iyi bir dinleyici, vizyoner, sebat sahibi, uyanık, uzak görüşlü.. vb. olmanın yanı sıra, vücutça da ‘uygun’ olması gerektiğini belirtmektedirler¹⁸. Stephen Covey, liderlerin zihinsel, duygusal ve ruhsal olduğu kadar, fiziksel bakımdan da kendilerine özen göstermeleri, mesela düzenli aerobik alıştırma yapmaları gerektiğini söyler.¹⁹ Bedenlerine boyuna yağ pompalayıp, her fırsatta durumlarından şikâyetçi olanlar; spor yapmayan, yürümeyen, durmadan rakam ve dosyalarla meşgul olanlar, liderlik potansiyellerini önemli ölçüde bastırmış olurlar.

15 Platon, (2008), *Devlet*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, XIV. Baskı, s. 111

16 Farabi’nin fikirleri için bkz. : *El Medinetü’l-Fazıla*, Ankara: MEB, 1990, s. 87–90.

17 J. Gardner (1990), *On Leadership*, New York: Free Press, s. 48.

18 J. Boyett ve J. Boyett (1998), *The Guru Guide*, New York: John Wiley and Sons, s 9.

19 S. R. Covey (1991), *Principle-Centered Leadership*, New York: Summit, s. 39

2. Kendisine söylenen her şeyi iyi kavrayıp anlaması lâzımdır ki hem söyleyenin maksadını, hem konu mevzu 'u olan şeyi olduğu gibi anlasın.

Stephen Covey'nin temel liderlik şartı şudur: “Önce anlamaya, sonra anlaşılmağa bakın.” İnsanlar genellikle önce anlaşılmağa isterler. Karşılarındakini anlamak maksadıyla değil, cevap vermek maksadıyla dinlerler. Ya konuşuyorlardır, ya konuşma hazırlığı içindedirler. Muhataplarını ya umursamıyor, ya dinler gibi yapıyor, ya sözlerini seçerek dinliyor, olsa olsa dikkatle dinliyorlardır. Bunların hiçbiri tam bir kavrayış için yeterli değildir. Empati ile dinlemek gerekir. Yani kendimizi muhatabımızın yerine koymayı başarmalıyız. Empatiyle dinlemek, *anlamak* maksadıyla dinlemektir. Anlamayan, anlaşılmaz. Anlaşılmayan, lider olamaz.²⁰ James O'Toole'un değer-esaslı liderde aradığı dört nitelikten biri dinleme yeteneğidir. “Hizmet verdiğiniz insanları dinler, fakat onların esiri olmazsınız” diyor.²¹ Nizamülmülk, kavrayışlı hükümdarın “asla bir kişiye iki iş buyurmaması, bir işe de iki kişi koşmaması gerekir” diyor. “Bir kişiye iki iş buyurulursa, işlerden birisi daima hatalı olur. Bir adamın iki işi varsa, ikisi de tam değildir. Bir iş iki kişiye verildi mi, bu onun üzerine, o bunun üzerine atar, iş de yapılmadan kalır.”²²

3. Hâfızası kuvvetli olmalı ki anladığı, gördüğü, işittiği ve sezdiği her şeyi iyi bellesin ve unutmasın.

Hafıza ve bilgi gücü, liderliğin en önemli bileşenidir. Gücün oynanan rolden, yani makamdan, geldiğini düşünenler gerçek anlamda lider değil, küçük çaplı yönetici olabilirler ancak. Mesela, bir ekip lideri, takım arkadaşlarına asıl sorumlunun kendisi olduğunu sık sık hatırlatma ihtiyacını duymamalıdır. Eğer duyuyorsa, herhangi bir yöneticidir sadece. İnsanlar bilgi güçlerini iyi kullanabildikleri ölçüde, rol güçlerini kullanma ihtiyacını duymazlar. Böylece çalışma arkadaşları nezdindeki itibarları yükselir. İtibar, liderliğin ilk basamağıdır.²³

4. Uyanık ve zeki olması lâzımdır ki gördüğü en ufak delili anında farkedip yerinde kullanmasını bilsin.

20 S. R. Covey (1996), *Etkili İnsanların 7 Ahşkanlığı*, İstanbul: Varlık, s. 255.

21 J. O'Toole, (1996), *Leading Change: The Argument for Value-Based Leadership*, New York: Ballantine, s. 31.

22 Nizamülmülk, (1987), *Siyasetnâme (Siyerü'l-Mülük)*, İstanbul: Dergâh, s. 220.

23 P. Heim ve E. N. Chapman, (1991), *Learning to Lead*, London: Kogan Page, s. 25

John Gardner, liderlerde aradığı 14 şartın ikincisini “zekâ ve eylem halindeki yargıgücü” şeklinde açıklıyor. Lider sağlam verileri şüpheli olanlarıyla ve sezgisel tahminleriyle birleştirip olayların doğrulayacağı sonuçlara ulaşmayı becerebilendir.²⁴ Warren Blank, liderliği ortaya çıkaran şeyin bilinç, yani “enformasyonu işe yarar hale getirme yeteneği” olduğunu söyler.²⁵

Nizamülmülk’e göre, hükümdarın memleketin hayrı için casuslar göndermesi, malumat toplaması ve bunlardan iyi neticeler çıkarması gerekir. “Dünyanın dört bir köşesine tüccar, seyyah, sûfi, eczacı ve derviş kılığında casuslar göndermeli, duydukları her şeyi haber olarak getirmeli ve ülkelerin durumları hiçbir şekilde meçhul kalmamalıdır. Eğer bir olay meydana gelir veya yeni bir şey keşfedilirse, vakitlerini onu elde etmeye harcamalıdır.”²⁶ Defterdar Sarı Mehmet Paşa da aynı kanaattedir: “Ahvâl-i düşmeni dahî bilmek mühimm-i azîmdir. Düşmen ahvâli bilinmemekle ve istihbar olunmamakla nice devlet berbâd olmuştur. Her bir sınırdan taraf-ı düşmene gizli casuslar gönderilüb peyderpey düşmen-i dînin keyfiyetlerinden haberdar olmağa çalışılmalıdır.”²⁷

5. *Güzel konuşmasını bilmeli ki zamirindeki her şeyi açıkça izah etsin.*

Çoğu liderleri sıradan insanlardan ayıran en büyük özellik, konuşma yetenekleridir. Heim ile Chapman, etkili konuşmanın şartlarını şöyle sıralıyorlar: a. Konuşma temrinleri yapın, hatta gerekiyorsa ders alın. b. Söylediklerinize inanın. c. Ağzınızdan hımmm ve benzeri anlamsız sözler çıkmasın. c. Mazeret beyanlarından veya sözlerinizi ‘eğer’ ve ‘belki’lere boğmaktan sakının. d. Çetin durumlar dışında, yüzünüzden gülümsemeyi eksik etmeyin ve olumlu havada konuşun. e. Çok fazla konuşmamayı öğrenin. Önemli olan ne kadar konuştuğunuz değil, dinleyicinin ne kadar işittiği ve kabul ettiği. f. Aynı zamanda iyi bir dinleyici olmayı başararak söylediğiniz her şeyi dengeleyin.²⁸

Kâbusnâme yazarı şöyle der: “Bütün halka vaciptir ki sözü iyi söyleyeller ve hem de yahşi anlayalar.” Söylenecek söz dört kısımdır. “Bir kısmı o sözdür ki, bilsinler ama söylemesinler. İkinci kısmını ne bilsinler, ne söylesinler.

24 Gardner, s. 50.

25 W. Blank, (1995), *The Nine Natural Laws of Leadership*, New York: Amacom s. 10.

26 Nizamülmülk, a.g.e., s. 110.

27 Defterdar Sarı Mehmet Paşa, (1987), *Devlet Adamlarına Öğütler* (Nesâyihü'l-Vüzerâ ve'l-Ümerâ), İstanbul: Kültür ve Turizm Bakanlığı, s. 110.

28 Heim and Chapman, s. 31.

Üçüncü kısmını hem bilsinler, hem söylesinler. Dördüncü kısmını söylesinler ama bilmesinler.” Bilmeceye benzeyen bu ifadenin açıklaması şöyle: Kişilerin ayıbını bilsinler ama söylemesinler. Yalan sözü ne bilsinler ne söylesinler. Gerçek sözü hem bilsinler hem söylesinler. Kuran’daki bir kısım ayetleri söylesinler ama bilmesinler.²⁹

6. *Öğretmeyi ve öğrenmeyi sevmesi, buna kendini kaptırmış olması ve her şeyi kolayca öğretmesi lâzımdır ki öğretim ve öğrenme yorgunlukları ona ne istirap versin, ne de vücudunu hırpalasın.*

İnsanoğlu çevresine ‘öğrenerek’ intibak eder. Sadece ilim adamları değil, toplumun herhangi bir alanındaki lider kişiler, öğrenmeyi tabiat içre tabiat haline getirmek zorundadırlar. Ünlü bir Zen meselinde, üniversite profesörü Zen ustasını ziyarete gider. Usta, misafirine çay ikram edecektir. Profesör konuşmaya başlar ve sözünün ardı arkası gelmez. O konuşmaya devam ettikçe, usta bardağa çay koymayı sürdürür. Tabii, bardak taşar ve profesör ıslanır. Elini hızla geri çekerek, “Ne yapıyorsun, bardağın taşıdığını görmüyor musun?” der. Zen ustası gülümser: ‘Dolu bardağa nasıl daha fazla çay koyamıyorsam, boğazına kadar dolu bir insana da hiçbir şey anlatamam. Buraya boşuna gelmişsiniz!’

Lider, yön verdiği örgütte kişisel olduğu kadar örgütsel öğrenime büyük önem verir. Sürekli öğrenmeyi teşvik eden bir kültür yaratır. “Öğrenimi teşvik eden kültür, bütün yararlıların çıkarlarını dengeler; insanlar üzerine odaklanır ve onları çevrelerini olumlu yönde değiştirebileceklerine ikna eder; sorunlara bütüncül bir yaklaşım geliştirir; açık iletişimi özendirir; işgörenleri takım çalışmasına inandırır; liderin kendisini kontrolcülükten değişim öğretmenliğine dönüştürür.”³⁰

Defterdar Sarı Mehmet Paşa, öğrenme ve akıl danışmayı liderin aslî karakteri sayar: “Kendini beğenmiş olmaya. Yalnız kendi akliyle amel eylemeye... Ve her işte meşvereti terketmeye. Ammâ her kişi ile dahî meşveret etmeye. İş görmüş ve darb ü harbde bulunmuş, râz (sır) saklar hayır–hahlar ile müşavere idüb anlara keşf–i râz ide.”³¹

29 Keykavus b. İskender, (TY), *Kâbusnâme (İlyasoğlu Mercimek Ahmed çevirisi)*, İstanbul: Tercüman, ts, Cilt 1, s. 129–132

30 E. Schein: “Organizational and Managerial Culture as a Facilitator or Inhibitor of Organizational Learning,” *MIT Organizational Learning Network Working Paper*, 10. 004 (May 19, 1994), s. 7; Boyett and Boyett, s. 122.

31 Defterdar, s. 138 ve 114

Osmanlı ahlâkçılarında Koca Nişancı Mustafa Paşa, Hz. Muhammed'in herkesten akıl ve feraset bakımından ileri olmasına rağmen, Allah Teala'nın kendisine "işlerde ahabınla müşavere eyle" buyurduğunu (*Ali İmran, 159*) beyanla, "Bir adamın zihni her işin etrafı ve cevanibine muhit olmak [kuşatmak] uzaktır. Zihinlerin cemiyeti olursa gizli nesne kalmaz. Büyüklerden ve küçüklerden her kim emin ve itimada lââyık ola, belki kâfirden bile ki akl-ı vâfir ola, meşveret olursa caizdir." Paşanın verdiği misal son derece çarpıcı: Kadılardan birinin güzel bir kızı vardı. Şehrin cümle ayanı istediler. Kadı mütehayyir oldu. Mecusî bir komşusu vardı. Ol kâfirle meşveret eyledi. Kızı kime verelim dedi. Eyitti: Ben İslam dinine yabancıyım. Meşverete nice lââyık olurum ki benden sorarsın, dedi. Kadı eyitti: Eğerçi dinden haberin yoktur, ama emin ve mutemed adamsın.³²

7. Yemeye, içmeye ve kadınlara düşkün olmaması ve tabiatıyla oyundan (kumardan) sakınması lâzımdır.

İznikli Hacı Hüseyinoğlu Ebulfazl Musa, *Münebbihü'r-Râkidin* [Uyurları Uyandırıcı] başlıklı ahlâk kitabında, insanları ayaklarından yakalayan muhkem tuzakları şöyle tasvir eder: "Kimi avrat sohbeti tuzağına tutulmuştur, gece ve gündüz ömrünü harc edüp, taat ve ibadette gevşek olup belki terk edüp başını ayağını enva-ı zinetle bezer. Ve kimi dahî oğul, kız muhabbeti tuzağına giriftar olmuştur. Ve kimi dahî altın gümüş muhabbeti tuzağına düşmüştür..."³³

8. Doğuluğu ve doğruları sevmesi, yalandan ve yalancılardan nefret etmesi lâzımdır.

James O'Toole ve Max DePree'nin ayrı ayrı sıraladıkları liderlik vasıflarının birincisi dürüstlüktür. "Lider, ilkelerinden vazgeçmeyen ve davranışına doğruluğu hâkim kılandır."³⁴ Doğuluğu şiar edinmeyen dostu olmaz, dostu olmayan hiçbir alanda mesafe katedemez. Aşık Paşa, asırlar önce şöyle diyordu: Yalnız başına alplık olmaz. "Çün kafadar olmasa pes neyleye / Dört yanını kendi nice bekleye?" Sarı Mehmet Paşa, yalancılığın şeytan sıfatı olduğunu söylüyor: "Kişi daima sadakat üzere olup doğruluktan ayrılmamak gerekdir. Zira sadakat merâtib-i muhabbetin a'lâsıdır."

32 Mehmet Ali Ayni, (1993), (1939), *Türk Ahlakçıları*, İstanbul: kitabevi, s. 139

33 M Ali Ayni, s. 49

34 Boyett ve Boyett, s. 4 ve 7

9. Ulu olması ve ululuğu sevmesi lâzımdır ki utandırıcı şeylere düşmesin ve tabiatıyla hep yüksek şeyleri arasın ve gümüşle altın gibi şeylere ve diğer dünyalıklara göz koymasın.

Soyluluk, duyarlılık, ruh yüceliği, çağdaş liderlerde de aranan, ama pek az bulunan sıfatlar. Sarı Mehmet Paşa, vezir-i âzamdan başlayarak, bütün yöneticiler “gerek hizmette, gerek övmeye ne ederlerse doğru ve gönülden edeler; bozgunculuk ve hoşla gitmek için yapmayalar” diyor. Hizmeti bir yana bırakıp mal mülk edinme sevdasına kapılmayalar.³⁵ Kınalızade, yüksek idareci ve askerlerin ticaret işlerine bulaşmasını düzen bozucu olarak niteliyor: “Kısra Hürmüz’ün bazı vezirleri, başka beldelerden çok kıymetli taşlar ve cevherler geldiğini, şayet hükümdar adına bunlar satın alınırsa daha çok para ile satılabileceğini arz ettiler. Hükümdar şu cevabî mektubu yazdı: Cenab-ı Hak bize saltanat ve hükümdarlık nasip etti. Halkımıza da ticaretle uğraşmak ve bu yoldan rızık temin etmek nimetini verdi. Eğer biz ticaretle meşgul olursak, hükümdarlığı ve devlet idaresini kim yerine getirir? Ticaretle meşgul olanlar ne ile uğraşırlar?”³⁶ Nişancı Mustafa Paşa, “adam dört nesne ile ulu olur,” diyor: Edeb, sıdk, iffet ve emanet.

10. Adaleti ve adalet ehlini sevmesi, istibdattan, zulümden ve zalimlerden nefret etmesi lâzımdır ki hem kendi akrabasından, hem başkalarından hak arasın, onları hakka davet etsin, istibdat kurbanlarının imdadına yetişsin, iyi ve güzel bildiği her şeyi desteklesin.

Hakiki liderin en temel sıfatı adil olmaktır. Karaca Hisar’ın fethinden sonra, Osman Gazi’nin takındığı tavır, Osmanlı liderliğinin niçin altı asır sürebilmiş olduğunu çok iyi göstermektedir. Aşıkpaşazâde’den özetleyelim: “Pazar kuruldu ve hutbe okundu. Bu halk kanun ister oldu. Germiyan’dan biri geldi. “Bu pazarın vergisini bana satın,” dedi. Osman Gazi sordu: “Vergi nedir?” Adam dedi: “Pazara ne gelse ben ondan para alırım.” Osman Gazi: “Senin bu pazara gelenlerde alacağın mı var ki para istersin?” Adam: “Hânım! Bu töredir. Bütün memleketlerde vardır ki padişah olanlar alır.” Osman Gazi sordu: “Tanrı mı buyurdu, yoksa beğler kendileri mi yaptı?” Adam yine: “Töredir Hânım! Ezelden kalmıştır” diye cevap verdi. Osman Gazi çok öfkelenildi: “Bir kişinin kazandığı başkasının olur mu? Ben onun malına ne koydum ki bana akça ver diyeyim? Bre kişi! Var, git! Sana ziyanım dokunur!” dedi. Bunun

35 Defterdar, s. 16.

üzerine halk dedi ki: “Hânım! Bu pazarı bekleyenlere âdettir ki bir nesnecik vereler.” Osman Gazi: “Madem ki böyle diyorsunuz, öyleyse bir yük getirip satan herkes iki akça versin. Satamayan bir şey vermesin” dedi.³⁶

Kınalızade, devlet başkanının adalet sahibi olmasının zaruri olduğunu belirtiyor: “Zira adalet hazineyi dolduran bir tatbikattır. Hazine, memleketin mamur olmasıyla vücut bulur. Memleket harab olunca hazineden eser kalmaz. Devlet maldan, halk ise zenginlikten nasipsiz kalır. Memleketin imarı adalete bağlıdır.”

11. Mutedil mizacda olmalı ki kendisinden adalet istendiği zaman şiddet göstermesin, titizlik ve aksilik etmesin; istibdata ve kötülüğe çağrıldığı zaman şiddet ve aksilik göstereyin.

Sarı Mehmet Paşa: Öfkeli ve kötü huylu olmak çirkin işlerdendir. Sabır otu balı nasıl bozarsa, öfke de imanı öylece bozar. Güzel huy, herkese sevgi göstermek ve onlarla iyi geçinmektir. “Güzel huy dinin yarısıdır” buyurulmuştur.

12. Büyük bir azim ve irade sahibi olmalı ki zaruri bulduğu şeyleri gerçekleştirmek hususunda cesaret göstereyin, korkak veya yumuşak olmasın.

Yukarıda işaret edildiği üzere, Aşık Paşa alplığın ilk şartını şecaat ve yürek sahibi olmak şeklinde vazediyordu: “Kişi alp olmaklığa âlet gerek / Evveli şol kim ola muhkem yürek.” Cesaret ve yürekliliğin temel liderlik şartı olduğu hemen hemen bütün çağdaş yönetim bilginleri tarafından teyit edilmektedir. Biz yine klasik bir örnekle yetinelim: Osman Gazi, Karaca Hisar’ı fethettikten sonra, halk toplanıp “Cuma namazı kılalım ve bir kadı isteyelim” dediler. Dursun Fakı, meseleyi Osman Gazi’nin kayınatası Ede Balı’ya açtı. Osman Gazi araya girip, “Size ne lâzımsa onu yapın!” dedi. Dursun Fakı: “Hânım! Selçuklu Sultanı’ndan izin gerektir” dedi. Osman Gazi azminde sebat etti: “Bu şehri ben kendi kılıcımla aldım. Bunda sultanın ne dahli var ki ondan izin alayım? Ona sultanlık veren Allah, bana da gaza ile hanlık verdi. Eğer minneti şu sancak ise, ben kendim dahi sancak kaldırıp kâfirlerle uğraştım. Eğer o, ben Selçuk Hanedanımdanım derse, ben de Gök Alp oğluyum derim. Eğer bu ülkeye ben onlardan önce geldim derse, Süleyman Şah dedem de ondan evvel

36 Atsız, N. (1970), *Aşıkpaşaoğlu Tarihi*, İstanbul: MEB, s. 23.

geldi.” Halk razı oldu. Kadılığı ve hatipliği Dursun Fakı’ya verdi. Cuma hutbesi ilkönce Karaca Hisar’da okundu. Bayram namazını orda kıldılar.³⁷

Farabi, on iki şartı sıraladıktan sonra şöyle sorar: Bütün bu meziyetler bir tek kişide toplanmadığı zaman ne olacaktır? Cevap: “Eğer fazıl şehirde bir kimse riyaset şartlarının ilk altısını veya beşini kendinde toplarsa, muhayyile kuvvetine ait olan diğer meziyetler kendinde olmasa bile, reis olur.” Reiste şu altı özelliğin bulunması gözetilir:

1. Hakîm (hikmet sahibi) olması.
2. Kendinden önce gelenlerin şehre verdikleri kanun ve düsturları bilip bellemesi ve bütün işlerinde onların izinden, bu kanunlar mucibince, hareket etmesi.
3. Eskilerin kanuna bağlamadıkları hususlar hakkında iyi istinbatlarda (çıkarımlarda) bulunması ve istinbatlarında eskilerin izinden yürümesi.
4. Eskilerin tabiatıyla meşgul olmadıkları bugünkü meseleler hakkında iyi hükümler verebilmesi için kuvvetli istinbatlarda bulunması ve istinbatlarının şehir menfaatlerinden mülhem olması.
5. Eskilerin hukuk düzenlerini ve onların izlerinden giderek kendisinin istinbat ettiği kanunları iyi konuşarak öğretebilmesi.
6. Harb yorgunluklarına bedenen mütehammil olması ve harb sanatının aslı ve tâli özelliklerini bilmesi.

Peki, bu özellikler birden fazla kişide bulunursa ne olur? Cevap: “Bunlardan biri hikmet sahibi, diğeri de öteki şartları haizse, her ikisi de reis olurlar. Eğer bu şartlar muhtelif kimseler arasında dağılmış bulunursa ve bunların birincisinde hikmet, ikincisinde 2., üçüncüsünde 3., dördüncüde 4., beşincide 5., altıncıda 6. şart bulunursa ve bunlar birbirleriyle anlaşmış ve uzlaşmış olurlarsa hepsi de reis olurlar. Fakat hikmet riyasetin şartı olmaktan çıktığı gün, diğer şartlar bulunmuş olsa da, fazıl şehir kralsız kalır. Kendisine teslim olacak bir hakîm (hikmet sahibi) bulmayan şehir, gecikmez yıkılır.”

37 Atsız, a.g.e., s. 22.

KAYNAKLAR

- Atsız, N. (1970), **Aşıkpaşaoğlu Tarihi**, İstanbul: MEB.
- Aynî, M. A. (1993), (1939), **Türk Ahlâkçıları**, İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Blank, W. (1995), **The Nine Natural Laws of Leadership**, New York: Amacom.
- Boyett, J. ve J. Boyett (1998), **The Guru Guide**, New York: John Wiley and Sons.
- Covey, S. R., (1991), **Principle–Centered Leadership**, New York: Summit.
- Covey, S. R., (1996). **Etkili İnsanların 7 Ahşkanlığı**, İstanbul: Varlık.
- Defterdar Sarı Mehmet Paşa, (1987), **Devlet Adamlarına Öğütler** (Nesâyihü'l–Vüzerâ ve'l–Ümerâ), İstanbul: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Eflatun, (1997), **Protagoras**, İstanbul: MEB Yayınevi.
- Esed, M., (1996), : **Kur'an Mesajı**, İstanbul: İşaret Yayınları, Cilt II.
- Gardner, J. (1990), **On Leadership**, New York: Free Press.
- Heim, P. ve E. N. Chapman, (1991), **Learning to Lead**, London: Kogan.
- Fayol H., (1949) *General and Industrial Management*, New York: Pitman,
- Herbert A. S., (1960), **The New Science of Management Decision**, New York: Harper and Row,
- İGİAD (2008), **İş Ahlâkı Sempozyumu Bildirileri**, İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği.
- İskender, Keykavus b, (TY), **Kâbusnâme (İlyasoğlu Mercimek Ahmed çevirisi)**, İstanbul: Tercüman, ts, Cilt I.
- Kınalızâde Ali Efendi, (TY), **Devlet ve Aile Ahlâkı**, İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eser, 69, ts, Cilt II.
- Kitab–ı Mukaddes, Çıkış, (Exodus), Bab 18**
- Machiavelli, N., (2008), **Hükümdar**, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Nasır-ı Husrev, (1989), **Saadet-Name**, Ankara: MEB, 1989.

Nizamülmülk, (1987), **Siyasetnâme (Siyeru'l-Mülûk)**, İstanbul: Dergâh.

O'Toole, James, (1996), **Leading Change: the Argument for Value-Based Leadership**, New York: Ballantine Books

Platon, (2008), **Devlet**, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, XIV. Baskı.

Pugh, D. S. ve D. J. Hickson (1996), **Writers on Organizations**, London: Penguin.

Schein, E., (1995), "Organizational and Managerial Culture as a Facilitator or Inhibitor of Organizational Learning," **MIT Organizational Learning Network Working Paper 3831**

Senge, P. M., (1990), **The Fifth Discipline**, London: Century Business,

Weick, K. E. (1995), **Sensemaking in Organizations**, London: Sage.

İkinci Bölüm
GENEL OLARAK İŞ AHLÂKI

3. AKADEMİK BİR DİSİPLİN OLARAK İŞ AHLÂKI

Hüsnü Kapu *

GİRİŞ

İşletmelerde iş ahlâkının ön plana çıkması ve özellikle akademik bir disiplin çerçevesinde tartışılır hale gelmesi oldukça yenidir. Özellikle son yıllarda sıkça görülen para cezaları, normal çalışma programlarının bozulması, çalışma ahlâkının bozulması, şirket ele geçirme uygulamalarının artması, firmanın unvanına yönelik kamu güveninin azalması ve mahkemelere yansıyan şirket sıkandalları bu tartışmayı tetikleyen önemli nedenler olmuştur. Hisse senedi ve tahvillerin iç satışı (insider trading), rüşvet olayları, belgelerin tahrip edilmesi, aldatici reklamlar ve kusurlu ürünler, ahlâkî standartların çöküşünü gösteren problemlerden birkaçıdır. Aynı şekilde, çıkar çatışmaları, haksız talepler, sağlığa zarar veren ürünlerin (uyuşturucu maddeler, alkol vs.) satışı, finansal kurumlar tarafından gerçekleştirilen kara para aklama işlemleri gibi faaliyetler oldukça sıradan bir olgu haline gelmiştir. Aynı şekilde yazılı ve görsel medyada hemen her gün, sağlık, bilim, din, spor, işletme ve siyaset alanında, ahlâkî olmayan davranış ve tutumlarla ilgili haberler okumakta ve izlemekteyiz. Kimi zaman bu haberler, uzun süre ülkelerin gündemini belirleyici konuma da gelmiştir.

ABD’de yapılan bir araştırmada, ülke genelinde işletme yöneticilerinin % 60’ından fazlası, insanların işleriyle ilgili faaliyetlerinde bazen gayri ahlâkî davranışlarda bulduklarına inandıklarını ortaya çıkarmıştır. Yine bu araştırmaya göre, küçük işletme sahiplerinin % 36’sı ve işletme yöneticilerinin % 69’unun ahlâkî olmayan standartlara sahip olmanın doğru olduğuna inandıkları tespit edilmiştir. Söz konusu araştırmada, en fazla ahlâkî problemlerin görüldüğü grupları ise sırasıyla siyasetçi, hukukçu, işletme yöneticileri ve girişimciler olarak ifade edilmektedir. Aynı araştırmada, iş adamlarına, belirli organizasyon ya da yapılarda iş yaptıklarında, yasaları ihlal edip etmedikleri, onlara bağlı kalıp kalmadıkları, yasaklar ve kabul edilebilir uygulamalar hakkında sorular sorulmuştur. Buna göre, yaklaşık olarak yarısı, taahhüt edilen mal miktarının zamanında verilmemesi, alıcılara ve üreticilere satışlarını şişirerek gösterme, müşteri çalmaya teşebbüs etmek, bilgi korsanlığı yapmak,

* Yrd. Doç. Dr., Kafkas Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü. Öğretim Üyesi.

iş görüşmelerinin gizliliğini ihlal eden sorular sormak, sahte çek düzenlemek, ürünleri satın almaksızın deneme bahanesiyle kullanmak ve satıcılara malı gereğinden fazla övmek gibi birçok gayri ahlâki davranışlar içine girdiklerini belirtmişlerdir¹.

Günümüzde ahlâkî problemler, sadece işletmeler ve iş dünyasıyla sınırlı kalmamakta, bunun yanında müzik endüstrisi, spor dünyası ve hatta çeşitli amaçlarla kurulmuş sivil toplum organizasyonlarında bile çözülmesi gereken önemli bir konu olmaya devam etmektedir. Siyasette de çeşitli politikacıların ve bazı yüksek kademedeki bürokratların, ahlâkî zaafı sonucu yüz kızartıcı suçlardan dolayı istifa ettikleri görülmektedir. Özellikle ülkemizde, seksenli yıllardan başlayarak günümüze kadar basına yansıyan ve bir kısmı mahkemelerce teyit edilen İLKSAN, İSKİ, Civangate, 2001 Krizine yol açan bankacılık sektöründeki usulsüzlükler bunlardan bir kaçıdır. Birçok ahlâkî problem, rüşvet, cinsel taciz ve adam kayırma örneklerini görmek mümkündür.

Gerek iş dünyasında ve gerekse toplumların diğer yaşam alanlarında karşılaşılan önemli sorunlardan birisi de ayrımcılık konusudur. İşletmelerde bireyler, iş ile ilgili yetenek ve maharetlerinin dışında, sahip olunmasında tercih şansının olmadığı birtakım özelliklerinden (cinsiyet, etnik köken, ırk vb.) dolayı farklı muamelelere maruz kalmaktadırlar. Irk, cinsiyet ve etnisiteye yönelik önyargılar, iş dünyasında var olan önemli bir ahlâkî sorun olarak hala güncelliğini korumaktadır.

Kısacası ahlâk, hem çalışanlar için ve hem de yöneticiler ve organizasyonlar için hayati bir konu haline gelmiştir. Bu önemlilik, artık çalışan bireyler daha çok ahlâki standartlara göre faaliyette bulunan organizasyonlarda çalışmayı tercih etmeye başlamalarından kaynaklanmaktadır. Bireyler, böyle ortamlarda kendilerini daha iyi hissediyor ve çalıştıkları işten daha çok tatmin oluyorlar. Konunun yöneticiler açısından önemi ise, kendi çalışanlarının suç teşkil edecek davranışlarını önlemede başvurdukları bir kaynak olmasındandır. Günümüzde, iş ahlâki konusunun, medyadaki günlük sorunlar olarak, şirketlerin her alanına yayıldığı görülmektedir. Şirket liderleri, ahlâki standartlara ilişkin vaatlerinde daha çok istekli olmuşlardır. İşletmeler, iş ahlâki seminer ve konferansları düzenlemekte ve birçok şirket kendi çalışanları arasında ahlâki davranışı cesaretlendirmek ve teşvik etmek için organize çabalara başlamıştır.

¹ O. C. Ferrell ve J. Fraedrich, (1994), **Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases**, Boston: Houghton Mifflin Company, s. 5.

Bu doğrultuda birçok yönetici, yüksek ahlâki standartlar oluşturmalarına rağmen, diğer bir kısmı da ahlâkın ekonomi ile uzlaşabileceğine inanmamış ve ahlâkı kişisel karakterin bir unsuru olarak kabul etmişlerdir. Organizasyonlar ise, kendi üyelerine kabul edilebilir veya kabul edilemez davranışların sınırlarını anlayabilmelerine yardımcı olmak için iş ahlâkına başvurumaktadırlar. Bu alan, sadece bir bireyin kişisel ahlâkının artması veya azalması sorunu değildir. Artık günümüzde birçok insan, bir organizasyonun güçlü ahlâkî değerlere sahip bireyleri çalıştırdığı müddetçe, iyi ve ahlâkî bir organizasyon olabileceğine inanmaktadır².

Kısacası işletmelerdeki ahlâki problemler, en az işletmeler kadar eskidir. Bu problemler genellikle, güven, monopolcü yapılar, çocuk işgücü, çalışma saatleri ve koşulları, gelirin dağılımı, ayrımcılık, çevre sorunları ve ürün güvenliği gibi konularla ilgili olmuştur. İnsanlık tarihine bakıldığında, Hamurabi Kanunları'ndan binlerce yıl önce yazılmış olan kutsal kitaplara kadar, hepsinde bu konularla ilgili öneri, emir ve yasakları görmek mümkündür. Çünkü işletme faaliyetleri de insan yaşamının bir parçasıdır. İnsan hayatı bir bütün olarak ele alındığında, işletmeyle ilgili faaliyetler de bu ilkelerden bağımsız düşünülemez.

Yukarıda ifade edilen durum ve problemlerden de anlaşılacağı gibi, iş ahlâkı ile ilgili çalışma ve araştırmaların yapılması artık bir zorunluluk olmuştur. İş ahlâkı çalışmaları, özellikle ahlâkî sorunları tanımlayabilmemiz ve bunların çözümü için kullanışlı yaklaşımlar edinmemiz açısından büyük önem taşımaktadır. Aynı zamanda, böyle bir inceleme, ahlâkî karar alma süreci ve organizasyonlardaki ahlâkî davranışları kontrol yolları hakkında daha fazla bilgi edinmemizi sağlayacaktır. İş ahlâkını inceleyerek, içinde çalıştığımız organizasyonla, sahip olduğumuz kişisel değerler arasındaki çatışmayla nasıl başa çıkacağımızı anlamaya başlayabiliriz.

Ahlâk ile işletme arasındaki özel ilişki ise, bireylerin işletmelerdeki faaliyetlerinde neyi amaç edinmeleri gerektiği (insanlar için iyi olan nedir?) veya insanlar için doğru olan eylemlerin hangileri olduğunun belirlenmesi aşamasında ortaya çıkmaktadır. Ahlâk son tahlilde insanlar için neyin doğru ve iyi olduğunu araştırmaktadır. İş ahlâkı ise, işletme kurumlarını, uygulamalarını ve bazı yaşam değerleri kaynaklı eylemlerini anlamaya çabalamaktadır. İşlet-

2 L. K. Trevino ve K. A. Nelson, (1999), *Managing Business Ethics*, New York: John Wiley and Sons, s. 22-23.

me, etki alanıyla birlikte bütün olarak düşünülürken, reklam ve tutundurma faaliyetleri, ürün güvenliği, doğal kaynakların kullanımı, ekonomik ve çevresel kirlilik, çalışanların hakları ve yükümlülükleri gibi konular bağlamında iş ahlâkının ilgi alanına girmektedir. Bu yüzden sorunların analiz edilmesi için, spesifik işletme uygulamalarıyla birlikte, genel ahlâk teorisinin sistematik olarak ele alınması zorunluluk arz etmektedir. Onun için ahlâk teorisiyle ilgili tartışmalara başlamadan önce ahlâk kavramının literatürdeki kullanma biçimleriyle birlikte incelenmesi faydalı olacaktır.

I. AHLÂK KAVRAMIYLA İLGİLİ TARTIŞMALAR

A. AHLÂKIN DOĞASI

MacIntyre, ahlâk felsefesinin genellikle ikincil veya tesadüfi bir önemi olan konuların tarihi gibi algılandığını belirtmektedir. Bu tutumun nedeninin ise, ahlâk ile ilgili kavramların kendi tarihsel bağlamlarından ve literatüründen koparılıp incelenmesinden ve bu şekilde algılanmasından kaynaklandığı belirtmektedir. Bu açıdan ahlâk kavramı, günlük konuşmalarda genellikle birbiriyle karıştırılan “ethics” ve “morality” kavramlarıyla ifade edildiğini ve bazı ahlâk felsefecilerinin, bu iki kavramı aynı anlamda kullanmakla beraber; büyük bir çoğunluğu, ahlâkı incelemeye başlarken öncelikle ‘etik’ ile ‘moral’ kavramları arasındaki farklılığı veya ilişkiyi belirtmeye çalıştıklarını söylemektedir. Yine ahlâk felsefesi literatüründe, bu kavramlar arasında ince ve önemli bir farkın olduğunu, ancak aralarındaki bu ince farklılığı tam anlamıyla ortaya çıkarmanın da zor olduğunu ifade etmektedir³.

Etik kavramını doğru bir şekilde anlamamız için B. Ley Toffler, öncelikle Grek medeniyetinde ‘toplumun duygu ve karakteri’ anlamına gelen ‘ethos’ kavramına bakılmasını önermektedir⁴. “Kültürel ethos” dendiğinde, bir kültüre veya alt kültüre ayırt edici özelliğini kazandıran ya da o kültürün özel niteliğini belirleyen hâkim değerlerin, fikirlerin ve ideallerin tümü anlaşılır. Ethos’a ancak bir soyutlama yaparak ve ideal olanı arayıp bularak ulaşılabilir. Ethos’tan türetilmiş “etik” terimi de, özel anlamda ya da teknik bir terim olarak kullanıldığında, ideal olana, soyut olana işaret eder. Etik, değerlerin ve moral ilkelerin incelenerek kurallar halinde ortaya konulması sonucunda olu-

3 A. Mac Intyre, (1991), *A Short History of Ethics*, London: Routledge, s. 1-2.

4 G. F. Shea, (1988), *Practical Ethics*, New York: AMA Membership Publications Division, s. 15.

şur. Bu anlamıyla etik, bir ahlâk sistemini, bir ahlâk görüşünü ya da anlayışını yansıtmaktadır. Bu bakımdan etik toplumda yaygın olan moral değerlerden daha özel, daha bireysel ve daha felsefidir. Bir iş ya da meslek ahlâkından söz ettiğimiz zaman, burada kastedilen genel bir ahlâk değil, etik olarak ifade edilen özel bir ahlâktır⁵.

Morals kavramı ise Latin geleneğine aittir. Latince mos, moris ve mos kelimesinin çoğulu olan mores kelimesinden türetilmiştir. Sosyolojik anlamda 'mores' (görenek, adetler, alışkanlıklar, davranış ya da yaşam şekli), toplum içerisinde yapılması ve uyulması toplumca arzu edilen, beğenilen hareketlerden çok daha fazla yaptırım gücü olan, uyulmadığı veya uygulanmadığı zaman toplumun şiddetle tepki göstermesine neden olan, sosyal olarak cezalandırılan davranışlar ya da normlardır. Bu davranış şekilleri ya da normlar, bütün bir gruba veya topluma mal olmuş, yaygın davranış kurallarıdır. Doğruya ve iyiye yönelmeyi sağlar. Doğruya ve iyiye yönelik olan bu kuralların tümü o toplum için geçerli olan moral değerlerdir⁶. Görüldüğü gibi batı dillerinde moral ve etik terimlerin Türkçe'deki karşılığı ahlâktır. Tekil karakterli bu terim, Arap dilindeki hulk kelimesinin çoğuludur. Hulk, karakter yapısı, huy ve mizaç gibi anlamlar taşır. İnsanın fiziki yapısı için halk, manevi yapısı için hulk kavramları kullanılmaktadır. Halk, zahiri yaratılışa; hulk, kişinin psikolojik yaratılışına yani karakterine işaret eder⁷.

Poyraz'ın ifade ettiği gibi, etimolojik paralelliğe ve anlamca yakınlığa rağmen, gerek moral ve gerekse etik terimlerinin farklı anlamlarda kullanılma alışkanlığı vardır. Buna göre her iki kelime aynı anlamlara (töre, gelenek, alışkanlık) gelseler bile moral'in işaret ettiği manada "bir bireyin bir halkın, bir toplumsal sınıfın, bir çağın bilinçli yaşamına hakim olan inanç ve tasarımlar topluluğuna ahlâk (moral), bunların toplumsal olgu olarak yaşanmasına ahlâklılık (moralite), bu inanç ve tasarımlara yönelen insani tutumlara ve bu tutumlara göre yönlendirilen eylemler hakkında verilen (doğru veya yanlış) yargılara ahlâki denilmektedir. Etimolojik olarak aynı anlama gelseler de, ahlâkın olgusal ve tarihsel olarak yaşanan bir şey olmasına karşılık, etik, bu olgunun kendisine yönelik araştırmadır⁸. Bu bağlamda ahlâk, etik ile özdeş olarak görülmektedir ve herhangi bir türden moral geliştirmekten ziyade, ahlâki bağıntıların niteliği üzerinde genel bir görüş elde etmek ister. Bu ise

5 G. F. Darly, (1994), *Applied Professional Ethics*, Boston: University Press on., s. 9.

6 R. M. Kidder, (1994), *How Good People Make Tough Choices*, New York: Random House, s. 63.

7 O. Pazarlı, (1993), *İslam'da Ahlâk*, İstanbul: Remzi Kitabevi, s. 11.

8 H. Poyraz, (1996), *Dil ve Ahlak*, Ankara: Vadi Yayınları, s. 21.

tek tek morallerle değil, genel geçer etik bağıntılarla mümkündür. ‘Etik’ ve ‘moral’ kavramlarının ilk çıkış kaynaklarını ve ifade ettikleri anlamları belirttikten sonra, şimdi, bu iki kavram arasındaki farklılık veya ilişkiyi daha iyi anlamak için etik ve moral’in bazı tanımlamalarını vermek faydalı olacaktır.

Gordon Shea, ahlâk konusu üzerine yapmış olduğu çalışmasında moral ve etik kavramlarıyla ilgili tanımlamaları farklı yönleriyle ele almaktadır. Shea’ye göre moral ya da moralite, insan davranış ve karakterinin iyilik ya da kötülüğünün yargılanması ya da iyi ve kötü anlayışın ayırt edilmesi ile ilgilenmektedir. Moralite, doğru ve yanlış bir anlayış ya da vicdandan kaynaklanır. İyiliğin emir ve standartlarına uygun olmak ya da davranmaktır. Moralite, gerçek delil veya ispatlardan ziyade, güçlü olasılık ya da sabit bir inanç üzerine temellenmiştir. Sonuç olarak, ifade edilmiş bir emir, genel bir hakikat ya da bir ilkedir. İyi ve kötü şeyin öğreticisidir. Burada asıl anlatılmak istenen, iyi ya da kötünün kabul edilmiş bazı standartlarına göre yapılan yargılamadır. Etik ise, doğru ya da yanlışın ne olduğu veya moral görev ya da yükümlülükler ile ilgilenen bir disiplindir. Bir takım moral değerler ya da prensipler setidir. Moral değerlerin özel bir teori ya da sistemidir. Bir birey ya da mesleğin davranışlarını yönlendiren prensipler veya davranış standartlarıdır. Kısacası bir kişi ya da grup tarafından gösterilmiş ideal bir karakterdir. Ahlâki nosyona sahip bir kişinin içinde bulunduğu yer ve geleneğe, bu yer ve geleneğin koşulları altında kendi yerini belirlemesidir. Sosyal olarak ya da mesleki olarak kabul edilen bir kural veya davranış standardına uygun davranmasıdır. Burada asıl olan, bir davranış kuralı ya da standardına uygunluktur⁹.

Etik ve moral kavramları arasındaki farklılık ve ilişkiyi yukarıdaki gibi belirttikten sonra; şimdi daha özel olana işaret eden ve pratik hayata yönelik olan etik kavramı incelenecektir. Çalışmanın bundan sonraki aşamalarında ahlâk kavramı etik’i karşılayacak şekilde kullanılacaktır.

B. AHLÂKIN TANIMI

Ahlâk, doğru ve yanlış davranışı tanımlayan bir kurallar setidir. Ahlâki yükümlülük ve ödevler ile iyi ve kötünün ne olduğu ile ilgilenen bir disiplindir. Ahlâk, bireyin bireysel bütünlüğünün dışı yansıması olan kişisel karakterinin ifadesi, bireyin bireysel yaşamını belirleyen kurallar dizgesi veya bir topluluk

9 Shea, s. 15.

ya da toplum için uygun davranış kuralları olarak tanımlanmıştır. Doğru ve yanlış ya da iyi ve kötü gibi sade bir hakikat şeklinde ifade edilen yönüyle ahlâk, aynı zamanda çoğu insanın anladığı ve desteklediği doğru şeyleri yapmak olarak da ifade edilebilir. Topluluk ya da toplumlar için uygun davranış kurallarından kasıt, toplum içinde benzer veya farklı değer sistemlerine sahip bireylerin, kendi yaşamlarını güvenle yaşamalarına izin veren ahlâki bir ideali oluşturmaktır¹⁰. Ayrıca ahlâk, günlük yaşam üzerine yüklenmiş ve ondan ayrılmış bir soyut prensipler seti değil; görünürde zarif fakat gerçekte, sonu olmayan sürekli anlaşma ve uzlaşmalarla dolu ve çok güçlü dokuları olan bir yaşam şekli olarak da ifade edilmektedir. Karşılıklı çıkarların kaçınılmaz surette birbirine bağlı olduğu bireylerin yaşadığı sosyal bir düzende, asli bir unsur olan ‘şey’in farkında değildir. Yani tecrübe olarak yapılan, iyi bir karşılıklı anlaşmalar sanatıdır¹¹.

Toplum tarafından kabul edilen ahlâki kurallar, davranışlarımızın ne zaman kabul edilebilir olduğu veya ne zaman kabul edilemez ya da yanlış olabileceğini bize söylemektedir. Başka bir ifade ile ahlâk, nasıl hareket etmemiz veya hayatımızı nasıl yaşamamız gerektiğiyle ilgilenmektedir. Yani ahlâk herhangi bir insan varlığının sorduğu en temel soru olan “Nasıl yaşamalıyız?”ın cevabını içeren bir kurallar dizgesidir. Bu anlamda ahlâk, kendisiyle nasıl hareket etmemiz, nasıl seçim yapmamız ve nasıl davranmamız gerektiğini belirlediğinden uygulanabilir¹². Yukarıdaki ifadelerden anlaşılacağı gibi, ahlâkın şu süreçleri içerdiği görülmektedir: 1– Davranış ve inanç sorunları arasındaki ayrımları belirlemek, 2– Sorunların nasıl tanımlanacağına karar vermek, 3– Herhangi bir durumda uygulayacağımız ahlâki prensiplerin neler olduğuna karar vermek.

Kısacası ahlâk, bizim başkaları hakkında nasıl düşünmemiz veya onlara karşı nasıl davranmamız gerektiğini ya da başkalarının bizim hakkımızda nasıl düşünmesi ve davranması gerektiğini gösteren standartlardır. Yani bireylerin günlük yaşamlarında kendi davranış ve eylemlerinde kendilerine yol gösteren ve bilinçli olarak tercih ettikleri ahlâki ilkelere. Bütün bu anlatılanlardan ahlâkın, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi insanların eylem ve karar alma süreçlerini inceleyen ve tanımlayan diğer sosyal bilimlerden farklı olarak normatif bir özelliğinin olduğu görülmektedir.

10 A. Ghillyer, (2008), **Business Ethics**, New York: McGraw-Hill, s. 6.

11 R. C. Solomon ve K., Hansen, (1991), **It's Good Business**, New York, s. 5–6.

12 L. P. Hartman ve J. Desjardins, (2008), **Business Ethics**, New York: McGraw-Hill, s. 8.

Laura Hartman, ahlâkın temel sorusu olan “nasıl yaşamalıyız?”ın iki şekilde yorumlanabileceğini belirtmektedir. Buradaki “biz” kavramının bireyler olarak her birimiz ya da bir bütün olarak hepimiz anlamına gelebileceğini ifade etmektedir. İlk anlamıyla ele alındığında bu soru, hayatımı nasıl yaşamalıyım, nasıl hareket etmeliyim, ne yapmalıyım ve ne tür bir birey olmalıyım ile ilgili olacağını ve bu anlamıyla ahlâk, “kişisel bütünlük” kavramıyla ifade edilen ahlâkın başka bir görünümüne işaret ettiğini söylemektedir. İkinci anlamıyla ele alındığında ise, “nasıl yaşamalıyız?” sorusunun, bir toplum içinde birlikte nasıl yaşamamız gerektiğine işaret ettiğini ve söz konusu sorunun, bir toplum veya işletmeler gibi sosyal kurumların nasıl yapılandırılması gerektiği veya birlikte nasıl yaşamamız gerektiğiyle ilgili olacağını aktarmaktadır. Bu alanın bazen “sosyal ahlâk” olarak da ifade edildiğini ve adalet, kamu idaresi, hukuk, temel erdemler, örgütsel yapılar ve siyaset felsefesinin sorunlarını selenlendirdiğini söylemektedir. Bu anlamda iş ahlâkı, daha çok işletmelerin nasıl inşa edilmeleri gerektiğiyle ilgilenmektedir¹³.

C. AHLÂKIN KAYNAĞI

Üzerinde durulması gereken önemli bir konu ise, ahlâkın yukarıdaki tanımında ifade edilen doğru ve yanlış ya da iyi ve kötü davranışın kabul edilebilir standardının ne olduğu veya hangi temel kaynaklara dayandığının belirlenmesidir. Doğru ve yanlış davranışın standardının ve meşruluk kaynağının temelde bireylerin içinde yaşadıkları toplumda var olan dinler, gelenekler ve inançlara dayandığı ifade edilmektedir. Bu inançların ise aile, etnik geçmiş, din, eğitim, arkadaşlıklar, medya ve kişisel rol modelleri gibi birçok farklı kaynaktan beslendiği görülmektedir¹⁴. Kişisel ahlâki duruşunuz, yaşamınız boyunca sizi inşa eden bütün bu grupların etkilerinin bir toplamını sunmaktadır. İyi bir aile terbiyesi ya da dini eğitim, sizin kişisel ahlâki standartlarınız üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olacaktır ve bu yüzden günlük yaşantınızda yapacağınız tercihlerde size yol gösteren ahlâki bir yönelim sağlayacaktır.

Bireyler kişisel ahlâk standartlarını, alfabeyi öğrendikleri gibi elde edemezler. Ahlâki davranış standartları, bireylerin içinde yaşadıkları toplumsal yapıda etkileşim içinde oldukları arkadaşları, aile üyeleri, ebeveynleri, akranları ve komşuları gibi etrafında yer alan aktörler tarafından sergilenen olumlu ya da olumsuz örnekler gözlemlenerek içselleştirilmektedir. Bu standartların birey

13 Hartman ve Desjardins, s. 10.

14 Ghillyer, s. 4.

tarafından benimsenmesi, onun için benzersiz olgular haline gelir. Örneğin bir birey, ailesinin dini inançlarının öğretilerinden etkilenebilir veya başkalarına karşı ahlâki olarak davranmanın dini bağlılığın bir delili olduğu inancını geliştirebilir. Böyle olmakla birlikte, bu bağlılık ölüm sonrasındaki kutsal bir ceza korkusu tarafından motive edileceği gibi, aynı zamanda erdemli bir hayat yaşadığı için bir ödül beklentisiyle de motive edilebilir. Bütün bunlara alternatif olarak bireyler, dini ahlâki kabul etmeyebilirler de veya kendi ahlâki davranışlarını, her hangi bir dini doktrin üzerine temellenen mutlak doğru ve yanlış kavramlarına dayandırmak yerine, insan varlığının deneyimlerine dayandırabilir.

Görüldüğü gibi ahlâk, temel insan ilişkileriyle ilgilenmektedir. Ahlâki kurallar, moral davranışların gerçekleşmesini sağlar. Örneğin bütün toplumlar, yalancılığ, hırsızlığı, hilekarlığı ve başkalarına zarar vermeyi yasaklayan ahlâki kurallara sahiptir. Aynı şekilde toplumlar, başkalarının haklarına saygı göstermeyi, başkalarına yardım etmeyi, vaatlerini yerine getirmeyi ve sadakati öneren ahlâki kurallara da sahiptir. Böyle davranış kuralları, organize olmuş yaşamın devamı ve muhafazası için esastır. Birçok insan için dini inançlar ve organizasyonlar, ahlâki belirleyiciler ve moral anlamların ana kaynağıdır. Aynı şekilde aile kurumu da, çocuğa gelişme aşamasında, kendi değer yargılarını şekillendiren doğru ve yanlış anlayışı ona kazandırmaktadır. Bunlara benzer etkileri olan diğer önemli kurumlar arasında okulları ve medyayı sayabiliriz. Bu eğitim ve öğretim deneyimlerinin hepsi, her bir bireyde bir ahlâk veya sosyal olarak kabul edilebilir davranış anlayışı geliştirmektedir.

D. AHLÂK VE DEĞERLER

Yukarıda ifade edildiği gibi ahlâkın normatif bir disiplin olduğunu söylemek, onun yerinde, uygun ve normal davranışın standartları olan “normlar”la ilgili olduğunu söylemek anlamına gelmektedir. Normlar ise, “ne yapmalıyız”, “nasıl hareket etmeliyiz”, ve “ne tür bir birey olmalıyız” gibi soruları cevaplandırmak için standartlar ve ilkeler inşa etmektedir. Başka bir ifadeyle normlar, belirli bir biçimde hareket etmek için geliştirilmiş ve elde edilmiş belirli değerlere başvurmaktadırlar. Güngör, değerleri bir toplumda paylaşılan benzer standart ve ilkeler olarak ifade etmekte ve bu ilke ve standartların davranış kodları haline getirilmesi sonucunda ise değer sisteminin oluştuğunu

belirtmektedir. Güngör'e göre değerler, bireylerin belirli bir yönde hareket etmeye ya da tercihte bulunmaya yönlendiren inançlardır. Yani bir şeyin arzu edilebilir veya edilemez olduğu hakkındaki inançtır. İnançlar olarak ele alındığında değerler, dünyamızın belli bir kısmıyla ilgili idrak, duygu ve bilgilerin bir terkibi olduğunu belirtmektedir. Değerleri, aynı zamanda bireyin başka bireyleri, onlara ait nitelikleri, istek ve niyetleri, davranışları değerlendirirken başvurulan kriterler olarak da görmektedir¹⁵.

Toplumsal yapı içinde finansal, dini, yasal, tarihsel, siyasal, bilimsel ve estetik gibi birçok farklı değer biçimlerinin var olduğu bilinmektedir. Bireylerin sahip oldukları kişisel değerleri kadar, kurumların da sahip oldukları değerleri vardır. Bir işletmenin sahip olduğu kültür, o işletme içinde normal olanın ne olduğuna yönelik beklentileri inşa eden tanımlanabilir değerlerin neler olduğunu göstermektedir. Bu normlar, çalışanlara işletmenin değerleri doğrultusunda veya değer atfettiği şekilde davranmaları için yol göstermektedir. Bu noktada belirtilmesi gereken önemli bir konu, bireylerin ya da şirketlerin aynı zamanda ahlâki olmayan değerlere de sahip olabilecekleridir¹⁶.

Farklı değer biçimlerini birbirinden ayırt edebilmek için öncelikle hizmet etikleri amaçlara bakılması gerekir. Örneğin finansal değerler parasal amaçlara, dini değerler manevi amaçlara, estetik değerler güzellik amacına, yasal değerler hukuk, düzen ve adalet amacına hizmet etmektedir. Görüldüğü gibi farklı değer tipleri, eylemler gerçekleştirilerek veya tercihler yapılarak ulaşılan amaçlar tarafından birbirinden ayrılmaktadır. O zaman ahlâki değerler, diğer değer biçimlerinden nasıl ayırt edilecek? Ahlâk ne tür amaçlara hizmet etmektedir? Yukarıda değerler, bireyleri belirli bir yönde hareket etmeye ve tercihte bulunmaya yönelten inançlar olarak tanımlanmıştı. Uygulamada ahlâki olmayan değerleri benimseyen işletme örnekleri de ifade edildi. Binlerce masum insan, bazı insanların kendi finansal ve egoistik çıkarlarını artırma çabaları sonucu zarar görmüştür. Bu örnek ahlâki değerlerin iki önemli unsurunu gündeme getirmektedir. Birincisi, ahlâki değerler insan iyiliğinin amaçlarına hizmet etmektedir. İnsan refahını geliştirmeyi amaç edinen eylemler ve tercihler, ahlâki değerlere dayanan eylem ve tercihlerdir. Bu noktada tartışma yaratan husus, insan refahı ya da iyiliğinin içine nelerin dahil edileceğiyle ilgilidir. Saygı, itibar, bütünlük ve anlam gibi mutluluk da insan refahı ve iyiliğinin bir parçasıdır. İkincisi ise, ahlâki değerler tarafından ge-

15 E. Güngör, (1993), *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar*, İstanbul: Ötügen, s. 29.

16 Hartman ve Desjardins, s. 12.

liştirilen refah, kişisel ya da bencil bir refah değildir. Ahlâk, tarafsız bir şekilde insan refahının geliştirilmesini gerekli görmektedir. Ahlâki perspektiften, hiçbir bireyin refahı, başka herhangi bir bireyinkinden daha değerli değildir. Ahlâki eylem ve tercihler bütün yönleriyle kabul edilebilir ve mantıklı olmalıdır. Bu yüzden, ahlâki değerler tarafsız bir şekilde insan refahını geliştiren inançlar ve ilkelerdir¹⁷.

E. DEĞER ÇATIŞMALARI

Bir bireyin ya da bir grubun değer sistemlerinin etkisi, bu değerlerin günlük yaşamlarını ne ölçüde etkiledikleriyle görülebilir. Böyle olmakla birlikte, yine de herhangi bir kişisel değer sisteminin teste tabi tutulacağı en önemli aşama, bireylerin gerçekleştirmeleri gereken bazı eylemlerde bu değerlerin doğrudan çatışmalarıdır. Örneğin, yalan söylemek yanlış bir davranıştır, fakat, bir insanın hayatını korumak için yalan söylemek zorunda kaldığı zaman ne olacak. Aynı şekilde hırsızlık yanlıştır, fakat, açlıktan ölmekte olan bir çocuk için yiyecek çalmak zorunda kalındığı bir durum nasıl değerlendirilecek? Daha çarpıcı bir durum, adam öldürmek yanlıştır, fakat, sizi öldürmek isteyen birine karşı kendi hayatınızı kurtarmak için onu öldürmeniz nasıl karşılanmalı? Bu tür örnekleri çoğaltmak mümkündür¹⁸.

Yukarıda ifade edilen durumlar, ahlâk konusunun incelenmesini karmaşık kılan gri alanlardır. Genelde insanlar, açıkça tanımlanan doğru ve yanlışın kurallarının olduğuna inanmak isterler ve kendi yaşamlarını bu kurallara uyarak geçireceklerini düşünmektedirler. Ancak gerçek hayat bazen bu kuralların istisna tutulacağı durumları ortaya çıkarmaktadır. Önemli olan, bu durumlara cevap vermek için nasıl seçim yaptığımız veya sizin değer sisteminizi gerçekten tanımlayan belirli tercihleri nasıl yaptığımızdır.

F. EVRENSEL OLARAK KABUL EDİLEN KURALLAR VAR MIDIR?

Ahlâki kurallar, bütün toplumlarda ve organizasyonlarda mevcut olmakla beraber; bir toplumdan diğerine önemli değişiklikler arz etmektedir. Bireyin

¹⁷ Hartman ve Desjardins, 12-13.

¹⁸ Ghillyer, s. 6.

sahip olduğu ahlâk anlayışı da, bir diğ erinden farklılık göstermektedir. Sizin ahlâkınız, komş unuzun ahlâkıyla aynı olmayabilir ya da belirli bir dinin ahlâk nosyonu bir diğ erininkiyle aynı olmayabilir. Farklılıklarına rağmen, ahlâkın evrensel bir insan özelliğ i olduğu ve bütün bireylerin her yerde ve zamanda davranış larına yön verecek kurallara ihtiyaç duyduğu belirtilmektedir. Bu kuralların ise, insanların kendi davranış larının doç ru veya yanlış, ahlâki ya da gayri ahlâki, kabul edilebilir ya da kabul edilemez olup olmayacağını onlara gösteren ilkeler olduğu ifade edilmektedir. Ahlâki bir yaşamı amaç edinen bireyler için önerilen evrensel ilke ise, **“sana nasıl davranılmasını istiyorsan, baş kalarına öyle davran”** şeklinde gösterilmektedir. “Altın kural” olarak da ifade edilen basit ve açık olan bu ilke, dünyadaki birçok farklı din tarafından da paylaşılmaktadır. Örneğ in Budizm’de “..incinmek istemiyorsan, baş kalarını incitme”, Hıristiyanlıkta , Hinduizm’de “..sana yapıldığında acı veren hiçbir şeyi baş kalarına yapma: Ödevlerin toplamı budur.” veya İslam’daki “Niç in yapmadığın şeyleri, baş kalarının yapmasını istiyorsun...” gibi aynı anlamı ifade eden öğ ütler görmek mümkündür¹⁹.

Dünya üzerinde insanlık tarihi süresince yaşamış olan ve halen yaşamakta olan bütün dinler ve öğ retilerin önermiş olduğu ortak bazı kurallar olmakla birlikte, herkesin sizin belirlediğ iniz ilkeler doç rultusunda düşünmesi, davranması ve inanması gibi bir durum da söz konusu değ ildir. Bu yüzden kendi yaşamınızı, amaç edindiğ iniz bir ahlâki ideal olan varsayımlara dayanarak yaşamanız, sizi güç duruma düş ürecek baş kalarının ahlâki idealleriyle karşı karşıya getirecektir.

II. FELSEFİ AHLÂKİ YAKLAŞ IMLAR

Ahlâk konusu, 2500 yıldan beridir felsefi tartışmaların konusu olmuştur. Bu konuyla ilgili tartışmaların, Yunan filozofu Socrates’le başladığı da ifade edilmektedir. Zamanla “ahlâki bir yaşam”ın nasıl yaşanabilir kılınacağına yönelik dikkate değer tartışmaların yapıldığı farklı düşünce okulları gelişmiştir. İfade edilen felsefi tartışmalar daha çok ahlâk felsefesi bağ lamında yapılmış ve doç ru ve yanlışın ya da iyi ve kötünün ne olduğuyla ilgilenmiştir. Bir bireyin bir davranış ının doç ru ve bir diğ erinin yanlış olduğ una niç in inandığını açıklamada yardım etmiştir. Bu yüzden, insanların nasıl ahlâki kararlar aldığını anlamak için ahlâk felsefesine başvurulmaktadır. Ne zaman felsefe

19 Ghillyer, s. 7.

hakkında konuşulursa, doğal olarak bireylerin içinde yaşadıkları toplumun değer sistemi öne çıkmaktadır. Onun için ahlâk felsefesi, insanların doğru ya da yanlışın ne olduğuna karar vermek için kullandıkları prensip ve kurallara göndermede bulunmaktadır²⁰.

Ahlâk felsefesi literatüründe, ahlâkî inanç ve felsefesini inceleyen dört yaklaşımdan söz edilmektedir. Bu yaklaşımlardan ikisi, ahlâkî durumları dikkate almaksızın ahlâkî tanımlar ve analiz eder. Bundan dolayı bu iki yaklaşıma “Kuralcı olmayan” yaklaşımlar denmiştir. Diğer iki yaklaşım ise, karşılaşılan ahlâkî durumlara göre değerlendirmeler yapar ve bir takım yargılarda bulunur. Bu yaklaşımlar ise “Kuralcı” (normative) yaklaşımlar olarak adlandırılmaktadır²¹.

A. KURALCI OLMAYAN YAKLAŞIMLAR

Ahlâkta “kuralcı olmayan” inceleme alanlarından ilki “**tanımlayıcı ahlâk**”tır. Yani ahlâkî davranış ve inançların olaylara dayanarak tanımlanması ve açıklanmasıdır. Antropolog, sosyolog ve tarihçiler, ahlâkî davranışı incelediklerinde bu yaklaşımı kullanmakta ve bununla ahlâkî tutum, kural ve inançların toplumdan topluma, kişiden kişiye farklı olup olmadığını açıklamaya çalışmaktadırlar. Burada daha çok incelenen toplumun, şan, şöret, itibar algısı, cinsel pratikleri, insan öldürmeyi meşru kılan kuralları gibi konular üzerinde durulmaktadır. Kısacası Tanımlayıcı ahlâk, kürtaj hakkı, meslekî örgütlerdeki ahlâk, akrabalık sistemleri, yaşlıların korunması yöntemleri gibi geniş bir ahlâkî inanç ve davranış biçimlerini içermektedir²².

Kural koyucu olmayan yaklaşımlardan ikincisi ise ahlâkın kavramsal incelenmesi olan **üst ahlâktır** (Metaethics). Üst ahlâk, “erdem”, “sorumluluk”, “iyi”, “ödev” ve “hak” gibi temel kavramların anlamlarının analiz edilmesini sağlamaktadır. Metaethics bu temel kavramların analizine ek olarak moral anlayışın mantık ve yapısını da incelemektedir. Bu da ahlâkî doğrulama ve çıkarsamanın yapısını ifade etmektedir²³.

B. KURAL KOYUCU (NORMATIVE) YAKLAŞIMLAR

20 T. L. Beauchamp, (1991), *Philosophical Ethics*, New York: McGraw-Hill Inc., s. 33.

21 A.e., s. 34.

22 Beauchamp, s. 34.

23 A.e., s. 35.

Beauchamp, genel yasa koyucu (normative) ahlâkın, “erdem” in temel ahlâki ilke ve standartlarını ifade eden ve bunları oluşturmaya çalışan felsefe olduğunu belirtmektedir. İdeal olarak böyle bir ahlâkî teori, erdemın bir standart ya da prensipler sistemi içinde kabul edilen boyutunu ortaya çıkaracak ve bu prensip ve standartların uygulanabilirlik alanları hakkındaki iddiaları savunacağını ifade etmektedir. Normatif ya da “yanlış”ı belirlemek için, sistematik olarak genel prensipler oluşturmakla, genellikle şu sorulara cevap arandığını söylemektedir: Doğru ve yanlış nedir? Ayıplanan veya övülen nedir? Arzu edilen ya da faydalı olan nedir? Bu sorulara cevap arandığında ise zorunlu olarak kural koyucu ahlâkî ifade ve yargılar kullanmak zorunda kalınmaktadır. Ahlâkta kural koyucu teoriler, doğru davranışı yanlış davranıştan ayırmak için bazı ilkeler önermektedir. Bu ilkeleri belirlemede normatif yaklaşımı savunan filozoflar da farklı şekillerde düşünmüşler ve bu düşüncelerini farklı teorilerde geliştirmişlerdir. Bu teorilerin bir kısmı tekçi bir kısmı da çoğulcudur²⁴.

Normatif teoriler, iş ahlâkının gelişmesine de katkıda bulunan ve ahlâki kararların eylemlerin sonuçlarına bağlı olduğunu ifade eden **Teleolojik yaklaşım (Gayeci)** ile ahlâki kararların eylemlerin sonuçlarından bağımsız olarak, bazı temel ilkelere dayandığını savunan **Deontolojik yaklaşım** şeklinde ifade edilmektedir. Teleolojik yaklaşım *faydacılık (utilitarianism)*, ve **bencillik (egoism)** şeklinde iki kategoride incelenmektedir. Davranışların insan haklarına saygı gibi temel ahlâki ilkelere dayanmasını öneren deontolojik yaklaşım ise, sadece doğruluğu birincil sosyal ilke olarak kabul eden “*sosyal adalet teorisi*”, bireylerin moral karakter özelliklerini esas alan “*erdem ahlâki*” yaklaşımı²⁵ ve daha çok dinlerin önerdiği ilkelere dayanarak oluşan ahlâk anlayışından oluşmaktadır. Çalışmada, özellikle İslam ahlâk anlayışını ifade eden “*denge yaklaşımı*” bu bağlamda daha detaylı bir şekilde incelenecektir.

1. Teleolojik Yaklaşımlar

Teleoloji kavramı, Grekçe’de “telos” kelimesinden türetilen bir kavramdır ve “sonuç” veya “amaç” anlamına gelmektedir. Teleoloji, iki temel düşünceye dayanan bir ahlâki bakış açısıdır. Birinci düşünce, insan varlığı için değerli olanın ne olduğu hakkındaki iddiadır. İkincisi ise, bir eylemin ahlâki olarak kabul edilebilir olup olmayacağı, sadece söz konusu eylemin değeri maksimize edip etmediği konusyla ilgilidir. Eğer mutluluk bir değer olarak kabul

24 Beauchamp, s. 33-37.

25 Hartman ve Desjardins, s. 66.

edilirse, o zaman ahlâki olarak izin verilebilir eylem, mutluluğu maksimize eden eylemdir. Mutluluğu maksimize etmeyen eylemler ahlâki olarak kabul edilemezler. Kısacası bu anlayışa göre, doğru, yanlış ve ödev gibi kavramlar, bir davranışın sonuç ya da maksadına bağlı kılınmıştır²⁶. Değerin kimin için maksimize edileceği konusunu ise, teleolojik ahlâk, bencillik ve faydacılık gibi iki yaklaşım altında ifade etmektedir.

a. Bencillik (Egoism)

Bencillik, ahlâkî karar alma sürecinde, bireyin kendi kişisel çıkarlarına en çok katkıda bulunacak alternatifleri seçmesi olarak ifade edilmektedir. Egoistlere göre bireyler, kendileri için en yüksek iyi sonucunu ortaya çıkardığı sürece davranışlar gerçekleştirilebilir. Egoizm, bilinen bu ilişkiyi insanların bütün tercihleri için genelleştirmektedir. Egoistler kendi tercihlerinin tek amacının kişisel ilerleme olması gerektiğini iddia etmektedir. Herhangi bir kişinin, başkalarına karşı ne bir yükümlülüğe, ne de bir fedakârlığa mecbur olmadığını savunmaktadır. Davranışın doğruluğunu ölçmek için kendilerinin en iyi uzun vadeli avantajlarını kullanmaktadırlar. Eğer bir davranış, uzun dönemde bireyler için kötüye oranla “en yüksek iyi”yi ortaya çıkarıyorsa ya da muhtemelen çıkaracaksa, o zaman bu davranış doğrudur ve bireyler bu davranışı yapmalıdır. Buradaki birey ya da bireysellik, tek bir kişi, özel bir grup ya da organizasyon olabilir²⁷.

Literatürde bencillik psikolojik ve ahlâki bencillik şeklinde iki kısımda ele alınmaktadır. Günlük hayatta “nedir” ile “ne olması gerekir” arasında önemli bir fark vardır. Birçok insan hiçbir kusuru olmadığı halde yetersiz beslenme ve açlıktan dolayı acı çekmektedir. Şu anda mevcut durum böyledir, fakat dünyayla ilgili bu gerçek, her şeyin bu şekilde olması gerektiği anlamına gelmez. Dünya daha yaşanabilir bir yer olmalıdır, kimse açlıktan dolayı acı çekmemelidir şeklindeki ifadeler “olması gereken”i söylemektedir. Davranışlar olan ile olması gereken bağlamında değerlendirildiğinde, psikolojik benciller bir kişiyi yani “ben”i etkileyen sonuçların dikkate alınması gerektiğini belirtmektedirler. Psikolojik egoizm, kendisine yol gösterici ilke olarak “kişisel çıkarı” kabul etmiştir. Kişisel çıkar ilkesinin ise, ekstrem durumları da içine alacak şekilde bütün zaman ve koşullarda geçerli olacağı kabul edilmektedir. İnsanı, sadece kişisel çıkarın motive edebileceğini ve onun için bireylerin

26 W. M. Hoffman, R. E. Frederick ve M. Schmartzs, (2001), *Business Ethics*, New York: McGraw-Hill, s. 18.

27 T. Donaldson ve H. Werhane, (1999), *Ethical Issues in Business*, New Jersey: Prentice Hall, s. 4.

kendisine bir faydası olmadığı sürece başkalarının refahını düşünmelerine gerek olmadığını göstermektedir²⁸.

Ahlâkî egoizm ise, daha çok olması gereken anlayışından yola çıkarak, davranış standardı olarak kendini geliştirme olgusunu benimsemektedir. Bireyin belirli bir durumda kendisi için elverişli olan şartları belirlediğini, kendisine yararlı ya da yararsız olan şeyi hesapladığını ve böylece kendisinin gelişimine maksimum olarak katkıda bulunacak bir davranışı gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. Tom Beauchamp, ahlâkî egoizmin “kişisel” ve “kişisel olmayan” şeklinde ikiye ayrıldığını söylemektedir. Kişisel egoistlerin, bireylerin sahip oldukları en iyi uzun vadeli çıkarlarını izlediklerini ve başkalarının çıkarlarının ne olması gerektiğine bakmadıklarını belirtmektedir. “Her zaman kendimi başkalarından daha çok geliştirmeliyim” ifadesinin, ahlâkî bir anlayıştan ziyade kişisel bir anlayışa denk düştüğünü ve kişinin bizzat kendisinden başka, hiç kimseye tatbik edilmeyeceğini söylemektedir. Kişisel olmayan (impersonal) egoistler ise, herkesin en iyi uzun vadeli çıkarlarının izlenmesi gerektiğini ifade etmektedir²⁹.

Egoizmin her iki türü de çeşitli olumsuz anlayışlarla birlikte anılmaktadır. Bu anlayışlardan birisi; egoist bir insanın yemek, içmek, cinsel tatmin, şan, şöhrret gibi arzularını gidermeye çalışmaktan başka bir şey düşünmediğidir. Diğer bir olumsuz anlayış ise, bütün egoistlerin aynı zamanda hazzı (hedonist) bir bakış açısına sahip olmalarıdır. Hedonizme göre, hayatın amacı ve erdem kriteri zevke ulaşmaktır. Birçok egoist hazzı bir anlayışa sahip olmasına rağmen, Eski Grek felsefecilerinden Epicurus (M.Ö. 341– 270.), bazı egoistlerin, kişisel çıkarı belirleyen şey hakkında geniş bir yorumlama yetisine sahip olduklarını ve “iyi” kavramını, bilgi, güç ya da bazı modern psikologların kendini gerçekleştirme olarak isimlendirdikleri şey ile tanımladıkları belirtilmektedir. Bunlar hakkında oldukça önemli bir olumsuz anlayış da, egoist insanların dürüstçe davranmadıkları, merhametli olmadıkları ve yardımsever olmadıkları ya da başka bir deyişle başkalarının çıkarlarına müsaade etmedikleridir³⁰.

b. Faydacılık

Faydacılık konusunda kapsamlı bilgiler veren filozoflar, Jeremy Bentham

28 Hoffman, Frederick ve Schmarts, s. 19.

29 Beauchamp, s. 37.

30 Hoffman, Frederick ve Schmarts, s. 24–25.

(1748–1832) ve John Stuart Mill’dir(1806–1873). Hem Bentham ve hem de Mill, faydacı standartları kendi dönemlerindeki politik ve sosyal kurumları değerlendirmek ve eleştirmek için kullanmışlardır. Faydacılık ahlâki geleneği, 18 ve 19. Yüzyıl sosyal ve politik felsefesinden kaynaklanan bir yaklaşımdır. Dönemin modern demokratik piyasa kapitalizmine yol açan sosyal hareketlerin bir parçası olarak gelişmiştir. Faydacılık, bir davranışın ahlâkî doğruluğunun sadece o davranışın sonuçları tarafından belirlenmiş olacağını ifade etmektedir. Eğer sonuçlar iyi ise ya da arzu edilebilir ise, o zaman davranışlar doğrudur; yok eğer sonuçlar kötü ya da arzu edilmez iseler, o zaman davranışlar yanlıştır. Faydacılar, muhtemelen ortaya çıkacak bir davranışın “kötü”ye göre “iyi”lik oranını değerlendirerek doğru davranışın ne olduğunu belirlemektedir. Eğer ortaya çıkan davranış ya da niyetin iyilik oranı kötüye göre daha yüksek ise; o davranış doğru bir davranıştır. Burada dikkate alınan nokta, davranışın doğuştan, yaratılıştan sahip olduğu doğruluk, sadakat ve erdem gibi özelliklerden ziyade, daha çok onların yarattığı sonuçlardır. Dolayısıyla bir davranışı doğru ya da yanlış yapan şey, davranışın yarattığı toplam iyi veya kötüdür. En iyi sonuçlardan kasıt ise mutluluk, sağlık, itibar, bütünlük, özgürlük ve insana saygı gibi insan refahını geliştiren sonuçlardır³¹.

Egoizm gibi faydacılık (utilitarianizm) da sonuçlar ile ilgilenmektedir. Fakat egoistlerden farklı olarak bir faydacı, “en yüksek sayıda insan” için “en yüksek iyi” yi sağlamayı amaçlar. Faydacılar, karar alınırken en yüksek toplam faydayı sağlayacak şekilde alındığına inanmaktadır. Herhangi bir ahlâkî teoride göz önünde tutulan sonuç ve davranışların olduğunu biliyoruz. İşte faydacılar, fevkalade önemi olan sonuçları dikkate alır. Faydacılara göre, bir kişi davranışlarıyla eğer herkesi etkileyecek en iyi sonuçlara neden olacaksa, faaliyette bulunmalıdır³².

Faydacılık, davranışlarımızdan etkilenen herkes için, sürekli olarak “kötü”ye göre “iyi”nin mümkün olan en yüksek dengesini sağlayacak ahlâkî bir öğretilerdir. İyi denince, mutluluk ve zevki anlamaktadır. Onlara göre ahlâkî bir davranışı doğru kılan şey, herkesin en yüksek mutluluğudur. Genelde davranış ve pratiklerin doğruluk ya da yanlışlıklarının sadece davranışların kendi sonuçları tarafından belirlenmekte olduğunu iddia etmektedir. Bu teorinin temel tezi, bir davranışı ahlâkî olarak doğru ya da yanlış yapan şey, o davranışın ortaya çıkaracağı toplam iyi ya da kötüdür. İşte faydacılığı diğer teorilerden

31 Donaldson ve Werhane, s. 4.

32 Hartman ve Desjardins, s. 70–71.

ayırıcı özelliği, davranışların doğruluk ölçütü olarak ortaya çıkan “iyi” ya da “kötü”den ayrı olarak ahlâkî değere sahip başka kriterlerin (erdem, yükümlülük, sorumluluk, ödev) varlığını kabul etmemesidir.

Faydacılar, bir kişinin her zaman en iyi sonuçların ortaya çıkmasına yol gösterecek davranışları seçmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu ifade faydacılar için hayati önemi olan iki tezden kaynaklanmaktadır³³.

- 1– Bir davranış ya da pratik bir bütün olarak yeryüzünde mümkün olan “en düşük” kötü sonuçlar dengesini ya da mümkün olan “en yüksek” iyi sonuçlar dengesini sağlıyorsa doğrudur.
- 2– Hak, yükümlülük, ödev kavramları “iyi”yi maksimize eden şeye bağlı kılınmıştır. Bu tezler doğrultusunda, bir faydacı, karar alma aşamasında bütün kurumları etkileyen sistematik bir fayda–malîyet karşılaştırmasına dayanır. Böyle bir fayda–malîyet analizini kullanarak mümkün olan bütün alternatiflerin sonuçlarını değerlendirir ve böylece en yüksek faydayı veren bir alternatifi seçer.

Hem Mill hem de Bentham, basit olan zevk anlayışını kabul etmektedirler. İnsanları, çeşitli zevk türlerini tatmak için kendilerine uygun ortam ve şartlar sağlayan akıllı ve yetenekli varlıklar olarak görmektedirler. Onlara göre akıl ve hayal zevkleri, özde saf duygu olan zevklerden daha yüksek bir değere sahiptir. Burada Mill, zevklerin niteliği hakkında nispi bir ayırım yapmaktadır. Böyle bir anlayışa sahip olmakla birlikte, Bentham gibi temel kriter olarak “zevk”i kabul etmektedir ve mutluluğu buna göre tanımlamaktadır. Mill ve Bentham’ın her ikisi de hedonisttir. Onlara göre “zevk yaradılıştan iyi ve değerli bir olgudur ve herhangi bir şey doğrudan ya da dolaylı olarak zevke sebep olduğunda iyidir³⁴.

Faydacı geleneği savunan filozoflar, davranışın ahlâkîliğini belirleyen kriterin, belirlenen kural ve prensiplere bağlı olduğunu savunan “kuralcı faydacılar” (rule utilitarian) ve bir davranışın ahlâkîliğini belirleyen kriterin, her bir bireyin bireysel davranışları olduğunu iddia eden “davranışçı faydacılar” olarak iki gruba ayrılmışlardır. Kuralcı faydacılar, bütün durumlarda bireyler tarafından uygulanmak istenen genel bir davranış kuralı üzerinde yoğunlaşır. Ahlâki bir kural, bütün durumlarda bütün bireyler için en iyi sonuçları

33 Bauchamp, s. 130.

34 T. I. White, (1995), *Business Ethics*, New York: MacMillan Publishing, s. 4–5.

veren kuraldır. Dolayısıyla ahlâki bir davranış, belirli durumlar için uygun ahlâki kurallara tekabül eder. Eğer faydacı bakış açısıyla kuralcı faydacıları incelersek, her bir özel durumun incelenmesinden ziyade, en yüksek faydayı sağlamak için belirlenen kural ve prensipler üzerinde durulması gerekir. Kuralcı faydacıların belirttiklerinin aksine, davranışçı faydacılar, bir davranışın en yüksek faydayı sağlayıp sağlayamayacağını belirlemek için, davranışlara yön veren kurallardan ziyade davranışın bizzat kendisini incelemiştir. Davranışçılar, kuralların kendilerine sadece genel bir yol gösterici olarak hizmet edebileceğini ifade etmektedir. Örneğin rüşvetin veya hırsızlığın kötü bir davranış olduğu üzerinde kuralcılarla anlaşılır. Bu anlaşmaları rüşvetin doğuştan kötü bir davranış olduğundan dolayı değil, fakat ileride bir kişinin çıkarı, toplumun çıkarlarıyla karşılaştığı zaman toplam fayda miktarının azalmasından dolayıdır. Bazı özel durumlarda bir davranışçı faydacı, rüşvetin kabul edilebilir olduğunu savunabilir. Örneğin, bir satış yöneticisinin, kendi firmasının inşaat ihalesi kazanması için o yöredeki yerel yöneticilere rüşvet vermesi gerektiğine inanması gibi³⁵.

Bu görüşlerinden dolayı Bentham ve Mill eleştirilmişlerdir. Yapılan eleştiriler; genelde davranışın kriteri olarak mutluluk ve zevkin alınmasına yönelik olmuştur. Çünkü eleştiri yapanlara göre, davranış kriteri olarak mutluluk ve zevkten başka, doğuştan iyi olan arkadaşlık, bilgi ve estetik tatmin gibi olguların da var olduğunu iddia etmişlerdir. İma edilen bu olgular mutluluğa ve zevke yol açmasalar bile yine de faydalı ve değerli olgulardır.

2. Deontolojik Yaklaşımlar (Gayeci Olmayan)

Deontoloji kavramı, Grek medeniyetine ait olan “ödev (duty)” kavramından gelmektedir. Faydacı amaçlardan bağımsız olarak ahlâkî ilke ve kuralların var olduğunu ve ahlâkî yaşamın araçlar ve amaçlara dayanarak izah edilmiş olmasının yanlış olduğunu ifade etmektedir. Herhangi bir davranışın sonuçlarından ziyade, daha çok o davranışa yüklenmiş niyetleri ve bireylerin hakları üzerine temellenen ahlâk felsefesine dayanmaktadır. Faydacıların aksine hiç bir sonuca bağlı olmadan kendiliğinden iyi bazı şeylerin olduğunu ileri sürmektedir³⁶.

35 Donaldson ve Werhane, s. 6.

36 Donaldson ve Werhane, s. 6.

Deontolojik teoriye göre, bazı davranışlar, iyi ya da olumlu sonuçlarından daha başka nedenlerden dolayı doğru ya da yanlış olmaktadır. Adaletli dağıtım, kişisel taahhütlerin yerine getirilmesi, vefa, sadakat, bir borcun ifa edilmesi, bir anlaşmadan doğan görevin icra edilmesi gibi özellikler; maksimize edilmiş faydası ne olursa olsun, ahlâkî olarak kabul edilen özelliklerdir. Örneğin bu anlayışı benimseyen bir birey, masum bir insanı öldürmek ya da bir kişiye ciddi bir haksızlık yapmanın doğru olmadığını düşünür. Böyle davranışlarda bulunmanın sonucu ortaya çıkacak fayda miktarı ne olursa olsun fark etmez. Çünkü böyle bir davranış, bir birey olarak kişinin haklarını ihlal etmektedir. Bunun aksine gayeciler, verilecek veya alınacak rüşvet eğer en yüksek faydayı gerçekleştiriyorsa, o davranışı kabul edilebilir bir davranış olarak düşünürler. Ödevci filozoflar, belirli davranışları doğuştan doğru olarak kabul ederler ve doğruluğun belirleyiciliğini, toplum yerine bireysel aktörler üzerine temellendirmektedirler³⁷.

Bizim görevlerimiz, aslında başkalarının haklarından dolayı ortaya çıkmaktadır. Örneğin, bir kişinin borçlarını ödemesi, vaatlerini yerine getirmesi, çocuklarını büyütmesi gibi görevler, başkalarının haklarına dayalı ödevlerdir. Bu tür davranış türleri, birinin görevi olduğundan dolayı yerine getirilmeli, yoksa bu davranışların sonuçlarının faydalı veya faydasız olmasından dolayı değil. Ayrıca deontolojistler, insanlar arasındaki ilişkileri eşit kabul etmekle birlikte; bazı durumlarda nispi bir eşitsizliği kabul edilebilir görmektedirler. Bu bağlamda birçok özel ilişkilerden özel bireylere ahlâkî yaşamı zenginleştiren görevler akar. Bu ilişkiler; ebeveyn–çocuk, gardiyan–koğuş, söz verensöz verilen, hukukçu–suçlu, çalışan–işveren ilişkilerini kapsamaktadır³⁸.

Bütün felsefe tarihi boyunca deontolojistler, kendilerinin nihaî ahlâkî standartları olarak farklı ödev ilkeleri belirlemişlerdir. Bundan dolayı çeşitli farklılıkları olan deontolojik teoriler ortaya çıkmıştır. Genelde en yaygın olarak bilinen teori, “Kutsal Emirler” teorisidir. Bu anlayışta Tanrı’nın istekleri nihaî amaçtır ve bir davranış ya da davranış şeklini, eğer yalnızca Tanrı yasaklamış veya emretmişse, doğru ya da yanlış olur. Bir başka grup deontolojist, davranışların sahip oldukları politik yaşam, din ve sosyal ilişkilerden dolayı değil de, bizzat kendilerinin mutlak doğalarından dolayı doğru ya da yanlış, iyi ya da kötü olabileceklerini iddia etmişlerdir. Bunların yanında, davranışların ahlâki değerlerinin akıldan, his ve duygudan kaynaklandığını söyleyenler de

37 Bauchamp, s. 171.

38 A.e. s. 172.

çıkıştır³⁹. Burada özellikle sözleşme ve hak temelli teoriler olan Kant ahlâkı ve sosyal adalet teorisi ile erdem ahlâkı ve “Kutsal Emirler” teorisinin içinde değerlendirebilecek denge yaklaşımı konuları üzerinde durulacaktır.

a. Kant’çı Ahlâk Anlayışı

Çağdaş ahlâk felsefesi, Alman filozofu Immanuel Kant’dan (1774–1804) büyük ölçüde etkilenmiştir. Kant, ihtimaller üzerine dayanmayan ahlâkî prensipleri araştırmış ve davranışları herhangi bir özel durumdan uzak yaradılıştan doğru ya da yanlış olarak nitelemiştir. Böylece gözleme dayanmayan ve tek başına aklın bir sonucu olarak bilinebilen ahlâkî kuralların olduğuna inanmıştır. Her hangi bir davranışın muhtemel sonuçları hakkında herhangi bir şey bilemeyeceğimizi iddia etmektedir. Kant, bir kişinin eylemlerini, herhangi başka bir nedenden dolayı değil; sadece ödevden (obligation) dolayı gerçekleştirmesi gerektiğini söylemektedir. Dolayısıyla “ödevin kaynağı”nı ne insanın doğasında ve ne de evrenin somut yapısında aramamalıyız. Ona göre ödevin kaynağı daha çok “apriori”dir (deneyim konusu olmamış). Bu “a priori”lik ile Kant somut bilgiye dayanmayan ahlâkî bir anlayışın olduğunu ve temel ahlâkî prensiplerin bu anlayıştan çıkarıldığını ifade etmiştir. Bu da onun deontolojinin saf bir şeklini benimsediğini gösterir. Yani bir bireyin davranış motifi, ödev tarafından talep edilen, bireyin tasarlamış olduğu şeyin kabulüne dayanır. Sadece ödevden dolayı faaliyette bulunduğumuz zaman, davranışlarımız ahlâksal bir içerik kazanmış olur. Hislerimizin dışında, kişisel çıkar ve arzularımıza göre davranırsak, davranışımızın hiç bir ahlâki değeri olmaz⁴⁰.

Kant, geliştirdiği orijinal ahlâk felsefesinin amacının, ahlâki kuralların geçerliliği için nihai temelleri oluşturmak olduğunu belirtmiştir. Bu nihai temellerin de, sezgi, vicdan ya da faydanın ortaya çıkmasına değil, salt akla dayandığını göstermeye çalışmıştır. Bu bağlamda ahlâkı, her bir bireyin kişisel çıkar ve amaçlarından tamamen uzak, herkese yol gösteren ve görevler yükleyen kural ve prensipler manzumesini sağlayan bir sistem olarak değerlendirir. Ahlâki kurallar, eğer evrensel olarak uygulanır ve bütün rasyonel bireyler tarafından kabul edilirse, ancak o zaman evrensel bir nitelik kazanır. Böyle olunca, ahlâkın kökleri, bütün rasyonel bireylerin genelde sahip olduğu aklın pren-

39 A.e., s. 173.

40 W. Shaw, (1991), *Business Ethics*, California: Wadsworth Publishing, s. 56

sipleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu terminolojide Kant, salt aklın pratik olduğunu göstermeye çabalamıştır. Bunu da şu şekilde ifade etmiştir: “Saf akıl kendisi pratik olmak zorundadır, yani hiçbir duyguyu varsaymaksızın, dolayısıyla da her zaman ilkelerin deneysel koşulu olan arzulama yetisinin içeriği olarak hoşlanma ve hoşlanmama tasarımları olmaksızın, istemeyi pratik kuralın saf biçimiyle belirleyebilmelidir.” Akıl, irade (will) için bir motif olmuştur⁴¹.

Kant’ın ahlâk anlayışı bazı temel kavramlara dayanmaktadır. Bunlar özgürlük, iyi niyet, özerk ve özerk olmayan irade ve kategorik emirler olarak ifade edilmektedir.

Özgürlük: Kant, hem pratik akılda hem de teorik akılda özgürlük kavramının çok önemli bir konumu olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre özgürlük kavramı pratik aklın zorunluluklu bir yasasıyla gerçekliği kanıtlandığı kadarıyla, şimdi saf aklın hatta teorik aklın sisteminde bütün yapının kilit taşı meydana getirir. Sırf ideler olarak teorik akılda desteksiz kalan bütün öbür kavramlar (Tanrı, ölümsüzlük kavramları) da, şimdi özgürlük kavramına bağlanır, onunla birlikte ve onun aracılığıyla dayanak bulur, nesnel gerçeklik kazanır, yani bunların olanaklılığı, özgürlüğün gerçek olmasıyla kanıtlanır; çünkü bu ide, ahlâk yasası yoluyla kendini ortaya koyar. Özgürlük kavramını teorik akılda, doğrudan doğruya kavramamızın mümkün olmadığını; ancak yine de a priori olarak bildiğimiz tek ide olduğunu ifade etmektedir. Çünkü ona göre özgürlük ahlâk yasasının koşuludur.⁴² Görüldüğü gibi burada Kant, özgürlük ile ahlâk yasası arasında çift yönlü bir nedensellik bağı kurmakta ve bunu şu şekilde ifade etmektedir: “..özgürlük ahlâk yasasının ratio essendi’dir, ama ahlâk yasası da özgürlüğün ratio cognossendi’dir. Ahlâk yasası daha önce aklımızda açıklıkla düşünülmüş olmasaydı, özgürlük gibi bir şeyi kabul etmekte hiçbir zaman kendimizi haklı göremezdik. Ama özgürlük de olmasaydı, içimizde ahlâk yasasıyla hiç karşılaşamazdık.”⁴³

İyi Niyet: Kant, insan yaşamında “iyi niyet” olgusunun temel bir belirleyici unsur olduğunu düşünmektedir. Eğer bir kişide bu “iyi niyet” (Goodwill) olgusu olmazsa, o kişi çok iyi bir anlama yetisine, yargı gücüne ve zekaya, hatta yüreklilik, sebat ve kararlılık gibi mizacın iyi özelliklerini taşısa bile,

41 I. Kant, (1994), *Pratik Aklın Eleştirisi*, (çev). İ. Kuçuradi, Türk Felsefe Kurumu Çeviri dizisi, Ankara, No: 2, s. 28.

42 Kant. (1994), s. 34.

43 A.e., s. 4.

yine de son derece zararlı ve kötü olabilir. İyi niyetin meşruluğunu ya da ilkesini de şöyle ifade etmiştir: “İyi niyet, etkilerinden ve başardıklarından değil, konan herhangi bir amaca ulaşmağa uygunluğundan da değil, sadece niyet olarak, yani kendi başına iyidir. Ona, kendi başına ele alındığında, onun herhangi bir eğilimin, hatta isterseniz bütün eğilimlerin hepsinin birden lehine gerçekleştirebileceği her şeyden karşılaştırılmayacak kadar daha yüksek değer verilmelidir”⁴⁴.

Kant, “iyi niyet”in dışında hiçbir şeyin iyi olmadığını söylemektedir. Bu, insan kişiliğinin istenmeyen ve iyi olmayan birçok yönlerinin olduğu anlamına gelmez. Sadece, akıl, erdem, tutarlılık, sebat, mantık gibi iyi hasletlerin onları kullananın niyetine bağlı olduğunu söylemektedir. Eğer kullanıcı şahıs iyi niyetli ise, doğru davranışlarda bulunur, aksine, kötü niyetli ise, sonuç olumsuz olur. Çünkü bir bireyin davranışının ahlâki değeri, onun iyi niyeti tarafından belirlenen ilkelerle birlikte bu ilkelerin ahlâki açıdan kabul edilebilirliklerine bağlıdır. Dolayısıyla bir davranışın ahlâki bir değer taşıması için “iyi niyet” yetisine sahip bir kişi tarafından gerçekleştirilmesi gerekir. Bu bireyin iyi niyet yetisine sahip olması ise, onun davranış motifinin evrensel olarak geçerli olan bir norma dayanmasına bağlıdır⁴⁵.

İyi niyet kavramının daha iyi anlaşılması için, Kant onu, ödev kavramıyla ilişkilendirmekte ve ödevin, iyi niyeti içerdiğini şu şekilde ifade etmektedir: “Ödev kavramı iyi niyet kavramını bazı öznel kısıtlamalar ve engellerle birlikte içerir, ama bunlar onu saklamaktan ve tanınmaz hale getirmekten çok uzaktırlar; tersine onu daha belirgin kılarlar ve daha da parıldayıp seçilmesini sağlarlar. Kısacası, iyi niyet nosyonuyla anlatılmak istenen, ödev anlayışıdır”⁴⁶.

Özerk ve Özerk Olmayan İrade: Kant, bireyleri eylemlerinin ahlâkîliğini gösteren yasaların belirlenmesi açısından iki kategoriye ayırmaktadır. Birinci kategoriye, eylemlerini, evrensel olarak geçerli olan ahlâk kurallarına göre icra eden bireyleri dahil etmekte ve bu bireyleri özerk iradeye sahip bireyler olarak adlandırmaktadır. İradenin özerkliği, bir bireyin eylemlerini evrensel geçerliliği olan ahlâkî kurallara göre bilinçli olarak yönlendirdiği zaman sağlanır. İkinci kategoriye ise, özerk olmayan iradeye sahip bireyleri

44 Kant, (1994), s. 9.

45 Beauchamp, s. 179.

46 Kant. (1994), s. 12.

dahil etmektedir. Heteronomy, iradenin bireyin kendisinden ziyade başka bireyler ya da koşullar tarafından belirlenmesidir. Burada, iradenin belirleyicisi olarak evrensel geçerliliği olan ahlâkî ilkeler dışında içsel ve dışsal olarak irade üzerinde belirleyici olabilecek herhangi bir kontrol ve baskı kaynağı dikkate alınmaktadır. Eğer akıl, arzular tarafından yönlendirilmiş istemeye ya da tutkulara esir olmuşsa; söz konusu akıl sahibi birey, kendisi tarafından belirlenmemiş hissî ve duygusal dürtülerin kontrolü altına girer. Bu durumda, böyle bir birey özerk olmayan bir istemeye sahiptir. Kant için bu özerk olmama hali (heteronomy), sadece bir ikna edici değil, aynı zamanda nedensel bir gerektirmedir⁴⁷. Kısacası, iradenin özerkliği Kant'ın ifadesiyle, bütün ahlâk yasalarının ve bu yasalara uygun ödevlerin tek ilkesidir. Ahlâklılığın tek ilkesi, yasanın her türlü içerikten bağımsız olmasından ve yine de kişisel tercihin sırf bir maksimin alabileceği genel bir yasa koyucu biçim tarafından belirlenmesinden ibarettir. Bu bağımsızlık negatif anlamda özgürlüktür. Oysa saf olarak pratik aklın bu kendi kendine yasa koyması, pozitif anlamda özgürlüktür. Buna karşılık kişisel tercihin özerk olmaması her hangi bir yükümlülüğün temeli olmadığı gibi, üstelik böyle bir yükümlülük ilkesine ve iradenin ahlâklılığına karşıdır⁴⁸.

Kategorik Emirler: Bilindiği gibi tabiatta her şey bir başka üstün güç tarafından belirlenmiş yasalara göre eylemde bulunur. Ancak sadece akıl sahibi bir varlık olan insan, Kant'ın deyişiyle, yasaların tasarımına göre yani ilkelere göre eylemde bulunma gücüne ya da istemesine sahiptir. Bu yasa ya da ilkelerden eylemleri üretmek için akıl gereklidir. Dolayısıyla isteme, pratik akıldan başka bir şey değildir. En iyi ahlâkî yasa ya da ilke, bütün ahlâkî bireylerin kabul ettiği (bilinçli yada bilinçsiz) bir “kesin emir”dir. Bu iyi ahlâkî ilkenin tasarımına emir (aklın emri), bu emrin formülüne de buyruk denir. Yukarıda da belirttiğimiz gibi eylemlerimiz sadece ödevden kaynaklandıkları için ahlâksal bir nitelik kazanırlar. O zaman aklımıza şu sorular gelebilir: Bizim ödevimizi ne belirler? Bize gerekli olan ahlâkın ne olduğunu nasıl bileceğiz? Kant, bu soruları “Kesin emirler” diye adlandırdığı formülasyonla cevaplamaktadır. Kant'ın “kesin emir”inin niçin emir olduğunu anlamak için, onun “Kutsal irade” (holy will) örneğine bakmak gerekir. Kutsal bir irade, başka hiç bir tarafa yönelmeden sadece (doğası gereği) ahlâkî kurallara göre sürekli eylemde bulunan, tamamen rasyonel bir iradedir. Bu yüzdendir ki Kant, Tanrısal ve genel olarak kutsal bir irade için buyruklar geçersizdir sek-

47 Beauchamp, s. 180.

48 Kant, (1994) s. 38.

linde bir ifade kullanmaktadır. Burada isteme kendiliğinden yasayla uygunluk içindedir. Böyle bir istemede, arzu, istek ve heveslere yer yoktur. Ancak biz insanoğlu olarak kusurlu rasyonel yaratıklarız. Dolayısıyla ödev kadar, arzuların da etkisi altında kalabiliriz. Bunun için bizim buyrulmuş kurallara gereksinimimiz vardır. Buyrulmuş kurallar ise, bir şeyi yapmak ya da yapmamak konusunda bize yol gösteren buyruklar ya da emirlerdir. Bu emir ve buyruklar, eylemlerimizi zorunlu kılan unsurlar olarak düşünülmektedir⁴⁹.

Kant, bütün emirlerin koşullu ya da kesin olarak buyruduklarını söylemektedir. Ona göre koşullu emirler, insanın ulaşmak istediği başka bir şeye araç olarak olanaklı bir eylemin zorunluluğunu ortaya koyarlar. Ancak kesin emirler bu koşullu emirlerin aksine, hiç bir şeye araç olarak kullanılmazlar ve kendiliklerinden emir olarak kabul edilirler. Kant'ın kesin emri, " Öyle davranmalıyım ki, benim maksimim aynı zamanda evrensel bir yasa şeklinde olsun." anlayışını ifade etmektedir. Aynı şekilde ödevin bütün emirlerinin bu ilke tarafından desteklenmiş olduğunu söylemektedir. Böylece kategorik emirlerin, bütün ahlâki kuralların bir kabul edilebilirlik kriteri olarak kabul edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Yani davranışa yönelten maksimlerin kabul edilebilirliği ya da yeterliliğini değerlendirmek için bir kriterdir. Kesin emirler, bir maksimin yapısına hiç bir şey ilave etmezler; sadece evrensel olabilecek objektif ve geçerli maksimleri sınıflandırarak emreder. Ahlâki kuralların içeriği hakkında hiç bir şey söylemediklerinden sadece bilimsel bir ilke olarak ifade edilir. Herhangi bir davranışı sadece sonuçları iyi olduğu için de doğru olarak kabul etmez. Kesin emirler, her hangi bir kuralın ahlâkın kabul edilebilirlik kuralına uygun olmasını sağlayan "formlar" ı önerirler. Böylece kendi uygunluklarını test ederek maksimlerin kabul olunabilme derecelerini değerlendirirler⁵⁰.

Sonuç olarak Kant'ın kesin emirleri, kendi amaçlarımız için başkalarına bir araç olarak bakmamamız gerektiğini emretmektedir. Aksi bir durumda bireylere olan saygımızı yitirmiş olacağımızı ve ahlâki kuralları da ihlal edebileceğimizi ifade etmektedir.

Ödevci anlayışa yöneltilen en önemli eleştirilerden birisi, hak ve ilkelere niçin saygı duyulması gerektiğini açıklamada başarısız olduğu yönündedir.

49 I. Kant, (1996), *Ahlâki Metafiziğin Temellendirilmesi*. (çev. İoanna Kuçuradi), Türkiye Felsefe Kurumu Çeviri dizisi, Ankara, s. 29

50 Beauchamp, s. 187.

Ödev ve hak temelli ahlâki sistemlere yöneltilen bir diğer eleştiri ise, bu sistemlerin, bir ödevin yerini tutabilecek başka bir ödevi tanımlamada yetersiz kalmaları ve bir çatışma olduğu zaman, bir hakkın ya da ödevin bir diğerine göre önceliğini belirlemede de başarılı olamadıklarıdır. Son olarak, bir hakkın ya da kuralın hangi durumlarda ihlal edilebileceğini belirtmediklerinden dolayı eleştirilmişlerdir.

b. Sosyal adalet Yaklaşımı

Sosyal adalet teorisi, birincil sosyal ilkesi olan doğruluk olgusuna dayanmaktadır. Adalet anlayışı konusunda en güçlü ve etkili çalışmayı Amerikalı filozof John Rawls (1971) yapmıştır. Rawls, sosyal işbirliğini güvene almak için zorunlu olan zımnî bir sözleşmenin parçası olarak temel ahlâki kuralları öneren sosyal sözleşme teorisinin çağdaş bir versiyonunu sunmaktadır. Rawls'un sosyal adalet teorisinin iki önemli boyutu vardır: Birincisi, toplumu yönetmek için gerekli olan adalet ilkelerinin belirlenme yöntemi ve bu yöntemden çıkan belirli ilkelerdir⁵¹.

Yöntemin kendisi, ahlâki karar alma süreçlerimizde etkili bir araç olan kuramsal sosyal sözleşmelerin bir çeşididir. Kendi toplumları için temel ilkeler seçmiş ve onlar üzerinde anlaşmış rasyonel ve kendi çıkarlarını düşünen bireyleri düşünelim. Anayasal bir yapının üyelerinin kanaati, bu fikir için yardımcı bir modeldir. İlkelerin adil ve tarafsız olduğunu sağlamak için, ayrıca söz konusu bireylerin kendi yaşamlarının belirli detay ve özelliklerini bilmedikleri de varsayılabilir. Aynı şekilde kendi yeterlilik ya da yetersizliklerini veya yetenek ya da zayıflıklarını da bilmiyorlar. Bu yeni toplumun sosyal yapısında kendi pozisyonları hakkında herhangi bir bilgiye de sahip değiller. Rawls'ın ifadesiyle bu bireyler “bilinmezlik perdesi” nin (veil of ignorance) arka planındadırlar ve perdenin arkasından çekip çıkardıklarında itaat edecekleri ilkeleri seçmektedirler. Her bir bireye bir araç olarak değil, bir amaç olarak davranıldığını göstermek, sonuç olarak bu bireylerin ilkeler üzerinde tam bir anlaşmaya vardıkları şeklinde anlaşılır. Rawls'ın “doğal durum” olarak ifade ettiği tarafsızlığın bu başlangıç koşulları, ilkelerin adil bir şekilde seçildiğini kanıtlamaktadır⁵².

51 D. P. Baron, (2003), *Business and its Environment*, New Jersey: Prentice Hall, s. 738.

52 Baron, s. 738.

Doğal durum fikri, Rawls'ın teorisinin özünü oluşturmakta ve burada doğruluk, adil bir karar ve adil bir organizasyonun en temel unsuru olarak görülmektedir. Günlük hayatımızdaki bütün kararların bu şekilde alınması gerektiğini ve sosyal kurumların da bu şekilde organize edilmeleri gerektiğini iddia etmektedir. Ona göre doğru ve adil karar, tarafsız olan karardır ve bu sonuca ulaşmanın tek yolu, bilinemezlik perdesinin arkasından veya altından doğal yaklaşımı ya da bakış açısını arayıp bulmak veya durumumuz hakkındaki bilgisizliğimizi ve tarafsızlığa yönelik çabamızı düşünmekten kaynaklandığını belirtmektedir⁵³.

Karar alma süreçlerinde ortaya çıkan belirli adalet ilkeleri, aynı zamanda ekonomi ve işletme organizasyonlarıyla ilgilenenler için de dikkate değer araçlar sunmaktadır. Rawls “doğal durum” diye ifade ettiği yapıdan iki temel adalet ilkesini çıkarmaktadır. Birinci ilke, her bir bireyin, geniş özgürlükler sistemi içinde eşit haklara sahip olduğunu ifade etmektedir. Doğal durumda bireyler mümkün olduğu kadar özgürlük talep etmelidirler, fakat, rasyonel olmayan ve kişisel çıkarını düşünmeyen bir birey, başkalarının daha fazla özgürlüğünü güven altına almak için kendi eşitliğini gözden çıkarmaya gönüllü olmalıdır. Böylece ilk ilke, eşit hakların sosyal adaletin en temel bir unsuru olduğunu kabul etmektir. İkinci ilke ise, bir toplumun fırsat ve yükümlülüklerinin, genel olarak eşit bir şekilde dağıtılmasını kabul eden “bilinemezlik perdesi”nden çıkmıştır. Eşit olmayan bir dağıtım, sadece toplumun en az avantaja sahip üyelerinin faydasına yönelikse haklı görülebilir, aksine, her bireyin eşit fırsatlara sahip olduğu durumlardan kaynaklanıyorsa haklı görülmemelidir⁵⁴.

c. Erdem Ahlâkı (Virtue Ethics)

Erdem ahlâkı yaklaşımının kökleri Socrates ve öğrencileri Platon ve Aristotle'un ahlâk teorilerine dayanır. Daha ileri bir aşaması, orta çağ doğal hukuk geleneğinde ortaya çıkmıştır. Bu düşünürlere göre ahlâk, bilgelik, adalet, basiret ve hoşgörü gibi gelişen erdemler anlamındadır. Socrates erdem ahlâkını, ruhun farklı boyutları arasındaki uygun bir denge ve uyum olarak tanımlayarak, ahlâk ile kişilik arasındaki ilişkiyi tartışmıştır. Öğrencisi Plato da ruhun sağlığı için erdem ahlâkını zorunlu görmüştür ve bu ahlâkın temelini akılda olduğunu belirtmektedir. Plato'nun öğrencisi olan Aristotle ise, onlardan farklı olarak ahlâki erdemlerin karakter ve kişilikle ilişkili olduğunu

53 A.e., s. 739.

54 Baron, s. 740.

ileri sürmüştür. Aristotele erdemi, ılımlılığı niyet ederek aşırılıklardan sakınan bir anlayış tarafından ortaya çıkarılan karakterin bir ifadesi olarak tanımlar. Böyle bir karakter ifadesi, bir insanın iyi olmasına ve aynı zamanda fonksiyonunu iyi bir şekilde icra etmesine de yardım edeceğini belirtmektedir. Ahlâki erdemlerin, aynı fiziksel maharetler gibi, uygulama ve gelenek sürecinde geliştiğini söylemektedir. Öngördüğü karakter özelliklerini ise, yiğitlik, ölçülülük, sakinlik, cömertlik, yüce gönüllülük, dostluk, adil olmak şeklinde ifade etmektedir⁵⁵.

Yukarıda ifade edildiği gibi faydacı ve ödevci yaklaşımlar, hem bireyler olarak ve hem de vatandaşlar olarak ne yapmamız gerektiği noktasında karar verirken izlememiz gereken kural ve ilkeler üzerinde durmuştur. Bu yaklaşımlar nasıl hareket edilmesi ve ne yapılması ile ilgili olarak karar almanın pratik nedenlerini göstermektedirler. Erdem ahlâki ise, iyi ve doğru bir yaşamı meydana getiren karakter özelliklerini ya da erdemleri tam ve detaylı bir şekilde tanımlayan ahlâk felsefesi içinde yer alan bir gelenektir.

Erdem ahlâkını faydacı ve deontolojik yaklaşımlardan nasıl farklılaştığını anlamak için, bencillik problemine bakılabilir. Yukarıdaki bölümlerde de ifade edildiği gibi, bencillik, insanların sadece kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettiklerini kabul eden bir görüştür. Böyle bir davranma biçiminin, birçok iktisatçı tarafından “rasyonel davranış” olarak ifade edildiği de bilinen bir gerçektir. Burada ahlâk açısından veya diğer bazı düşünürler açısından en önemli sorun, kişisel çıkar ile diğergamlık (başkalarını düşünme) ya da “ben”e yönelik motivasyon ile “başkaları”na yönelik motivasyon arasındaki kolayca görülebilen zıtlıktır. Bu bağlamda ahlâk, genellikle bizden başkalarının refahı ya da iyiliği doğrultusunda hareket etmemizi talep etmektedir⁵⁶.

Erdem ahlâki düşünürleri, ilgiyi “bir birey ne yapmalıdır?” sorusundan “bu kişi kimdir?” sorusuna doğru kaydırmıştır. Bu değişiklik, sadece farklı bir ahlâki bakış açısını talep etmemekte, aynı zamanda en az onun kadar önemli gördüğü, kendi kendimize yönelik farklı bir bakışı istemektedir. Burada kastedilen şey, birey olarak kimliğimizin önemli ölçüde isteklerimiz, inançlarımız, değerlerimiz ve tutumlarımız tarafından oluşturulduğunun kabulüdür. Yani bir bireyin karakteri (Kişilik olarak ifade edilen eğilimler, ilişkiler, tutumlar, değerler ve inançların oluşturduğu bütün.), o bireyin kimliğinden

55 Aristoteles, (1999), *Eudemos'a Etik*, (çev. Saffet Babür), Ankara: Dost Yayınları, s. 105– 189.

56 Hartman ve Desjardins, s. 83.

bağımsız bir özellik değildir. Karakter bir bireyin istediğinde üzerine giyeceği veya çıkaracağı bir takım elbise gibi değildir; aksine “ben” ya da kişilik, bir bireyin en temel ve devamlı eğilimleri, tutumları, değerleri ve inançlarıyla bütünleşiktir ve onlardan bağımsız düşünülemez⁵⁷.

Erdem ahlâkı ile ilgili çalışmalarda ilginin birey üzerine odaklanmasının, ahlâkta meşrulaştırmanın doğasının nasıl değiştiğine dikkat edilmesi gerekir. Eğer bir davranışın ahlâki açıdan haklılığı kişisel çıkarla ilişkilendirilmesini gerektiriyorsa, bu haklılaştırmanın genellikle başarısız olması sürpriz olmamalıdır. Ahlâki tartışmalar genellikle, kişisel çıkar ile ahlâki değerler arasındaki bir çatışmadan kaynaklanmaktadır.

d. Denge Yaklaşımı

Bu yaklaşım, daha çok Müslüman toplumların dünyaya yönelik bakış açılarını belirleyen ve büyük oranda Kur’an-ı Kerim ve Sünnet’ten kaynaklanan bir ahlâk felsefesini içermektedir. Nakvi’ye göre İslam ahlâk felsefesi, Tevhid (birlik), Muvazene (denge), Hür irade ve Mesuliyet (sorumluluktur) gibi dört ahlâk aksiyomunda özetlenebilir. Nakvi, bu dört aksiyomun, İslam’ın, insanı ruhsal ilerleme imkanlarından mahrum etmeksizin dünyevi mutluluğu arttırmak için bütüncül, adil ve verimli bir düzenlemeye varmayı amaçlayan temel ahlâk ilkesine dayandığını ifade etmektedir⁵⁸

(1) İslam Ahlâk Felsefesi

İslam ahlâk sistemine göre insan evrende merkezi bir yer işgal eder. Aynı şekilde diğer bütün varlıkların yaratılış sebebi olarak görülmektedir. Nakvi, bu anlayışı destekleyici olarak, “Allah’ın göklerdeki ve yerdeki her şeyi emrine verdiğini, nimetlerini açıkça veya gizlice önünüze alabildiğine serdiğini görmez misiniz? (31:20) “⁵⁹ ayetini göstermektedir ve insanı Tanrı-biçimsel bir varlık olarak nitelendirmektedir. İnsanın Tanrı-biçimsel bir varlık vasfını, “...Sonra onu düzenledim de, içine ruhumdan üfledim”(15:20) ayetinden almaktadır. Bu yüzden insanın, birincil ödevinin tanrı-biçimsel yönünü dünyada teoriden pratiğe dökmesidir. Bunu gerçekleştirdiği takdirde ancak o

57 A.e., s. 83.

58 N. H. Nakvi, (1985), *Ekonomi ve Ahlâk*, (çev. İlhan Kutluer), İstanbul: İnsan Yayınları, s. 43-44.

59 M. Esed, (1999), *Kur’an Mesajı*, (çev. Cahit Koytak vd). İstanbul: İşaret Yayınları, Cilt: 2, s. 838.

zaman sorumluluktan kurtulur. Eğer bu misyonu gerçekleştiremezse şu ayetin muhatabı olur. “İnsan başıboş bırakılacağını ve dilediği gibi hareket edebileceğini mi sanır?”(75:36).⁶⁰ İslam, bu anlayışıyla, insana özgürlüğü ile birlikte belli bir sorumluluk yüklemiştir. Bu özgürlüğü, ona hem yeryüzünde halife olma potansiyelini ve hem de Allah’ı inkâr etme potansiyelini vermektedir. Böylece yaptıklarının karşılığını hem bu dünyada ve hem de “Ceza Günü” diye bilinen öbür dünyada görecektir.⁶¹

Yukarıdaki ifadeler, birey olarak insanın tabii olduğu düsturlardır. Bunun yanında birde Nakvi’nin deyişiyle “kollektif insan” kavramı vardır. Nakviye göre kollektiflik, insanın içinde bulunduğu çevresiyle ilişkilidir. Bu anlayışa göre, birey kollektivite içinde kendi geçimini sağlamalıdır, fakat yeri geldiğinde kendini bu kollektivite (ümme) için feda etmelidir. Nakvi, İslam felsefesinde insanın bireysel ve kollektif etkinliklerinin, içedönük olduğu kadar dışa da dönük olan tanrı-biçimsel varlığın yönelişleri olarak görmektedir. Bunun da homojen varlık içinde insan hayatının zahiri ve batini yönlerini kopmaz bir bağla birbirine bağladığını ifade etmektedir. Dolayısıyla, İslam’da insanın bozulması ya da Hegelci-Markscı deyişle insanın “yabancılaşması”, insan yalnızca kendindeki güçlü tevhid duygusundan koparak tanrı-biçimsel niteliklerini pratiğe geçirmediği zaman söz konusu olmaktadır. Bu konuda İslam zaten insana yol göstermiştir. İnsandan, her yönüyle (ruhi, manevi ve dünyevi) ilgili etkinliklerinde, biri diğerinde yansıyacak biçimde gerçekleştirmesi istenmiştir.⁶²

İslam’ın kayda değer diğer bir önemli yönü ise, Allah’ın istediği özel sınırlar içinde insanın dünyevi ilgileriyle ruhi yücelme idealini birleştirmesidir. Nakvi, böyle bir durumda, insanın hayat etkinliğinin, toplumsal adaletinin yalnızca bir yüzünü teşkil ettiği el-Adl (denge)’in her şeyi kapsayan niteliğine uygun olması gerektiğini ifade etmektedir. Aynı şekilde İslam’ın bütünüyle velilerden oluşan bir toplum ideali olmadığını, ancak; Allah tarafından belirlenmiş ahlâki sınırlar içinde çeşitli etkinliklerini uzlaştıran “dengeli” insanların oluşturduğu toplumsal bir çerçeveyi öngördüğünü belirtmektedir.⁶³

Kısacası, İslami ahlâk, insanın doğal özelliklerinin bireysel düzeyde nötr hale getirilebileceği gerçeği üzerine temellenmiştir. Bu özellikler, toplumsal

60 Esed, s. 1213

61 Nakvi, s. 52.

62 Nakvi, s. 53.

63 A.e., s. 53.

varlık planında tamamen etkisiz hale getirilemez. İslam insanı idealistçe bir yaklaşımdan ziyade; daha çok kişisel bir perspektiften değerlendirmektedir. Nakvi'nin deyişiyle bir tür ikiyüzlü idealizm uğruna doğal yasaları göz ardı eden hiç bir ahlâki sistem vahiy içinden kendine bir yer bulamaz. Çünkü yarattıklarını en iyi tanıyan Allah'tır. Bu düşüncesini ise şu ayeti kerime ile desteklemektedir. "Andolsun, insanı biz yarattık ve nefsinin ona verdiği vesveseyi biz biliriz. Biz ona şah damarından daha yıkınız (50:16)"⁶⁴.

(2) İslam Ahlâkının Çalışma Hayatına Bakışı

İslamın çalışma hayatına bakışıyla ilgili önemli çalışmalardan birisi, Seyyid Hüseyin Nasr'ın çalışmasıdır. Nasr'a göre, İslami bakış açısıyla çalışmanın ahlâki boyutunu anlamak için öncelikle çalışma kavramının, Müslümanların konuştuğu diller arasından en önemlisi olan Arapça'daki karşılığının, en genel anlamıyla **amel** sözcüğünden farklı olmadığını ve Kutsal Yasa'da da aynı kategori içinde değerlendirildiğinin bilinmesi gerekir. Ayrıca her hangi bir Arapça sözlüğe bakıldığında "çalışma"nın karşılığı "**sun**" ve "**amel**" olarak geçtiği görülmektedir. Nasr'a göre amel, bilgiden farklı olarak genel anlamda aksiyon/eylem manasına gelirken, sun daha çok sanatsal ya da zanaatsal anlamda bir şey yapmak ya da üretmek anlamına gelir. İnsanlar yaşadıkları dünyaya yönelik iki tür fonksiyon icra ederler. Ya o dünyanın kendisine yönelik etkinliklerde bulunurlar, ya da o dünyaya ait madde ve araçları işleyerek "şey"ler yaparlar. Kutsal yasa, tüm insan davranışlarını kapsadığından, İslami anlayışa göre iş ahlâkı, prensip itibariyle hem amel ve hem de sun planında uygulanır⁶⁵.

Nasr, "sun"un ya da sanatın estetik boyutuyla ilgili ilkelerin İslami vahyin iç boyutuna ait olduğunu, amelin ve sun'un ahlâki boyutu, başka deyişle, insanın dış dünyaya yönelik olarak yaptıkları ise, şeriatın emir ve öğretilerinde mevcut olduğunu iddia etmektedir. Bu doğrultuda Kur'an-ı Kerim'den şu ayeti örnek olarak göstermektedir: "Ey iman edenler, akitlerinizi (verilen sözler sözleşmeler vs.) yerine getiriniz." Ayrıca bu ayetteki sözleşme kavramının geleneksel Müslüman müfessirlerce, insanın Tanrıyla, kendisiyle ve dış dünyayla olan tüm ilişkileri kapsayacak şekilde ifade edildiğini, bunların tüm insan hayatının ahlâka uygun yaşanmasını sağlamaya yönelik "doğruluk genelgeleri" olduğunu ifade etmektedir⁶⁶.

64 Nakvi, s. 55.

65 J. Kitagava, (1985), *Comparative Work Ethics*, Washington: Library of Congress, s. 51.

66 A.e., s. 53.

Bu ayetle ilgili M.Esed'in yorumuna göre akd (sözleşme), birden çok tarafın söz konusu olduğu bir taahhüttür. Yine Ragib'e göre ise, bu ayette sözü edilen sözleşmelerin insan ile Tanrı arasında, insan ile ruhu arasında ve kişi ile diğer insanlar arasında gerçekleştiğini ve böylece insanın tüm ahlâki ve toplumsal sorumluluk alanını kuşatmaktadır⁶⁷.

Nasr, İslam'a göre çalışma ahlâkının temelini tüm insan davranışlarının kaçınılmaz bir ahlâki karakterinin olmasında ve kişinin sadece işverene ya da işçiye karşı değil, aynı zamanda 'aktör'ün ya da işçinin imkânı nispetinde en mükemmel şekilde icra etmesi gereken "iş" e karşı sorumlulukta yattığını söylemektedir. Ayrıca işe karşı sorumluluğun, tüm insan davranışlarına şahitlik eden Tanrı'ya karşı da söz konusu olduğunu; dolayısıyla tüm davranışlarda, Tanrı'ya karşı olan sorumluluğun ölümden sonra da sonuç doğurduğunu ve ölümsüz bir varlık olarak insanın nihai dirilişiyle bağlantılı olduğunu belirtmektedir. Hıristiyan ve Yahudi geleneklerinde olduğu gibi İslam'da da insan, davranışlarının ahlâki sonuçlarından dolayı Kıyamet Gününde sorguya tutulacaktır⁶⁸.

Geleneksel Müslümanın Tanrı korkusu ve O'na karşı duyduğu sorumluluk, hem ibadeti ve hem de çalışmayı kapsar. Gerçekten de Hz.Muhammed'in çok bilinen bir hadisine göre, Allah, tövbe eden kulunun kendisine karşı olan borcunu affeder ama Allah'ın diğer yaratıklarına olan borcunu affetmez. Onun için bir sözleşmenin şartlarının yerine getirilmesi, bir işin en iyi şekilde icra edilmesi ve ayrıca işi icra eden kişiye iyi davranılması gibi hususları içeren sorumluluk duygusu kadim Müslüman gelenekte çok güçlüdür. Kısacası İslami iş ahlâkı, bir müslümanın dünyadaki konukluğu süresince Kutsal Yasanın genel yol göstericiliğine ve emirlerine uygun olarak kazanmış olduğu ahlâki karakterden ayrı düşünülemez.

Sonuç olarak, Protestanlığın bazı biçimlerinde görülen, çalışmanın kendi içinde bir değer olduğu (ödevci anlayış) düşüncesi, İslamiyet'te söz konusu değildir. İslami perspektife göre çalışma, insanın ihtiyaçları ve kişinin bireysel ve toplumsal yaşamada denge sağlama gereksinimi bağlamında bir erdemdir. Dolayısıyla, çalışma ödevi ile kişinin kendisinin ve ailesinin ihtiyaçlarını karşılama sorumluluğu daima belli bir kontrol mekanizmasına tabidir. Kişinin bu konuda aşırıya kaçma eğilimi, Nasr'a göre Kur'an'ın insan hayatının fani

67 Kitagava, s. 55.

68 A.e., s. 55-56.

oluşuna, açgözlülüğün ve başkasına göz dikiciliğin tehlikesine ve aşırı mal biriktirmekten kaçınmanın önemine dikkat çekmesiyle önlenmektedir⁶⁹.

III. BİR EYLEM VE UYGULAMA FENOMENİ OLARAK İŞ AHLAKI

A. İŞ AHLÂKININ TANIMI

İş ahlâkının tanımını yapmak Madsen'in deyişiyle "çiviye taş duvara mıhlamak" gibi zor bir sorundur. Bu terimin ne anlama geldiği veya bu terimle neyin ifade edildiği konusunda genel kabul görmüş bir görüş birliği yoktur. Aynı şekilde, iş ahlâkının belirli ve sınırları çizilmiş bir alanını da göstermek oldukça zordur. Hatta 'nerede olmadığını' söylemek bile güçtür. Sonuç olarak alanın tanımlaması, bazı önemli unsurları dışarıda tutularak daraltılabileceği gibi, aksine bütünüyle kuşatıcı ve oldukça geniş bir alanı kapsayacak şekilde de genişletilebilir⁷⁰.

İş ahlâkının çoğu tanımlamaları, belirli bir durumda neyin doğru ya da yanlış olduğunu belirleyen kural, standart ve ahlâkî prensiplerle ilgilidir. Basit bir anlatımla, "*iş ahlâkı, iş dünyasında davranışa yol gösteren ahlâkî prensip ve standartları kapsamaktadır. Bir işletme içerisinde, insan davranışlarını iyi veya kötü ya da doğru veya yanlış olarak değerlendiren olgunun incelenmesidir*"⁷¹. İş ahlâkı, moral standartların işletmelerin politika ve davranışlarına nasıl uygulanacağı üzerinde yoğunlaşmaktadır⁷². Yani ahlâkın bir uygulama örneğidir. Laura Nash ise iş ahlâkını; "... *kişisel ahlâk normlarının ticari teşebbüslerin faaliyetlerine ve amaçlarına nasıl uygulandığının incelenmesi*", olarak tanımlamaktadır. Ona göre iş ahlâkı, yöneticilerin organizasyonda bulunan çalışanların ilgisini kendi aktivitelerine yöneltmedeki zihni yapı ve tercihlerini yansıtır. Bu aktiviteler ve tercihler, bireyin ahlâki değer sistemi tarafından şekillenmektedir. Fakat bu sistem, çeşitli ekonomik sıkıntılar ve baskıların kronikleştiği bir yapıda işlediği zaman, genellikle önceliklerde ve duyarlılıkta bir dönüşüme maruz kalır⁷³. Ayrıca Nash, işletmelerin birçok farklı ahlâki bakış açıları olmakla beraber, iş ahlâkının genellikle

69 Kitagava, s. 56.

70 P Madsen ve J. M. Shafritz, (1990), *Essentials of Business Ethics*, New York: Penguin, ss. 1-2.

71 Shaw, s. 5.

72 M. G. Velasquez, (1988), *Business Ethics: Concepts and Cases*, New Jersey: Prentice Hall, s. 18.

73 Laura L. Nash, (1990), *Good Intention Aside: A Manager's Guide to Resolving Ethical Problems* Boston: Harvard Business School Press, s. 5.

üç temel yönetsel karar alma alanına girdiğini ifade etmektedir. Bunlar; 1- yasalara yönelik tercihler; 2- yasal alanın dışında kalan ekonomik ve sosyal sorunlara yönelik tercihler (genellikle geleneksel ya da 'halkın değerleri' diye ifade edilmektedir.), 3- bir bireyin sahip olduğu kişisel çıkarın üstünlüğüne yönelik tercihlerdir⁷⁴. Burada, kişinin kendi çıkarlarının derecesi, içinde çalıştığı şirketin ya da şirket içinde veya dışında bulunan diğer insanların çıkarından önce gelir. Bir davranışın doğru ya da yanlış, ahlâkî ya da ahlâk dışı olup olmayacağı genellikle bireylerin kişisel ahlâk ve değerleri kadar, iş organizasyonları, çıkar grupları ve kitle iletişim araçlarında somutlaştığı gibi, kamuoyu tarafından da belirlenmektedir. Bu gruplar temel belirleyici olmamakla birlikte, bunların yargıları, bir işletmenin ve onun faaliyetlerinin toplum tarafından kabul veya reddedilmesini etkilemektedir⁷⁵.

B. İŞLETMELERDEKİ AHLÂKİ SORUNLAR

Son yıllarda iş ahlâkı konusu üzerine artan ilgi, özellikle çalışma ortamlarında ahlâkın, iş ahlâkı alanının en evrensel konusu olmasına yol açmıştır. Yasa koyucular ve mahkemeler, çalışma ortamlarının değişik boyutlarıyla ilgili problemlerin çözümüne yönelik çalışmalar gerçekleştirmelerine rağmen; hala çözülemeyen yasal ve hukuki birçok ahlâki sorun varlığını devam ettirmektedir. Son yıllarda kitle iletişim araçlarında, organizasyonlardaki birçok ahlâki problem dile getirilmekte ve bütün kamuoyunun dikkatine sunulmaktadır.

Bir çalışan veya yönetici, herhangi bir işletmede çalışmaya başladığı zaman, iş yerinde ayrımcılık, şirket kaynaklarının yerinde kullanılmaması ya da tüketicilerin ihlal edilen hakları gibi birçok ahlâki ikileme karşılaşılabılır. Bu ikilemler kadar önemli olan bir diğer konu ise, işletmelerdeki çalışanlarla işverenler arasındaki ilişkilerden kaynaklanan sorunlardır. Bugün, çoğu insan, herhangi bir işletmeye girdiğinde, hemen anında bir anlaşma imzalamamakla birlikte; genelde çalışanlarla işverenler arasında, anlaşma ve sözleşmelere dayalı bir ilişki biçimi vardır. Her iki grubun da birbirlerinden bazı beklentileri ve hakları vardır. Örneğin, bir işveren, kendisine kazanç sağlayacak çabalarından dolayı çalışanlara ücret öder, bir organizasyon, üyelerinden, ailenin bir ferdi olarak, sorumluluk bilincine sahip bir şekilde davranmasını, organizasyona ve onun değerlerine bağlılık göstermesini ve istenilmeyen davranışlardan sakınmasını beklemektedir. Diğer taraftan, bir çalışan, işteki performansı

74 A.e., s. 6.

75 Ferrell ve Fraedrich, s. 6.

için sadece ücret istemez; aynı zamanda bu ücretin adalet ve hakkaniyete riayet edilerek verilmesini beklemektedir. Aynı şekilde çalışanlar, işverenlerin kendilerine nezaket ölçüleri çerçevesinde davranmalarını ve uygun bir çalışma ortamı sağlamalarını beklemektedir⁷⁶. İşte bütün bu karşılıklı beklentilere, belirli ahlâki standartlara göre karşılık verilmeyince, işletmelerde ahlâki sorunlar ortaya çıkmaya başlamaktadır.

İnsanlar, ahlâkî kararları sadece ahlâkî bir boyutu olan özel bir durum ya da sorunla karşılaştıkları zaman alırlar. Bu yüzden iş ahlâkının anlaşılmasına yönelik atılacak ilk adım, ahlâkî sorunların farkına varılmasını sağlamaktır. Bir ahlâkî sorun, doğru ya da yanlış, ahlâkî ya da gayri ahlâkî olarak değerlendirilmekte olan çeşitli davranışlar arasından, bir birey ya da organizasyonun seçim yapmasını gerektiren bir problem, durum ya da fırsat olarak tanımlanmaktadır⁷⁷.

C. AHLÂKÎ ÇATIŞMANIN TEMEL SEBEPLERİ

Ahlâkî sorunlar, çatışmadan dolayı ortaya çıktığından, ahlâkî çatışmanın sebeplerini incelemek daha anlamlı olur. İşletme yöneticileri ve çalışanları genellikle, içinde çalıştıkları organizasyonlara karşı görevleri ile kendilerinin ahlâkî amaçları arasında bir gerilim yaşamaktadır. Prof. Scott J. Vitell ile Troy A. Festervand bu gerilimin içeriğini açıklamak için işletme yöneticileri üzerinde yaptıkları araştırmalarında çatışmaların, belirli iş uygulamaları ve iş ilişkileri sonucu ortaya çıktığını bulmuşlardır⁷⁸. Araştırmacılar çalışmalarında, çatışmaları üreten ve ahlâkî sorun olarak tanımlanan ilişki tiplerini tespit etmeye çalışmışlardır. Özellikle tüketiciler ile üreticiler arasındaki ilişkiler, listenin başında yer almaktadır. Yani ahlâkî sorunlar, firmanın kendi çalışanlarıyla olan ilişkilerinden daha çok kendi dışındaki insanlarla olan ilişkilerinde ortaya çıktığını belirlemişlerdir. Onlara göre, tepe yönetimiyle olan ilişkilerden ziyade; daha çok alt kademedeki çalışanlarla olan ilişkiler çatışmayı doğurmaktadır⁷⁹.

ABD'deki Ahlâkî Araştırmalar Merkezi tarafından ahlâk eğitimi programları üzerinde yapılan bir araştırmada ise, yöneticilerin içinde çalıştıkları sektörlerde karşılaştıkları ahlâki olmayan uygulamaları; kalite kontrolü, çıkar ça-

76 Trevino ve Nelson, s. 47.

77 Ferrell ve Fraedrich, s. 25.

78 S. J. Vitelli ve T. A. Festervand, (1987), Business Ethics: Conflicts, practices and beliefs of industrial executives", *Journal of Business Ethics*, Vol. 6. No. 2. s. 14.

79 Vitelli ve Festervand, s. 15.

tışmaları, çalışanların hırsızlık yapması, alkol kullanmak, çevreyi kirletmek, uyuşturucu kullanmak, rüşvet, pazarlama ve reklamlarla ilgili problemler, ayrımcılık ve ürün güvenliği şeklinde sıraladıkları görülmektedir⁸⁰.

D. AHLÂKÎ SORUNLARIN SINIFLANDIRILMASI

İş ahlâkı yazınında, işletmelerde karşılaşılan ahlâki sorunlar genellikle insan kaynağı ile ilgili sorunlar, çıkar çatışmasından kaynaklanan sorunlar, tüketicilerle olan ilişkilerden kaynaklanan sorunlar, işletmenin kaynaklarının kullanımıyla ilgili sorunlar ve işletmenin uygulamalarının hukuki ve ahlâki boyutuyla ilgili sorunlar şeklinde sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma kapsayıcı olmamakla birlikte, yine de karar alıcıların karşılaştığı bazı önemli ahlâkî sorunların sağlıklı bir şekilde değerlendirilmesine katkıda bulunabilir. Aşağıda ifade edilen bu alanlarla ilgili sorunlar sırasıyla anlatılmaya çalışılacaktır.

1. İnsan Kaynağı İle İlgili sorunlar

İnsan kaynağı, herhangi bir işletmenin başarı veya başarısızlığının temelinde yatan en önemli ve en pahalı kaynağıdır. İşletmeler, kendileri için yaşamsal önemi olan nitelikli insan kaynağını çekmek, motive etmek ve elde etmek için çeşitli programlar yapmaktadırlar. Yapılan çeşitli araştırmalarda, yöneticilerin işletmelerde karşılaştığı ahlâki sorunların büyük bir kısmının insan kaynaklarından ve iç örgütsel süreçlerden kaynaklandığı görülmüştür. Çalışanların işverenlere, organizasyona ve kendi meslektaşlarına karşı bir takım ahlâki yükümlülükleri vardır. Aynı şekilde çalışanların da, başkaları tarafından saygı duyulması ve ihlal edilmemesi gereken bazı hakları söz konusudur. Bu haklar, mahremiyet hakkı, vicdan özgürlüğü ve konuşma hakkı ve katılma hakkı şeklinde ifade edilmektedir⁸¹.

a. Çalışanların Hakları

(1) Mahremiyet Hakkı

Mahremiyet hakkı, bireyin yalnız başına kalma hakkı olarak ifade edilmektedir. Burada asıl önemli olan, bir bireyin başkasının müdahale edemeyeceği özel alanı üzerinde durulmasıdır. Daha dar bir çerçevede bu hak, bireylerin kendi kendileri hakkında ne tür bilgileri ifşa edeceklerini belirleyen bir hak

80 Ferrell ve Fraedrich, s. 28.

81 Velasquez, s. 374.

olarak ifade edilmiştir. Ancak son yıllarda meydana gelen teknolojik gelişmeler, bu hakkın korunmasını güçleştirmiştir. Elektronik gözetleme aletleri, dijital teknoloji kullanılarak ortaya çıkan sanal hırsızlık metotları ve oldukça küçük hacimli dinleme cihazlarının varlığı, mahrem alanın korunmasını büyük ölçüde zorlaştırmıştır. Bunlarla birlikte bir diğer neden ise, yöneticilerin çalışanlara sürekli bir şüphe ile bakmaları ve onlar hakkında bilgi edinme çabaları da bu hakkın korunmasını zedelemektedir⁸².

Endüstriyel psikolojideki gelişmeler, bir çalışanın özel aile hayatı ve kişilik özellikleri ile işteki performansı ve verimliliği arasındaki ilişkileri tartışma konusu yapmıştır. Bu tartışmalar sonucu, iki tür mahremiyetin söz konusu olduğu ifade edilmiştir. Birincisi, bir bireyin düşüncelerini, niyetlerini, kişisel inanç ve değerlerini, his ve arzularını içeren psikolojik mahremiyettir. Kısacası bir bireyin iç hayatı ile ilgili mahremiyettir. İkincisi ise, bireyin fiziksel aktiviteleriyle ilgili mahremiyettir. İnsanların iç dünyaları, kendilerinin fiziksel davranış ve ifadeleri tarafından dışarıya yansıdığından, fiziki mahremiyet psikolojik mahremiyetin korunmasında önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır⁸³.

(2) Vicdan Özgürlüğü Hakkı

Her hangi bir şirket, faaliyetlerini yürütürken, şirketin çalışanlarından birisi, şirketin faaliyetleri dolayısıyla topluma zarar verdiğini düşünebilir. Şirket eğer sağlıklı olmayan ürünler pazarlıyor, çevreyi kirletiyor veya yasaları ihlal ediyorsa; bunu ilk öğrenenler elbette ki şirketteki çalışanlar olacaktır. Bu durumda, şirketteki çalışan, şirketin olumsuz faaliyetlerinden dolayı yöneticileri uyararak dikkatleri bu konuya yöneltmesini ahlâki bir yükümlülük olarak kabul edebilir. Eğer şirket yönetimi, söz konusu sorunlar hakkında her hangi bir girişimde bulunmazsa; çalışanın yasal olarak dayanabileceği sağlam bir dayanağı yoktur. Çalışan, sorunu şirket dışındaki bir hükümet birimine götürdüğünde, ya ağır para cezalarına çarptırılır ya da işten atılır. İşte birçok bilim adamı, bu davranışı, bir bireyin vicdan özgürlüğü hakkının ihlal edilmesi şeklinde yorumlamıştır. Çünkü burada şirket bireyin kişisel ahlâki inançlarını ihlal eden bir davranışta bulunmuştur⁸⁴.

82 A.e., s. 376.

83 Velasquez, s. 377.

84 A.e., s. 377.

Vicdan özgürlüğü hakkının nereden kaynaklandığıyla ilgili bir soruyla karşılaşılabilir. Bu soruya Velasquez şu ifadelerle cevap vermektedir: “ Vicdan özgürlüğü hakkı, bireylerin bağlı olduğu ahlâki ve dini inançlarına olan bağlılıklarından kaynaklanmaktadır. Ahlâki ve dini inançlara sahip olan bireyler, bunları mutlak bağlayıcılar olarak görür ve bunları ancak çok büyük psikolojik bedeller ödeyerek ihlal edebilirler.”⁸⁵. Dolayısıyla vicdan özgürlüğü hakkı, bireylerin vicdani olarak yanlış olduğuna inandıkları şirket faaliyetlerine katkıda bulunmaya zorlanmamaları için gerekli olan bir koruma zırhıdır. Ancak bu tür bir hakkın yasal dayanakları yoktur. Yasal dayanağın yokluğundan dolayı, birçok bilim adamı şirketlerin olumsuz faaliyetlerini kamuoyuna bildiren çalışanların davranışlarını desteklemiştir.

(3) Katılma Hakkı

Bir demokraside, karar alma sürecinin iki özelliği vardır. Birincisi, grupları etkileyen kararlar yine grup üyelerinin çoğunluğu tarafından alınır; ikincisi ise, kararlar tamamen açık ve özgür bir tartışmadan sonra alınmalıdır. Bu karar alma sürecine hem bütün grup üyeleri katılabilir, hem de temsilcileri vasıtasıyla katılabilir. Demokrasiyi temelde siyasi iktidarın değişimine ilişkin prosedürel bir kavram olarak algılayan yaklaşımın aksine, “katılımcı demokrasi”yi öngören bu anlayıştan hareketle birçok bilim adamı, demokrasinin bu ideallerinin bir şirkette de uygulanmasını amaçlamıştır. Organizasyonlarda çalışan bireylere, organizasyonun karar alma süreçlerine katılmalarına müsaade edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Böylece ilk adım olarak da, çalışanların kendilerini etkileyen bir kararın yine kendileri tarafından açık ve özgür bir şekilde tartışması yapılmadan alınmaması gerektiğini önermiştir. Bunun sağlanması için de, çalışanlarla işverenler ya da yöneticiler arasında açık bir haberleşmenin sağlanması gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca çalışanlara danışmayı cesaretlendirecek bir iş ortamının tesis edilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Çalışanlara, eleştirilerini özgürce yapabilmeleri ve kendilerini etkileyen kararlar hakkında doğru bilgilere ulaşabilmeleri sağlanmalıdır. Yeri geldiğinde önerilerde bulunmalı ve hatta gerekirse protesto edebilme fırsatı tanınmalıdır⁸⁶.

Bir işletmede çalışanların yukarıda ifade ettiğimiz ahlâki haklarını belirttikten sonra; şimdi bu hakların ihlal edilmesi veya başka nedenler sonucu işlet-

85 A.e., s. 381.

86 Velasquez, s. 382.

melerdeki çalışanlara yönelik ortaya çıkan muhtemel ahlâki sorunları inceleyecektir.

b. Çalışanlarla İlgili Ahlâki Problemler

(1) Ayrımcılık

Bütün işletmeler veya örgütsel yapılarda bireyler arasında ayrımcılık yapılmaktadır. Bütün örgütsel yapılar, işin gerekliliklerini taşıyan elemanları bulmaya çalışırken, yaptığı seçim ve terfilerin temelinde ayrımcılık yatmaktadır. Herhangi bir iş için başvuran adaylar arasından beklentilere uygun niteliklere sahip olanın tercih edilmesi, bireyler açısından önemlidir. Bu temelde yapılan ayrımcılık bireyler açısından olumlu bir tutum olarak değerlendirilir. Buradaki asıl problem, ayrımcılığın bir bireyin derisinin rengi, cinsiyeti ya da etnik kökeni gibi adil olmayan ve işle ilgisiz kriterlere dayandırılmasıdır. Bu tür kriterlere dayanan ayrımcılık, ahlâki sorun olarak görülmektedir. Herhangi bir işin başarılması için gerekli olan bilgi ve beceriyle ilgisi olmayan kriterler dikkate alındığında haksız ayrımcılık yapılmaktadır⁸⁷. Örneğin, bazen bir işletmede herhangi bir pozisyona eleman alınmak istendiğinde, seçim kararı, başvuran adayların işle ilgili bilgi ve becerilerine değil de; onun sahip olduğu aile ilişkilerine (nepotik) göre verilebiliyor. Nepotizme bağlı ayrımcılıktan başka, belirli insan grubu ya da türüne ve onların farklı işleri başarma yeteneklerine yönelik klişeleşmiş bakışlara dayanan ayrımcılıktan da söz edilmektedir. Örneğin, genelde bayanlara ve özelde ise bekâr bayanlara yönelik, her an evlenerek işletmeden ayrılacaklarına dair bir önyargı söz konusudur. Böyle bir önyargı ise, herhangi bir işe başvuran evli ve bekâr adaylar arasında adil olmayan bir ayrımcılığa yol açmaktadır⁸⁸.

Haksız ayrımcılığa temel oluşturan birçok kaynak ifade edilmektedir. En çok dikkati çeken ayrımcılık kaynakları ise, cinsiyet, ırk, etnik köken, yaş, din, maluliyet ve cinsel yönelim şeklinde sıralanmaktadır. Ayrımcılığa temel teşkil eden bu kaynakların her birinin tarihsel bir geçmişi vardır. Örgütsel yapılarda özellikle cinsiyet ve ırka dayalı ayrımcılık daha çok tartışma konusu olmuştur. Aynı zamanda ayrımcılık, eski-yeni veya yaşlı-genç çalışanlar arasındaki iş ilişkilerinde olabileceği gibi, yöneticilerin ya da işverenlerin çalışanları işe

87 S. Newell, (1995), *The Healthy Organization*, New York: Routledge, s. 120.

88 Hartman ve Desjardins, s. 210-212.

alma, terfi ettirme ve işten çıkarma uygulamalarında da söz konusu olmaktadır. İşletmenin profiline uymadığı için, bekâr çalışanlar, bir azınlık grubunun mensupları veya başka nedenlerden dolayı herhangi koruyucu yasal dayanağı olmayan çalışanlar, terfi aşamasında görmezden gelinebilmektedir. Aynı şekilde, bazı ülkelerde 50 yaşın üstündeki çalışanlar, bedensel engelliler, kısa boylu olanlar, fazla kilolu veya eşcinseller de benzer uygulamalarla karşılaşmaktadır⁸⁹.

Yukarıda genel boyutlarıyla açıklanmaya çalışılan ayrımcılık, işletmelerin veya diğer örgütsel yapıların karşılaştığı en önemli ahlâki sorunlarından birisidir. Çünkü ayrımcılık, çalışma ortamlarında adalete aykırı bir durum ortaya çıkarmaktadır. Bilindiği gibi adalet, insanın devredilemez bir hakkı olarak kabul edilmektedir. Artık birçok ülkede yönetimler kendi meşruiyetlerini, hak ve adaleti güven altına almalarına dayandırmaktadırlar. Güven kavramı popüler olan her şeyin üstünde tutularak, herkes için özgürlük ve adalet sloganı öne çıkmaktadır. Adalet ve bireylerin haklarının korunması önemli bir mihenk taşı olarak görülmektedir. Bu bağlamda insanlar artık örgütsel yapılardan ve özellikle de işverenlerden adalete uygun ve tarafsız davranmalarını beklemektedir.

(2) Cinsel Taciz

Her hangi bir işletmede hırsızlık, dolandırıcılık, mahremiyet hakkına tecavüz gibi, cinsel taciz de önemli bir ahlâki sorun olarak görülmektedir. Cinsel taciz iddiaları, son elli yıl zarfında cins ayrımının bertaraf edilmesi çabalarında etkili bir husus olarak ortaya çıkmıştır. Hatta bu ifade ABD’deki Sivil Haklar Bildirgesinin 7. başlığı altında yer almıştır. Ancak, cinsel tacizin işyerlerindeki cinsiyet ayrımı şeklinde dar bir çerçevede sınırlandırılması doğru bir yaklaşım olarak görülmemiştir. Cinsel taciz, işyerlerindeki cinsiyet ayrımını da içine alacak şekilde başka konuları da içerdigi belirtilmektedir⁹⁰.

Cinsel tacizin kurbanları, kadınlar kadar erkekler de olmakla birlikte, burada odak noktası kadındır. Çünkü cinsel tacizden en çok kadınların etkilendiği ve genellikle erkeklerin taciz eden konumunda olduğu ifade edilmektedir⁹¹. Bir-

89 Trevino ve Nelson, s. 58.

90 D. L. Wells, B. J. Kracher, (1993), “Justice, Sexual Harassment, and The Reasonable Victim Standard”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 12. No. 6. s. 424.

91 Wells ve Kracher, s. 427.

leşik Devletler Evliliği Koruma İdaresi, kadın çalışanların %42' sinin cinsel tacize uğradığını, ayrıca özel sektörde yapılan bir araştırmada ise kadınların % 62' sinin her hangi bir ofiste cinsel tacize uğradığı ifade edilmiştir⁹². Zaman zaman kız öğrencilerin de okullarda öğretmenler ve yöneticiler tarafından cinsel tacize uğradığı yazılı ve görsel medyadaki haberlerde görülmektedir.

İş hayatında önemli bir sorun olarak karşımıza çıkan cinsel taciz neyi ifade etmektedir ve hangi davranışları içermektedir? W. Shaw'a göre cinsel taciz, cinsel içgüdüye dayalı nahoş cinsel teklifler, cinsel ilişki kurma talebi veya diğer sözlü ya da fiziki davranışlardan oluşur⁹³. Cinsel taciz davranışlarını ispatlamak çok güç olmakla birlikte, davranışın tespitinde değişik yöntemlere başvurulabileceği belirtilmektedir. Birincisi, olaya taciz edenin bakış açısından bakılması; bir diğeri, hem taciz edenin ve hem de taciz edilen kurbanın bakış açısından ve son olarak, sadece taciz edilen kurbanın bakış açısından olaya bakılmasıdır⁹⁴. Ancak yine de tecavüzlerin belirlenmesinde mağdurun tepkisi ve şikayetinin dikkate alınması gerektiği genel olarak kabul edilmektedir⁹⁵.

Cinsel taciz davranışına, bir çalışanın boyun eğmesi, genelde üç şekilde söz konusu olmaktadır. Birinci şekli, işveren ya da yöneticinin, çalışanı işe alma şartı olarak, kapalı veya açık bir cinsel istekte bulunmasıdır. Bu istek cinsel tacizin en kaba şeklidir. Doğrudan bir cinsel ilişki teklifi söz konusudur. İkinci şekli, çalışanı etkileyen işletme içi yetkilerin kullanılarak bu tür bir davranışa boyun eğdirilmesidir. Böyle teklifler genellikle imalı davranışları içerir ve samimi teklifler gibi değildir. Üçüncü ve en yaygın şekli ise, genellikle iş yerlerinde çalışan kadınlara yönelik cinsel taciz türleridir. Genelde, cinsel imalar, şehvetli ve duygusal bakışlar, kadının vücudu, elbiseleri ve davranışları hakkında cinsel işaretler, gereksiz yere sürtünmeler ve dokunmalar veya diğer fiziksel davranışlar şeklinde görülen tacizlerdir⁹⁶. İşletmelerdeki bu türden ahlâki sorunlar, çalışanlarda özellikle de kadın çalışanlarda iş tatminsizliği, çalışanlardaki potansiyel yetenek ve kabiliyetlerin kullanılamaması ve çalışanın işletmeye olan sadakatinin zayıflamasına neden olur.

İşletmelerde bu tür ahlâki sorunların giderilmesi, öncelikle çalışanların bu

92 Shaw, s. 304.

93 A. g. e, s. 304.

94 Wells ve Kracher, s. 427.

95 Trevino ve Nelson, s. 57.

96 Wells ve Kracher, s. 323-324.

davranışları işlerini kaybetme korkusu yaşamadan açıkça konuşmalarına bağlıdır. Aksi halde problemler giderek çözülmez hale gelir. İşletmeler cinsel taciz problemlerini çözebilmeleri için her şeyden önce bir güven temeli oluşturması gerekir, aksi halde kendisi sorunun bir parçası olur.

(3) İşletmeyi Kamuoyuna Şikâyet Etme

Şikâyet hakkı, bir çalışanın, bir işveren ya da organizasyonun gayri ahlâki veya yasal olmayan davranışları hakkında kamuoyuna bilgi vermesi olarak ifade edilmektedir. Bu konuyu Norman Bowie şöyle ifade etmektedir: "bir jurnalci, herhangi bir kurumun çalışanı ya da memurudur. Bu kurum kar amaçlı olabilir veya olmayabilir. Çalışan şirketin, faaliyetleriyle üçüncü gruplara zarar verdiğini, insan haklarını ihlal ettiğini düşünerek bu durumu kamuoyuna duyurması ve bu doğrultuda belirlenmiş kurumun amaçlarına karşı gelmesidir."⁹⁷. Aksi bir durum ise, bütün bu ihlallerin firmanın yasal hakkı olarak kabul edilmesidir. Böyle kabul edildiğinde, bireylerin kamuoyunu bilgilendirme hakkı sınırlandırılmış olmaktadır.

Bowie, 1990'lardaki kamuoyunu bilgilendirme tartışmaları ile 1960'lardaki "sivil itaatsizlik" tartışmaları arasında bir paralellik olduğuna işaret etmektedir. Bu dönemde insanlar, diğer ahlâki yükümlülükleri engellediği için, yasalara itaati reddetmişlerdi. Jurnalciler ise, kamuya zarar verdiği için firmaya ya da işverenlerine göstermeleri gereken sadakatten vazgeçmişlerdir. Ayrıca Bowie, kamuoyunu bilgilendirmenin ahlâkiliğini sorgulamak için ya da bir durumun bilgilendirilmeye konu olabilmesi için hangi şartların değerlendirilmesi gerektiğini şu sorularla ifade etmiştir: Bilgilendirme, haklı ahlâki güdülerden mi kaynaklanmaktadır? Özel durumlar haricinde, kamuoyuna gitmeden önce diğer bütün kanallar (örneğin işletmeye gitmek gibi) kullanılmış mıdır? Jurnalleyen (bilgilendiren) kişi, olmuş ya da olacak olan gayri ahlâki ve yasal olmayan davranışları kanıtlayabilecek midir? Ne tür ahlâki ihlallerin olduğunu biliyor mu? Bu ihlaller, özel birilerine yönelik olarak mı yapılmıştır⁹⁸? Dolayısıyla, her hangi bir çalışan bir tehlike sezindiği an, yukarıdaki soruları da dikkate alarak bir değerlendirme yaptıktan sonra harekete geçmelidir. Trevino ve Nelson'da, benzer bir değerlendirmeyi farklı ifadelerle yapmaktadır. Sonuçların önem derecesi, davranışın zararlı olduğuna yöne-

97 N. E. Bowie ve R. F. Duska, (1990), *Business Ethics*, New Jersey: Prentice-Hall, s. 17.

98 Bowie ve Duska, s. 72.

lik sosyal uzlaşma, etkilerinin olabirliği, zaman açısından yakınlığı, zararın mağdurlara olan yakınlığı ve etkilerinin yoğunluğu gibi daha çok hakkında bilgi verilecek durumun özellikleri açısından konuya yaklařmıřlardır⁹⁹.

(4) alışanların Hırsızlık Yapması

Çalışanların hırsızlık yapması, şirketlerin ilgilenmek zorunda kaldıkları diğer bir önemli ahlâki sorundur. Çalışanların hırsızlığı, daha çok alt kademelerde çalışanların küçük araçlar, ofis malzemeleri, kağıt, kalem ve bloknotlardan oluşan değer nispeten düşük eşyaları kullanmaları şeklinde olabileceği gibi, daha st kademede yani yönetsel düzeyde “ beyaz yakalı suçlar “ olarak da bilinen, zimmete para geçirme, emanetlerin ya da sorunlu malların kullanılmasında sahtekârlık yapmak ve sahte imza atmak şeklinde de söz konusu olmaktadır¹⁰⁰. Daha önce de ifade edildiği gibi, çalışanların, anlaşmalara bağlı olarak, kendi emekleri karşılığında belirli bir gelir elde etmeleri söz konusudur. Dolayısıyla içinde çalıştıkları işletmenin kaynaklarını ve araçlarını sadece işletmenin yasal amaçları doğrultusunda kullanabilir. Çalışanlar, bazen bu kaynakları kendileri için ek bir kazanç sağlamak için kullanabilir veya işletmenin araçlarını kendilerinininkiyle değiştirmeye yeltenebilir. İşte bu tür davranışlar işletmelerde karşılaştığımız diğer bir hırsızlık türüdür.

Bu şekilde yapılan hırsızlıklarda, ahlâki bir değerlendirme yapmak kolaydır. Fakat bazı durumlarda olayın ahlâki boyutunu değerlendirmek çok güçtür. Özellikle teknolojik açıdan gelişmiş araçlar yardımıyla yapılan modern hırsızlık şeklini ahlâki olarak değerlendirmek çok zordur. Bu tür hırsızlıklar, çeşitli bilgilendirme yöntemlerini içeren hırsızlıklardır. Bilgisayarlar vasıtasıyla yapılan bilgi hırsızlığı ile ticari gizliliği ifşa etme davranışı bu alana girmektedir. Kompitrize hırsızlıklarda, bazı şirketlerin bilgi bankalarına bilgisayarlar vasıtasıyla girilerek, oradaki bilgilerin kopya edilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. İzin alınmadan böyle bir şekilde yapılan kopyalama işlemi, bilginin alınması kapsamına girmekte ve gayri ahlâki bir davranış olarak kabul edilmektedir. Bu tür olaylar son yıllarda gelişen bilgi teknolojisi alanında oldukça sık görülmeye başlandı. Hatta uluslararası bir sorun olarak gündemimize girmiş oldu.

99 Trevino ve Nelson, s. 71–72.

100 Velasquez, s. 361.

Ticari gizlilik ise, bir şirketin kamuya açık olmayan bilgilerini içermektedir. Bunlar, şirketin sahip olduğu faaliyet süreçleri, teknolojiler, gelecek plan ve politikaları veya kayıtları gibi, şirkete piyasada rekabet edebilme gücü sağlayan bilgilerdir. Bu bilgi, teknoloji ve planlar şirket tarafından geliştirildiği için başkaları tarafından her hangi bir bedel ödenmeden kullanılması hem yasal değildir ve hem de gayri ahlâki bir davranıştır. Zaten bu bilgilerin çalışanlar tarafından başka şirketlere verilmesi yasaklanmıştır.¹⁰¹

(5) Çıkar Çatışmasından Kaynaklanan Ahlâki Sorunlar

Organizasyonlarda çalışanlar ile organizasyon arasında sürekli bir karşıtlık vardır. Örneğin çalışan istediği bir şekilde giyinmek istiyorsa, organizasyon başka bir şekilde giyinmesini ister, çalışan öğleye yakın bir zamanda işe gitmeyi isterken; işletme, onun saat 8’de işletmede hazır bulunmasını bekler veya çalışan normal şartların üstünde bir ücret ister, buna mukabil işletme daha düşük bir ücret ödemeyi tercih eder. Kısacası çalışanların değer ve tutumları ile organizasyonun değer ve tutumları farklıdır. Çalışanların özerklik ve kendi kendini tamamlamaya yönelik çabaları, her zaman organizasyonun istediği verimlilik algısıyla uyuşmaz. İşte bu perspektif ve amaç farklılığı çıkar çatışması şeklinde formüle edilmiştir¹⁰². Çıkar çatışması, bir bireyin kendisinin kişisel çıkarlarını mı yoksa organizasyonun çıkarlarını mı koruyacağı konusunda tercih yaptığı zaman ortaya çıkar. Dolayısıyla çalışanlar, kendi özel çıkarlarıyla içinde çalıştıkları işletmenin çıkarlarını birbirinden ayırması gerekir. Bu bağlamda birçok ülkede çalışanların işletmenin kararlarının sonuçlarından etkilenen kişilerden hediye, kişisel yardım ve değişik türden ödemeler kabul etmesi yasaklanmıştır¹⁰³.

Çıkar çatışmaları, fiili olarak var olmakla birlikte; potansiyel olarak da bulunabilir. Fiili çıkar çatışması, çalışanların firmanın lehine uygulamayı kabul ettiği fiziksel ve entelektüel güçlerini kendi çıkarlarına izin verecek şekilde kullandıkları zaman söz konusu olur. Potansiyel çıkar çatışması ise, bir çalışanın fiziksel ve entelektüel güçlerini firmanın lehine kullanması tehlikeye girdiği zaman ortaya çıkar¹⁰⁴.

101 Velasquez, s. 363.

102 Shaw, s. 258.

103 Ferrell ve Fraedrich, s. 30.

104 A.c., s. 259.

Genel olarak çıkar çatışmaları, açıktan rüşvet ve komisyon almak, gizli rüşvet almak, nüfuz kullanmak, hediyeler almak ve imtiyazlı bilgiler vermek gibi konuları içerdiği belirtilmektedir¹⁰⁵.

a. Açıktan Rüşvet ve Komisyonlar

İşletmelerde çalışan insanlar için kurallar, ihlal edilemez ve hafife alınamaz kadar önemli olmakla birlikte; bazı koşullar, her hangi bir iş uygulamasında hediyeler kabul etme veya vermenin ahlâkiliğini belirleyebilme noktasında tartışma yaratmaktadır. Bu koşullar; hediyein değeri, hangi amaçla alındığı ya da verildiği, hangi şartlar altında kabul edildiği, hediye alan kişinin duyarlılık derecesi ve durumunun ne olduğu, bu durumda kabul edilebilen iş uygulamasının ve şirket politikalarının neler olduğu ve son olarak yasaların konumu şeklinde ifade edilebilir. Örneğin, sosyal yönü ağırlıkta olan bir ortamda icra edilen işlerde, yemek ziyafetlerine daha bir sempatiyle bakılır. Hatta bazı şirketler, yasa ve kurallarda aynı kategoride olmalarına rağmen, bu tür ziyafetleri hediyelerden ayırmışlardır¹⁰⁶.

Hiçbir şey, açıktan rüşvet ve komisyon almak kadar açık bir çıkar çatışması olarak düşünülemez. Rüşvet, bir kişinin çalışma anlaşmaları ve çalışmanın doğasına uymayan bir davranış performansının karşılığıdır. Yani, bir kişinin görev ve rolüyle birleşmiş açık ya da zımni bir anlayışı içermektedir. Bu anlayışa her zaman kötü bir gözle bakılmıştır. Bu karşılığın para şeklinde olması şart değildir. Paradan başka, hediyeler, ziyafetler, özel ürünler, hizmet ve nüfuzlar şeklinde de olabilir¹⁰⁷.

Komisyon problemi ise, daha çok özel sektörde karşılaşılan bir sorundur. Örneğin petrol endüstrisinde komisyon ve rüşvetler, hırsızlıktan daha çok maliyetli hale gelmiştir. Bugün artık komisyonlar, büyük miktarda para, kadın, uyuşturucu ve spor arabalar şeklinde alınıp verilmektedir. Bir bürokrat bazı imtiyazlar isteyen bir işletmeden rüşvet kabul ettiği zaman, muhtemelen kanunların bazı kısımlarını ya değiştirecektir veya yanlış uygulayacaktır. Günümüzde birçok ülkede kamu görevlileri ya da siyasi kişilere verilen rüşvet ve komisyonlar iş ahlâkının en önemli problemleri olarak kabul edilmekte ve

105 G. C. s. Benson, (1992), " Conflicts of Interest", *Business Ethics* (ed.) R. W. McGee, Westport: Quorum Books, s. 233-234.

106 Shaw, s. 269.

107 T. L. Carson (1987), "Bribery and Implicit Arguments: A Reply to Philips", *Jounal of Business Ethics*, Vol. 6. No. 2. s. 123-124.

işletmeler arasındaki tam rekabeti engelleyen çıkar çatışması örnekleri olarak görülmektedirler.

b. Nüfuz

Bireylerin diğer önemli kişilerle olan ilişkilerinin bizzat kendisi, bir çıkar çatışmasına neden olabilir. Örneğin bir şirketin reklam alım satım görevini yürütüyorsanız ve sizin kardeşiniz ya da komşunuz bir reklam ajansına sahip ise; sizin bu firmaya reklam vermeniz çatışma doğuracaktır. Sizi bu firmayı ihalelere davetten alı koymaz, fakat karar almanıza engel olur. Çıkar çatışmasını bertaraf etmek için, çalışanların, kendilerinin özel çıkarlarını işe yönelik faaliyetlerinden ayırmaları gerekmektedir. Bu konuda dünya genelinde kabul edilen bazı yasaklamalar vardır. Örneğin çalışanlar, kararları sonucu etkilenen insanlardan, özel imtiyazlar, hediyeler, kişisel ödemeler, rüşvet kabul etmemelidir¹⁰⁸. Böyle olmakla birlikte birçok ülkede, özellikle bizim ülkemizde son yıllarda kısmen azalmakla birlikte, rüşvet adeta iş yapmanın bir yolu olarak kabul edilmiştir.

3. Doğruluk ve Tarafsızlığın İhlal Edilmesinden Kaynaklanan Sorunlar

Doğruluk; güvenilirlik, gerçeklik ve tutarlılığa işaret etmektedir. Tarafsızlık ise, adil, haktanır ve tarafsız olma niteliğidir. Doğruluk ve tarafsızlık, karar alıcıların genel ahlâkî vasıflarıyla ilişkili olgulardır. İşletme sahiplerinden, bilerek tüketicilere, müşterilere, çalışanlara ya da rakiplere aldatma, yalan ve baskı vasıtasıyla zarar vermemekle birlikte, asgari düzeyde de olsa bütün uygulanabilir yasa ve düzenlemelere uyulması beklenmektedir. Kararlı sosyal ilişkiler için esas bir unsur olarak kabul edilmektedir. Ayrıca başarılı ekonomik faaliyetler için de çok önemli bir konuma sahip olduğu, birçok bilim adamı tarafından ifade edilmiştir. Bu açıdan iş adamları çalışanlardan, uygulanabilir yasa ve düzenlemelere uymayı beklemektedir¹⁰⁹.

Çalışanlar, bir taraftan işverenlere ya da organizasyonlara karşı bazı yükümlülüklerle sahip iken, diğer taraftan üçüncü gruplara karşı da bazı yükümlülükleri vardır. Bu üçüncü gruba, iş arkadaşları, tüketiciler, organizasyon tarafından etkilenen dışarıdaki bireyler, devlet ve genel olarak toplum girmektedir.

108 Ferrell ve Fraedrich, s. 30.

109 L. T. Hosmer, (1995), "Trust: The Connecting Link between Organizational Theory and Philosophical Ethics", *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 2. s.

Bir çalışanın, firmalara veya başkalarına karşı olan yükümlülükleri arasındaki çatışmalar, birçok ahlâki kararın esasını teşkil etmektedir. Bu çatışmaların giderilmesi için, öncelikle çalışanların üçüncü gruba karşı olan yükümlülüklerinin tanımlanmasının önemli olduğu belirtilmektedir. Çalışanların üçüncü gruba karşı üç temel yükümlülüğünün olduğu ifade edilmektedir. Bunlar, güvenilirlik, zarar vermemek ve doğruluk gibi ahlâkın birincil konuları arasında yer alan yükümlülüklerdir. Aynı şekilde açık sözlülük ve dürüstlük de bu yükümlülükler arasında yer almaktadır¹¹⁰.

Kısacası, işletmelerin her hangi bir biriminde (muhasabe, üretim, pazarlama vb.) çalışan elemanlar, kendi alanıyla ilgili faaliyetlerinde üçüncü gruba karşı bazı yükümlülükler taşır. Örneğin bir muhasebeci, isteyenlere doğru bilgileri vermekle, mühendis, ürünü en iyi şekilde tasarlamakla ve pazarlamacı ise, tüketicileri aldatıcı reklamlardan sakınmakla mükelleftir. Güvenilirlik, doğruluk ve zarar vermeme, çalışanların işverenlere, organizasyona ve üçüncü gruba karşı bilinen yükümlülük kategorileridir. Fakat asıl önemli olan, çalışanların bu yükümlülükleri nasıl yerine getireceğidir. Örneğin, bir çalışan iş arkadaşının alkol kullanmasından dolayı şirketin zarar görmesini üstlerine rapor etmeli midir? Yoksa çalışma arkadaşlarına sadakat göstererek hiç bir şey söylememeli midir? Aynı şekilde bir sekreter, patronunun başka bir kadınla ilişkisinin olduğunu eşine söylemeli mi, yoksa gizlemeli midir? İfade edilen bu durumların her birinde çalışanlar, bölünmüş bir sadakati uygulamaya yeltenirler. Böyle çatışmaları çözmek pek de kolay değildir. Oldukça spesifik detaylara inmeyi gerektirmektedir¹¹¹.

Doğruluk ve tarafsızlık ile ilgili sorunlar, işin, toplumun kurallarından ziyade kendi kuralları tarafından yönetilen bir “oyun” olarak düşünülmesinden dolayı da ortaya çıkmaktadır. Eric Beversluis aşağıdaki nedenlerden dolayı güvenilir olmamanın bir problem olduğunu ileri sürer¹¹²:

1. İş ilişkileri, kendi kuralları tarafından yönetilen insan ilişkilerinin bir alt grubudur. Bu ilişkiler, bir piyasa toplumunda, rekabet, kâr maksimizasyonu ve örgüt içinde kişisel ilerlemeyi içermektedir.
2. Böylece iş, basketbol ya da futbol gibi insanların oynadığı bir “oyun” olarak düşünülebilir.

110 Shaw, s. 270.

111 A.e., s. 270.

112 Ferrell ve Fraedrich, s. 32.

3. Bilinen ahlâk kuralları, futbol ya da basketbol gibi oyunlardaki kurallarla aynı değil.
4. İş, mantıksal olarak eğer basketbol veya futbol gibi bir oyun ise, o zaman doğal ahlâkî kurallar uygulanmaz.

Bu tür bir anlayış, birçok insanın, herhangi bir davranışın sergilenmesinin işte, savaşta ve sporda da aynı olduğu sonucunu çıkarmalarına yol açabilir. Gerçekten iş ile savaşı karşılaştıran çeşitli kitaplar yayınlanmıştır. Harvey Mackoy'ın "Köpek Balıklarıyla Yüzmek" ve Jay Conrad Levinson'un "Gerrilla Pazarı" bu tür kitaplardır. İş ile savaş benzerliği mantalitesi, doğruluk ve tarafsızlığın işletmelerde gerekli olmadığı fikrini besleyebilir. Onun için Beversluis işin, basketbol ya da boks gibi bir "oyun" olmadığını ifade etmektedir. İnsanların ekonomik olarak kendi kendilerine yeterli olmadıklarından, iş oyunundan vazgeçmeyeceklerini belirtmektedir. Onun için iş ahlâkının sadece bu "iş oyunu"nda uygulanacak kuralların neler olacağını açıkça ortaya koymakla kalmaması, aynı zamanda oyundaki gönüllü olmayan katılımcı karakterler için de uygun kurallar geliştirmesi gerektiğini söylemektedir¹¹³.

4. İletişimden Kaynaklanan Ahlâki Sorunlar

İletişim, anlamların, söylenenlerin tasnif edilmesi ve bilginin iletilmesini ifade etmektedir. Bilgilerin, vericiden alıcılara transferini sağlamaktadır¹¹⁴. İletişim süreciyle ilgili ahlâkî sorunlar, diğer bütün durumlarla beraber, çalışanların çalışma koşulları, ürünlerin güvenilirliği ve kirlenme hakkındaki bilgi ve reklam mesajlarıyla da ilgilidir. Yanlış ya da aldatıcı olan haberler, tüketicilerin organizasyona olan güvenini zedeler. Yalan söylemek, organizasyonlar içinde güven ve itimadı sarstığından hem içsel ve hem de dışsal iletişimde ortaya çıkan önemli ahlâkî bir sorundur. Yalan ve aldatıcı reklam iletişimde en önemli konulardır. Ekonomik ve sosyolojik açıdan da çok önemli bir konudur. Reklamın kötüye kullanımları, tamamen yalan olduğu gizlenmiş gerçeklerden, belirsiz ve abartılmış iddialara kadar bir dizi olumsuzluklardan oluşmaktadır. Mübalağalı iddialar gerçekleşmemiş olan iddialardır. Örneğin belirli bir ağrı kesici ya da öksürük şurubunun piyasada olanların en iyisidir diye ticarî bir iddiada bulunduğu zaman, söz konusu iddia çoğu zaman gerçeği yansıtmamaktadır. Bazen, reklam mesajlarının farklılaşan yorumları, genellikle, mahkemelerde çözülen ahlâkî sorunlar ortaya çıkarmıştır.

113 Ferrell ve Fraedrich, s. 33.

114 H. Wehrich ve H. Koontz, (1993), *Management: A Global Perspektive*, New York: McGraw-Hill, s. 536.

Reklamlar, mesajdaki gizlenmiş gerçekleri kullanarak aldatmış olabilir. Örneğin bir sağlık sigortası poliçesi satmak isteyen bir pazarlamacı, poliçe kapsamına giren çok sayıda hastalık listeleyebilir, fakat bu listede bilinen bazı hastalıkların sigorta edilmesinde başarısız olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla, iyi bir satın alma kararı vermek için tüketicilerin ihtiyaç duyduğu bütün bilgileri doğru bir şekilde yansıtmayan reklamlar ve haberlerdeki bu tür mesajlar, tüketicileri hayal kırıklığına uğratmakta ve güvenini sarsmaktadır. Böylece tüketiciler kendilerini aldatılmış hissetmekte ve üretici ve satıcılara (pazarlamacılar) olan güveni zarar görmektedir. Aldatıcı olan bir diğer reklam şekli ise, muğlak ifadeleri içerenlerdir. Gözlemciler, okuyucular ya da dinleyicilerin bu muğlak ifadelerle reklamcının neyi ifade etmek istediğini anlaması güçtür. Bu kaçamaklı ifadeler doğal olarak muğlaktır ve böylece aldatma veya yanıltma niyetinde olan reklamcıları da cesaretlendirmektedir.

IV. İŞLETMELERİN FONKSİYONEL ALANLARI VE PAYDAŞLARI İLE İLGİLİ AHLÂKİ SORUNLAR

İçinde ahlâkî ilgilerin sergilendiği, işletmenin fonksiyonlarını ve ana katılımcılarını incelemek, bize ahlâkî sorunları tanımda ve anlamada yardımcı olacaktır. Katılımcılar, işletme sahipleri, çalışanlar ve tüketicilerdir. Yönetim, pazarlama, muhasebe ve finansman ise herhangi bir işletmede dört temel fonksiyondur. Her bir katılımcı ve fonksiyonun ahlâkî sorunları incelenmeye çalışılacaktır.

A. SAHİPLERİN AHLÂKİ SORUMLULUKLARI

Küçük olsun, büyük olsun çoğu işletmeler, bazı mal ve hizmetleri sağlamak için kendi kaynaklarını ortaya koyan bir kişi ya da bir grup insanın vizyonu ile başlar. İşletme sahipleri ya da bir şirketteki hisse sahipleri, işletmeleri kurmak ve geliştirmek için para ve kredi kaynaklarını bulanlar ya da arz edenlerdir. Sahipler, organizasyonları bizzat kendileri yönetebilecekleri gibi profesyonel yöneticiler kiralayarak da çalıştırabilmektedirler. Bir işletmenin yöneticileri, çalıştıkları işletmenin sahiplerine, ekonomik çıkarlarını korumak için hem ahlâkî ve hem de hukuki bir sorumluluğa sahiptirler. Bu ahlâkî yükümlülük, şirket sahiplerinin çıkarlarını korumayı ya da en iyi şekilde nasıl geliştirileceği gibi konuları kapsamaktadır. Çıkarların korunması ve geliştirilmesi çabalarının ise kısa vadeli olmaktan ziyade, daha çok uzun vadeli olması

istenmektedir¹¹⁵. Yönetici ve çalışanlar, şirket sahipleri ve hissedarların sadece yasal çıkarlarıyla ilgilendiklerinde, gerektiğinde fazla mesai de yaparak, bunu yerine getirmeye çalışmaktadırlar. İşletme yöneticileri rekabetin olduğu bir piyasada sahip ve ortakların çıkarlarını korumaları ve geliştirmeleri içinse, hem tüketicilerine özen göstermeleri ve hem de tüketicilere hizmet eden çalışanlarına önem vermeleriyle mümkün olacaktır.

İşletme sahipleri aynı zamanda topluma karşı da birtakım yükümlülüklerle sahiptirler. Toplumlar, işletme sahiplerinden çevre, eğitim, sağlık ve kültür gibi toplumun ihtiyacı olan kamusal hizmetlerin yerine getirilmesi ile ilgilenmelerini beklemektedir. Eğer işletme sahip ve ortakları, bu tür konuların işletme ile ilgisini kurmazsa ve uygulandığı takdirde kendisi için pahalıya mal olacağı gerekçesiyle çevresel yasaları önemsemezse, topluma karşı olan yükümlülüklerini yerine getirmemiş olur. Yükümlülüklerini yerine getiremeyen işletmeler ise, bedelini dikkate değer düşük satışlarla ve hatta iflasla ödeyebilir.

B. TÜKETİCİLERE YÖNELİK AHLÂKİ SORUNLAR

Hiç bir işletme veya organizasyon, tüketiciler onun ürünlerini almadıkça, uzun ömürlü olamaz. Bu yüzden, herhangi bir şirketin en temel görevi, kendi tüketicilerini tatmin etmektir. Böyle yaparak işletmeler, tüketicilerin neye ihtiyaç duyduklarını ve ne istediklerini öğrenmeye çalışır. Bundan sonra da tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını tatmin edecek ürünleri üretmeye çalışır. Tüketicileri tatmin etmeye çalışmak, işletmelerin, sadece tüketicilerin mevcut ihtiyaçlarını değil, fakat aynı zamanda onların uzun vadeli arzularını da göz önünde bulundurmalarını gerektirir. Örneğin insanlar, kendi evlerinde ve otomobillerinde, verimli ve düşük maliyetli güç enerjisini kullanmalarına rağmen, enerjinin hava ve suyu kirletmesini, yaban hayvanları öldürmesini ya da çocuklarda ölüm ve hastalıklara sebep olmasını istemez. Tüketiciler, aynı zamanda düşük fiyatlarla ve yüksek kalitede besleyici gıda maddelerini de talep eder, fakat onlar, doğal yaşama zarar verecek ya da yaban hayvanlarını öldürecek gıda maddeleri üreticilerine de iyi bir gözle bakmazlar¹¹⁶.

“Tüketici her zaman haklıdır” ifadesini sık sık duyarız. Aynı şekilde, birçok şirket, bu anlayışı kendi şirketlerinin kültür dokusu içinde bir slogan olarak

115 Trevino ve Nelson, s. 186.

116 Trevino ve Nelson, s. 41.

benimsemiştir. Bu sloganın gerçekleşmesi ise, kusursuz tüketici hizmetleriyle mümkün olabilmektedir. Kusursuz tüketici hizmeti, uygun bir fiyattan sağlam ve kaliteli bir mal ve hizmet sağlamaktan, satış sonrası hizmetlere kadar birçok eylemi içine almaktadır. Bu hizmetler yerine getirilirken özellikle tüketicinin mahremiyeti de ihlal edilmemelidir. Kısacası, tüketiciye hizmet edilirken bazı sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu sorunlar, gizlilik, ürünün sağlamlığı, reklamda doğruluk ve özel itimada dayanan sorumluluklar gibi geniş bir alanı kapsamaktadır.

1. Gizlilik

Gizlilik en temel bir tüketici hakkıdır. Gizlilik ve tüketici bilgilerini güven altına alma yükümlülüğü, genellikle satış projeksiyonlarını ya da finansal bilgileri korumanın ötesine giden bir konudur. Gizlilik, kazançlar, birleşmeler, yeniden yerleşmeler, işten çıkarmalar ya da bir yöneticinin sağlık ve evlilik problemleri ile ilgili bilgilerde kesin bir güveni sağlamak anlamındadır. Bazı endüstrilerde gizlilik, genel olarak kabul edilen bir tüketici ilişkisinden çalışanını men edecek kadar önemli bir sorundur. Finansal hizmet endüstrilerinde bunun genel pratiği, bilgi vermektен kaçınmaktır¹¹⁷. Firmaya ait finansal bilgiler kadar, tüketicilerle ilgili bazı bilgilerin de gizli tutulması gerekir. Bu konuyla ilgili üçüncü gruptan bazı talepler gelebilir. Örneğin bir raportör ya da alıcı, tüketici trendleri hakkında sizden bir takım bilgiler isteyebilir. Tüketicilerin mahremiyetini korumak için üçüncü bir grupla, özel şirketleri veya bireyleri tartışmak kesinlikle kabul edilmemelidir. Aynı şekilde üçüncü gruplara, tüketicileri tanımlama imkanı verecek her hangi bir bilgi sağlanmamalıdır. Eğer bilgi sağlanmak istenirse, özellikle bu işle ilgilenen şirketlerden faydalanılmalıdır. Sağlanan bilgiler ise, her hangi bir tüketicinin tanımlanmasına yol açmamalıdır.

2. Ürünün Sağlamlığı

Diğer bir tüketici hakkı ise, ürünün sağlamlığı ve güvenilirliği ile ilgilidir. Bu özellik, şirketlerin unvanlarını ciddi bir şekilde etkileyecek önemli bir konudur. Ürünün güvenilirliği, sadece tüketici güveni hakkında istenen bir sorumluluk değil, aynı zamanda bir şirketin bütün ilgilerinin aktif olarak tüketicilerin refahı için olduğunu da göstermesidir. Bir ürünün güvenilirliği, üründe bulunan kusur veya tehlikenin derecesine işaret etmektedir. Bu risk

117 A.e., s. 64.

ve tehlikenin boyutu, ürünü kullanan alıcıların kabul edilebilirlik sınırlarına bağlıdır. Eğer bir ürünü tüketiciler kullandığında, ondan istedikleri faydayı sağlıyorsa ve onun taşıdığı kusur ve tehlikeler tüketiciler tarafından bilinen ve kabul edilebilir ya da uygun olarak değerlendiriliyorsa, bu ürün güvenilirdir¹¹⁸. Burada ürünü satan üretici ya da satıcı, kendi ürününün bazı kusurları olduğunu açık olarak söylemesi ve alıcılarında bu kusurları bildikleri halde, hür iradeleriyle onu kabul etmeleri söz konusudur. Yani, ürünün kusur ve tehlike derecesini kabul edilebilir olarak görmektedir.

Sonuç olarak işletmeler, en temel tüketici hakkı olan, alınıp satılan mal ve hizmetler hakkında doğru bilgileri verme gibi bir yükümlülüğe sahiptirler. Dolayısıyla bir ürün ve hizmet hakkında doğruyu söyleme konusundaki isteksizlik, bir organizasyonun varlığının sona ermesine yol açabilir. Aynı şekilde şirket çalışanları içinde de büyük problemlere neden olabilir.

3. Özel İtimada Dayanan Sorumluluklar

Bankacılık, muhasebecilik, avukatlık, din adamlığı ve tıp gibi uzmanlık isteyen meslekler tüketicilere karşı özel bir itimadı gerektiren alanlardır. Bu meslekler genel anlamda, kendi müşterileri hakkındaki bilgileri saklayan ve duygulara hitap eden uygulamacılar anlamında “itimat” mesleği olarak bilinir. Bilim adamları ve adli sistemler, bu mesleklerle ilgili özel yükümlülükleri kabul etmiş ve ahlâk kodlarını ayrıntılarıyla açıklamışlardır¹¹⁹.

Doğruluk ve tarafsızlıkla birlikte düşünüldüğünde, yukarıda ifade edilen alanların her biriyle ilgili bazı temel ahlâki problemler ortaya çıkmaktadır. Bu problemlerin çözülmesi ise, gruplar arasında sağlam bir temel üzerine tesis edilecek güvene bağlıdır. Güvenin bu esasları olmaksızın başkalarına saygı ve tüketici ilişkileri devam edemez. Bir müşteri ya da tüketicuyu kaybetmenin en çok bilinen yolu dürüstlük, güvenilirlik ve kaliteli bir ürün ve hizmet gibi temel tüketici haklarını ihlal etmektir. Onun için işletmelerin bu konulara özellikle dikkat etmeleri gerekmektedir. Bu nedenlerden dolayı, birçok tüketici, kutup ayılarının avlanmasını veya fok balıklarının katledilerek derilerinden üretilen ürünleri boykot etmektedir. Benzer şekilde, kamuoyundaki tepkiler sonucu, büyük kozmetik şirketleri hayvanlar üzerindeki deneylerini bırakmak zorunda kalmışlardır. Tüketicuyu koruma organizasyonları, insanlar

118 Velasquez, s. 276–278.

119 Trevino ve Nelson, s. 66.

ve çevre için zararlı ve gayri ahlâki faaliyetlerin işletmeler tarafından terk edilmesi konusunda önemli başarılar sağlamışlardır. Genelde işletmeler de ifade edilen olumsuz konularda, kendi müşterilerini tatmin etmek için birçok yolu denemeye çalışmaktadırlar. Ayrıca, müşterilerle ilgili olan değişiklik taleplerini de tatmin etmeye çalışarak, olumsuz kamuoyu ve boykotların zararlarından sakınmaya çalışmaktadırlar.

C. FİNANSMAN

Bir işletmenin sahipleri, işletmenin faaliyetleri için finansman kaynakları sağlamakla sorumludur. İşletme sahipleri finansal kaynakları kendi öz kaynaklarından, arkadaşlarından veya akrabalarından ya da çeşitli finansal kuruluşlardan ödünç olarak sağlamak durumundadır. Ayrıca başka ortaklar ya da hissedarlar alarak da kaynak sağlayabilir. Konumuz açısından önemli olan, elde edilmiş veya dağıtılmış kaynaklarda ahlâkî ve hukukî sorunların nasıl ortaya çıktığıdır.

Son yıllarda malî piyasalardaki en önemli sorun, kazanılmış paranın ahlâkîliği konusuyla ilgili tartışmalar olmuştur. Diğer finansal sorunlar, şirketlerin finansal durumunun yönetim birimleri, mevcut ve potansiyel yatırımcılar ve diğer ilgili gruplara nasıl rapor edildiği ile ilgilidir. Finansal belgeler; yatırımcılar veya milyarlarca dolarlık harcamayı gerektiren yatırımlar için karar verecek başka gruplara önemli bilgiler sağlamaktadır. Eğer bu belgeler doğru bilgileri içermezlerse, kasıtlı olup olmamasına bakılmaksızın, davalar ve büyük miktarda para cezaları ile sonuçlanabilir. İşletmelere imtiyazların tanınması hızlı bir şekilde genişletilmiştir. Ancak bu imtiyazların iyi kullanılmadığı ve bütün hisselerin elde edilmesi çabalarına dönüştüğü görülmüştür. Diğer bir sorun da büyük şirketlerdeki zimmete para geçirme olaylarıdır. Hatta bu tür ahlâkî olmayan finansal uygulamalar yüzünden bir çok şirket iflas etmiştir.

Finansal karar almada tartışmalı bir alan da, şirketlerin insan haklarının ihlal edildiği ülkelere yatırım yapıp yapmayacağıdır. Örneğin birçok insan, devlet ve üniversiteler, Güney Afrika'da iş yapan şirketlerdeki hisselerini, devam eden ırkçılık problemlerine karşılık protesto amacıyla satmışlardı. Bu bir finansal sorundur. Çünkü çoğu insan tarafından kabul edilmeyen ırkçı politikaları uygulayan bir ülkede yatırım yapmak, şirketlere büyük sorunlar doğurabilir. Benzer şekilde, şirketlerin "sosyal sorumluluğu" güncel bir konudur. Bu şirketlerin yöneticileri, bu şirketin hisselerini, nükleer silah üreticilerine, tok-

sık gaz ve endüstriyel kirlilik yaratan üreticilere ve yönetimde azınlıklara yer tanımayan şirketlere satmaktan sakınır. Böyle ürünler üreten firmalar için, ek finansal kaynak sağlamaya teşebbüs ettikleri zaman ahlâkî sorunlar ortaya çıkabilir. Diğer bir finans sorunu ise, uyuşturucu ticaretinde, mevduat sahibinin ilişkisini örtmek için, saklanan büyük nakit mevduatlarının olup olmadığının ifade edilmemesi ve bundan bankaların sorumlu kabul edilip edilmeyeceği ile ilgilidir. Toplumun uyuşturucu ile mücadele etmek için gerekli olan yasa ihtiyacı ile bankaların kendi müşterilerinin gizliliğini koruma düşünceleri bu noktada çatışabilmektedir¹²⁰.

D. YÖNETİM

Yönetimin öncelikli amacı, örgüt çalışanlarının aktivitelerini organize etmek, yönlendirmek, planlamak ve kontrol ederek örgütsel amaçlara ulaştırmaktır. Faaliyetlerin gerçekleştirilmesini emrettiklerinden ve çalışanlara yol gösterdiklerinden dolayı, yöneticiler bir organizasyonda var olan ahlâkî sorunları doğrudan etkilemektedir. Yönetim aynı zamanda, çalışma disiplini, ayrımcılık, sağlık, güvenlik, gizlilik, ücretlendirme politikası, iş yerinde alkol ve uyuşturucu kullanma, organizasyonların çevresel etkileri, kendini geliştirme, yaşam tarzı ve değerler, ahlâk kodları, yerel topluluklar ile ilişkiler, fabrika kapatma ve işten çıkarma gibi konularla ilişkili ahlâkî sorunları da çözmeye çalışmaktadır¹²¹.

Yöneticilerin diğer önemli bir görevleri ise, hem organizasyonun amaçlarını gerçekleştirme sorumluluğunu, hem şirketin sahip ve ortaklarına karşı sorumluluğunu ve hem de emri altındaki çalışanlara karşı olan sorumluluklarını dengeli bir şekilde yerine getirmesidir. Toplumun insani ve sosyal gerçekliklerini dikkate alarak, bu sorunları çözecek teknikler geliştirmekle sorumludur. Buna ilaveten yöneticiler, toplumun, azınlıkları istihdam etme, çevreyi koruma, güvenli ürünler ve güvenli çalışma koşulları sağlama gibi isteklerini yerine getirmekle de yükümlüdür. Örneğin son yıllarda ırk, din, sakatlık ya da cinsiyet konusundaki ayrımcılık nedeniyle bazı işletmelerin büyük miktarlarda para cezalarına çarptırıldıkları bildirilmektedir. Bu uygulamalar, daha çok kadın ve azınlıkların örgütsel yapılarda kariyerlerini geliştirmeleri noktasında önemli açılımlar sağlamıştır¹²².

120 Ghillyer, s. 48-49.

121 Madsen ve Shafritz, s. 3.

122 J. M. Lozano, (1996), "Ethics and Management: A Controversial Issue", *Journal of Business Ethics*, Vol. 15. No. 2, s. 232.

Yöneticiler için potansiyel bir ahlâkî sorun alanı ise, kişisel dokunulmazlık ve bilgiyi koruma haklarıdır. Bilgi, daha çok bilgisayarlarda saklandığından ve bu bilgiler satılmış olduğundan, birçok tüketici haklarını koruma dernekleri, kişilik dokunulmazlığı haklarının ihlalleri ile ilgilenmektedirler. Onun için yöneticiler, toplum, işletme sahipleri ve çalışanların istekleri arasında ahlâkî bir denge kurma zorunluluğu ile karşı karşıyadır.

E. PAZARLAMA

Pazarlama, tüketicileri tatmin edecek mal ve hizmetleri sağlamak için planlanmış faaliyetleri ifade etmektedir. Tüketicilerin ne istediğini öğrenmek için pazarlama araştırması önemli bir yoldur ve pazarlamacılar ilk olarak bilgileri toplamakla işe başlar. Böylece pazarlamacılar ürünler geliştirir, bu ürünlerin ürün fiyatını, tanıtılmasını, nerede ve ne zaman tüketicilerce satın alınacaksa, oralara dağıtılmasını sağlar. Ahlâkî sorunlar, daha çok ürünlerin güvenilirliği, reklam ve satışı, fiyatlandırılması ve dağıtım kanalları ile ilişkilerde ortaya çıkmaktadır.

F. MUHASEBE

Muhasebe uygulaması ve mesleği başlangıçtan günümüze kadar zamanla birçok önemli değişimi yaşamıştır. Günümüzde meslek, bir kulüp anlayışını benimsemiş ve bu kulüplerde kişiler, rekabetle ilgisi olmayan tasdikli kamu muhasebecileri haline gelmişlerdir. Sertifikalı kamu muhasebecileri, şimdi artan ahlâkî baskıların konusu olmuştur. Çünkü bu muhasebeciler, teknolojik yeniliklerden dolayı ayrıntılı fatura düzenleme yöntemlerinin geliştiği, sürelerin önemli ölçüde kısaldığı ve rekabetin arttığı bir ortamda çalışmak zorunda kalmışlardır. Buda muhasebeciler üzerinde zaman, düşük ücretler, değişen tahminler için alıcıların talepleri ya da düşük vergi ödemeleri ve rekabet baskısı oluşturmuştur. Böyle baskılardan dolayı bazı muhasebe firmaları, çeşitli ahlâkî ve finansal problemler yaşamaktadır. Günlük hayatta muhasebecilerin uygulamalarından kaynaklanan sorunlar, komisyonlar, şartlı ücretler, fonla yüklü bilgileri kopya etmek ve izlenen karmaşık kural ve düzenlemelerdir¹²³.

Bir muhasebecinin, yaşamını doğru olarak yorumlaması gereken bilgiler ve kuralların doldurması gerekir. Çünkü muhasebecilerin, kamu çıkarları ile ken-

123 Ferrell ve Fraedrich, s. 42.

di müşterilerine karşı sorumluluklarını yerine getirmek için güçlü bir ahlâk koduna sahip olma zorunlulukları vardır. Kodlar aynı zamanda, doğruluk, objektiflik, bağımsızlık ve gerekli olan itina kavramlarını da tartışır. Son olarak kurallar, bir muhasebecinin faaliyet alanını ve ahlâkî olarak sunması gereken hizmetlerin yapısını belirlemektedir.

Sonuç olarak, ahlâkî sorunlar doğuracak bir çok durum ve ilişkiyi tanımlamış olmamıza rağmen, pratikte, spesifik ahlâkî sorunları belirlemek oldukça güçtür. Ahlâkî sorunların teşhisinde başarısızlık, bir organizasyonda büyük bir tehlikedir. Bu tehlike durumu, özellikle işletme, doğruluğun ve tarafsızlığın birincil kurallarının uygulanmadığı bir oyundaki gibi davranırsa söz konusu olur. Bazen insanlar organizasyon amaçlarını ya da kazançlarını arttırmak veya kendi faydalarını maksimize etmek için sadece ahlâka aykırı olanı değil, aynı zamanda illegal olan şeyleri yapmaya izin verecek görüşleri de benimseyebilirler.

Şimdiye kadar bir iş organizasyonunda ortaya çıkabilecek bazı ahlâkî problemlerin farkına varılmasına yönelik bilgiler anlatılmaya çalışıldı. Belirli davranışların ahlâkî ya da gayri ahlâkî olup olmadıklarını belirleme çabasına girilmedi. Sadece ahlâkî bir tartışma ya da değerlendirmeye tabi olabilecek sorunların neler olabileceği hakkında değerlendirmeler yapıldı. Böylece ahlâkî bir durum veya problemde, kararların ahlâkî etkisini belirlemek için yapılacak araştırmalara da bir katkı sağlama çabası güdüldü. Çünkü iş dünyası dinamik olduğundan, her zaman yeni ahlâkî sorunlar ve durumlar ortaya çıkabilir.

V. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ve AHLÂK

A. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

Günümüzde organizasyonların, bireylerin ahlâki olarak sorumlu oldukları kararlar almalarını cesaretlendiren ve destekleyen bir ahlâki kültür geliştirmeleri büyük önem arz etmektedir. İşletmeler, çalışanlarının almış oldukları kararlardaki bireysel sorumluluklarının farkına varmaları için ahlâki karar alma modelleri geliştirme çabası içine girmişlerdir. Bu kararlar, işletmenin etkileşim içinde olduğu birçok paydaş için birtakım sonuçlar ortaya çıkardığı gibi, aynı zamanda bireyin kendi kişisel bütünlüğünü de etkilemektedir. Fa-

kat bireylerin karar alma davranışları boşlukta veya bir vakumda gerçekleşmemektedir. Bireyler karar alma sürecini, belirli bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelerek oluşturdukları yapılarda (organizasyonlar, şirketler vb.) karşılaşmış oldukları problemleri çözmek için kullanmaktadırlar. Bir işletme içindeki karar alma sürecinin ise, büyük ölçüde o işletmenin kültürü tarafından etkilenmekte, sınırlandırılmakta, şekillenmekte ve hatta bazı durumlarda bütünüyle bu kültür tarafından belirlendiği ifade edilmektedir. Dolayısıyla, bireyler doğru ya da yanlış kararlar alırken, içinde yaşadıkları ve çalıştıkları organizasyonların beklentileri, değerleri ve yapıları tarafından engellendiği ya da teşvik edildiği söylenmektedir.¹²⁴

Sorumluluğun paylaşıldığı ya da dağıtıldığı günümüz şirketlerinde veya diğer kurumlarında artık bir kültür algısı hızlı bir şekilde gelişmektedir. Özellikle küçük lokal organizasyonlarda bu durum daha yoğun olmakla birlikte, büyük global şirketler için de kaçınılmazdır. Global şirketler birçok yerleşim yerlerine, farklı çalışan tabanına ve yönetim biçimine sahip olmasına rağmen; bir ülkedeki büyük bir global işletmede çalışan bir birey, o işletmenin çalışma kültürünün çeşitli yönlerini paylaşacaktır. Bu onların çalışma ortamlarının bütünüyle homojen olduğu anlamına gelmez; aksine kültür mesafeleri ve farklılıkları devam etmektedir.

Bütün bu anlatılanlardan da anlaşılacağı gibi her şirket ya da organizasyon bir kültüre sahiptir. Sahip olunan bu kültür, organizasyonun üyelerinin düşünme ve davranma biçimine etkide bulunan veya yol gösteren paylaşılan inançlar, beklentiler ve anlamlar yapısı tarafından şekillenmiştir. Şekillenen bu kültür ise, organizasyonun üyesi olan bireyleri şekillendirmektedir¹²⁵. Her insan bu durumu, içinde bulunduğu ortam ve yapıda gözlemleyebilir. İnsanların içinde çalıştığı işletme, okuduğu okul, kaldığı öğrenci yurdu veya aidiyet hissettiği cemaat bir diğerinden farklıdır. İfade edilen her bir kategorinin, kişilik tipi vardır ve her bir grupta, grubun üyelerini şekillendiren konuşulmayan fakat hala etkili olan standartlar ve beklentiler vardır. İşletmeler içinde de konuşulmayan fakat etkili olan standartlar ve beklentiler söz konusudur. Bu bağlamda günümüzde birçok tanınmış bilgi ve teknoloji temelli işletme (IBM, DELL vb.), önemli ölçüde informel ve ekip çalışmasına dayalı bir kültüre sahip olmalarıyla ün saldıkları ifade edilmektedir¹²⁶. Bazı işletmeler, katı dokuz-beş

124 Hartman ve Desjardins, s. 113.

125 A.e., s. 114.

126 R. Kreitner ve A. Kinicki, (2008), **Organizational Behavior**, Boston: McGraw-Hill, s. 66.

mesaisine dayalı klasik bir iş planını uygularken; bazıları ise, çalışanlarından klasik mesai standartlarının dışında daha uzun saatler ve hatta hafta sonlarında da çalışmalarını beklemektedir. Örneğin dokuz-beş mesaisi uygulayan bir işletmeye giren bir kişi, saat beşe ulaştığında hemen işletmeden ayrılma davranışıyla adeta şartlanmaktadır. Görüldüğü gibi her işletmenin sahip olduğu kültür farklıdır. Bireyler bir işletmeden diğer bir işletmeye geçiş yaptıklarında ve hatta aynı işletmede çalışmaya devam ettiklerinde zamanla farklı değerlerle karşılaştıklarında, değer çatışması yaşamaktadırlar.

Kültür, farklı boyutlara sahip olmakla beraber, işletmelerde olsun veya başka herhangi bir organizasyonda olsun, hiçbir kültür formu statik değildir. Kültürler değişmektedir, fakat bu değişim hareket eden bir aysberge benzemektedir. Bilindiği gibi fark edilmese de aysberg her zaman hareket etmekte ve akıntı hangi yöne doğru hareket ettirirse ettirsin devamlı olarak suyun üstünde yüzmektedir. İşletmeler de aysberg gibidir ve bir birey tek başına onun rotasını değiştiremez, fakat güçlü liderler bir kültür üzerinde önemli etkilere sahip olabilirler. Güçlü işletme liderleri, o işletmenin kültürü üzerinde kesinlikle önemli bir etkiye sahiptir. Kısacası bir işletmenin kültürü, onun dayandığı temel değerleridir. İşletme günlük faaliyetlerinde herhangi bir problemle karşılaştığında, bunun çözülmesi noktasında kendisine yol gösteren bir harita gibidir¹²⁷.

Bütün bu özelliklerine ve önemine rağmen, bir organizasyonun içinde belirli bir kültürü tanımlamak zor bir iştir. Çünkü kültür, kısmen kendi katılımcılarının her birinin algılarına dayanmaktadır. Gerçektende algı döngüsel bir şekilde kültürü etkilemektedir. Örneğin belirli bir kültür biçimine sahip olduğunu kabul ettiğimiz bir organizasyon içinde, karşılaştığımız durumlara yönelik olarak sahip olduğumuz algılar temelinde cevap veririz ve buda döngüsel bir şekilde kültürün diğer tecrübelerini etkilemektedir. Algı, tutum ve davranışlar gibi yukarıda ifade edilen unsurlar, kültürün içerdiği unsurların sadece küçük bir kısmıdır. Bunların yanında aynı zamanda iş temposu, organizasyonun mizah ve güldürüye yönelik yaklaşımı, problem çözme metodu, rekabet çevresi, motive edici faktörleri, bireysel özerklik ve hiyerarşik yapısı gibi başka unsurlar da kültürün kapsamı içinde yer almaktadır. Yukarıda sayılan bütün bu unsurlarına rağmen yine de bireyler, içinde çalıştıkları işletmenin kültürünün belirli karakteristiklerini tanımlamada zorlanmaktadırlar¹²⁸.

127 A.e., s. 66.

128 Hartman ve Desjardins, s. 114.

B. KÜLTÜR VE AHLÂK

Kültür ile ilgili anlatılanlar da dikkate alındığında, kültür ile ahlâk arasında tam olarak nasıl bir ilişki söz konusudur? Daha özelleştirirsek, örgüt kültürü, iş ahlâkında nasıl bir rol oynamaktadır? Bu soruları cevaplandırmak için öncelikle hukuk ile ahlâk ilişkisinin boyutlarının ifade edilmesi önem taşımaktadır. Yasalar, işletmelerden engelli çalışanlar için elverişli ve sağlıklı koşullar talep edebilir. Fakat yasalar alerji, depresyon, arterit, işitme kaybı ya da tansiyon gibi problemleri olan bir çalışan için uygun bir ortamın oluşturulmasının koşullarını belirlemede yeterli bir açıklıkta olmayabilir. Böyle durumlarda, ahlâki kararlar alma noktasında yasaların yol gösterme kapasiteleri daha düşüktür. Aksine işletme kültürü, kararların alınmasında belirleyici faktörler olarak işlev görmektedirler. Ahlâk nosyonuna sahip işletmeler, ahlâki olarak sorumlu kararlar almayı cesaretlendirmenin, şekillendirmenin veya izin vermenin yollarını bulma konusunda daha çok başarılıdırlar. Kısacası işletme kültüründen anlaşılan, bazı karar tiplerini cesaretlendiren, şekillendiren ya da izin veren; bazılarını ise engelleyen bütün işletme uygulamalarının toplamıdır¹²⁹.

Karar alma modelindeki faktörlerin her biri, karar alıcıların içinde yaşadıkları sosyal çevre tarafından yardım görmüş ya da engellenmiştir. Ahlâki bir kültür, yasalar talep etmezse bile, çalışanları güçlendiren ve ahlâki olarak sorumlu bir şekilde davranmalarını bekleyen bir kültürdür. Bir işletme kültürü ise, kararların alınmasını belirleyecek olan beklenti ve kuralları koymaktadır. Birçok işletme benzer misyon, kural ve yasal düzenlemelere sahip olmasına rağmen, yine de kültürleri birbirinden çok farklıdır. Her bir işletmenin karar alma süreci, onun kültürünü yansıtmaktadır ve kendi içlerinde oluşan ve gelişen tutum, beklenti ve alışkanlıkları, kültürün farklılıklarını yansıtmaktadır. Yukarıda ifade edilen beklenti ve alışkanlık kavramları, aynı zamanda işletme kültürü tartışmalarıyla ilişkili başka bir konuyu da öne çıkarmaktadır. Söz konusu konu, karakter özellikleri veya alışkanlıkları olarak tanımlanan erdem ahlâkidir. Adet ve alışkanlıkların geliştirilmesi ve yerleştirilmesi (özellikle ahlâki erdemler), büyük ölçüde bireyin içinde yaşadığı kültür tarafından şekillenmektedir¹³⁰.

Karar alma süreci değerlendirildiğinde, ilk üzerinde durulan konu, bireylerin

129 A.e., s. 116.

130 Hartman ve Desjardins, s. 118.

daha önce gerçekleşen her bir alternatif hakkında sürekli olarak düşündüğü ve değerlendirdiği rasyonel ve düşünsel bir sürecin varlığıdır. Fakat erdem ahlâkı geleneği, karar ve eylemlerimizin bu süreçlere çok da bağlı olmadığını bize söylemektedir. Bireylerin genellikle açık bir düşünme sürecinden sonra değil, aksine daha çok karakterlerinin yönlendirmesine göre hareket ettikleri ifade edilmektedir. Burada asıl önemli olan sorun, alışkanlık ve karakterimizin nereden beslendiğidir.

İnsanlar, bazı alışkanlıkları diğerlerine göre daha fazla geliştirmeyi tercih etmektedirler. Çünkü alışkanlıklar, içinde yaşanılan toplumda var olan eğitim-öğretim ve kültür tarafından oluşturulmakta ve şekillenmektedir. Eğitim süreci ise, ailede başlayan ve din, kültür ve topluma kadar uzanan birçok sosyal ortamda gerçekleşmektedir. Aynı şekilde işyerleri de birer eğitim alanıdır ve oralarda çalışan bireyler, uygun ve beklenen davranışları hızlı bir şekilde öğrenmektedirler. Kısacası işletmeler, adet ve alışkanlıkların şekillendiği ve erdem ve kusurların ortaya çıktığı bir çevre sağlamaktadır. İşte bu çevre ve ortam, bir işletmenin ahlâki işletme kültürü olarak ifade edilmektedir. Ayrıca ahlâki bir kültür, aynı zamanda en alt kademedeki çalışanlar üzerinde de doğrudan bir etkiye sahiptir. Eğer dikkate alınıp desteklenirse, güçlü bir ahlâki kültür, paydaşlardan gelecek zararları engeller ve alt kademedeki çalışanların dayanaklılığını arttırır. Eğer önemsenmezse, “her şey mubahtır” algısı güçlenir ve sonuçta uzun vadeli dayanaklılık zarar görür. Güçlü bir ahlâki işletme kültürünü yaratmak ve devam ettirmek ise, işletme liderlerinin görevi olarak ifade edilmektedir.

Kısacası organizasyonları, içinde çalışan bireyler kadar, daha büyük oranda karizmatik liderler şekillendirmektedir. Benzer şekilde organizasyonlar da bireyleri şekillendirmektedir. Yirmi yıl bir işletmede çalışan bir bireyin tutumları, alışkanlıkları, beklentileri ve düşünme biçimi büyük oranda içinde çalıştığı işletmenin kültürü tarafından belirlenecektir.

KAYNAKLAR

- Baron. D. P. (2003). **Business and Its Environment**. New Jersey: Prentice Hall.
- Beauchamp.T. L. (1991). **Philosophical Ethics**. New York: McGraw–Hill
- Benson. G. S. (1989). “**Codes of Ethics**”. *Journal of Business Ethics* Vol. 8. No. sa.305–319
- Robert W. McGee. (1992) **Business Ethics and Common Sense** Westport: Quorum Books.
- Bowie. N ve Duska. R. F.. (1990). **Business Ethics**. New Jersey: Prentice–Hall.
- Carson. T. L.. (1987). “Bribery and Implicit Arguments: a Reply to Philips”. **Journal of Business Ethics**. Vol. 6. No. 2. s. 123–125.
- Darby. G. F. (1994). **Applied Professional Ethics**. Boston: University Press.
- Donaldson. T. ve P. H. Werhane. (1999). **Ethical Issues In Business**. New Jersey: Prentice Hall.
- Ghillyer. Andrew. (2008). **Business Ethics**. New York: McGraw–Hill.
- Güngör. E. (1993). **Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar**. İstanbul: Ötüken.
- Hartman. L. P. Ve J. Desjardins. (2008). **Business Ethics**. New York: McGraw–Hill.
- Hoffman. W. M.. R. E. Frederick ve Mark Schmarts. (2001). **Business Ethics**. New York: McGraw–Hill.
- Hosmer. L. T. (1995). “Trust: the Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics”. **Academy of Management Review**. Vol. 20. No. 2. s. 379–403.
- Kant. I. (1994). **Pratik Aklın Eleştirisi**. çev. İoanna Kuçuradi. Türk Felsefe Kurumu Çeviri dizisi. No: 2. Ankara.
- Kant. I. (1996). **Ahlâk Metafiziğinin Temellendirilmesi**. (çev. İoanna Kuçuradi). Türkiye Felsefe Kurumu Çeviri dizisi. No: 4. Ankara
- Kidder. R. M. (1994). **How Good People Make Tough Choices**. New York: Random House
- Kitagava. J. (1985). **Comparative Work Ethics**. Washington: Library of Congress.

Kurland, N. B. (1995). “**Ethics, Incentives, and Conflicts Interest: a Practical Solution**”. **Journal of Business Ethics**. Haziran. Vol. 14. No. 8. s. 465–475.

Lozano, J. M. (1996). “Ethics and Management A controversial issue”. **Journal of Business Ethics**. Volume 15. No. 2. February. sa.227–236.

Mac Intyre, A. (1991). **A Short History of Ethics**. London: Routledge.

Madsen, P ve J. M. Shafritz. (1990). **Essentials of Business Ethics**. New York: Penguın Books USA İnc.

Nakvi, H..(1985). **Ekonomi ve Ahlâk**. çev. İlhan Kutluer. İstanbul: İnsan Yayınları.

Nash, L. (1990). **Good Intention Aside: A Manager’s Guide to Resolving Ethical Problems**. Boston: Harvard Business School Press.

4. ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ve İŞ ETİĞİ

Engin Yıldırım *

GİRİŞ

İnsan varoluşunun neredeyse kaçınılmaz bir özelliği olan ahlâk, insana neyin iyi, neyin kötü olduğu konusunda yol gösterici bir işleve sahiptir. İyi veya kötü olarak kabul ettiğimiz şeyler toplumsal geleneklerden ve davranış biçimlerinden etkilenmiş olabilir, ancak ahlâk yalnızca toplumsal etkileşimin bir sonucu değil aynı zamanda varoluşun önemli bir boyutudur. Ahlâk kuralları ister dışsal isterse içsel bir yaptırım sonucu olsun, insana belirli bir zorlama veya kısıtlama getirir. Bu insanın önündeki alternatiflerden bir kısmını ahlâki gerekçelerle yerine getirmemesini, bunlardan kaçınmasını ve kullanmamasını gerektirir. İktisadi alan günlük hayatta insanların ahlâk kurallarıyla ve ikilemleriyle en çok karşı karşıya geldikleri alanlardan biridir ve iktisadi ilişkilerin genel olarak bencillik, iki yüzlülük gibi gayri ahlâki temellere dayandığı yaygın bir inanıştır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren bilim tarihi ve felsefesindeki önemli gelişmeler, akılcı modellere olan inancın zayıflaması ve bu gelişmelerin etkisiyle postmodern düşüncenin ortaya çıkışı iktisat ve işletme dünyasında etik konusunu üzerinde durulmaya değer bir alan olarak gündeme taşımıştır. Bunun bir yansıması olarak iş ahlâkı büyüyen bir araştırma sahası haline gelmiştir. Buna karşılık endüstri ilişkilerinde etiğin rolü nispeten az incelenmiş bir konudur. Bunun en önemli nedeni belki de endüstri ilişkilerinde ortaya çıkan etik sorunların iş ahlâkının bir alt dalı olarak görülmesi olduğunu söyleyebiliriz.

Bu çalışma endüstri ilişkilerinde etiğin yeri hakkında bilgi verme amacını taşımaktadır. Endüstri ilişkilerinin modernitenin bir sonucu olduğunu ve günümüzdeki etik tartışmaların modernite ile ilişkilendirildiğini düşünürsek, ilk olarak modernite ve etik konusunu bu alanda çalışmış olan Weber ve özellikle de Durkheim'ın bakış açısından ele alacağız. Bunu takiben endüstri ilişkileri alanında öne çıkan kuramsal çerçevelerin etik konusuna nasıl yaklaştıklarını özetleyeceğiz.

* Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İİBF, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, Öğretim Üyesi.

I. MODERNİTE ve ETİK

Modern toplumu ahlâki bir felaket olarak nitelendiren günümüzün en önemli ahlâk felsefesi düşünürlerinden Alastair MacIntyre, bu felaketin yol açtığı büyük düzensizliğin suçunun önemli bir kısmını modernitenin merkezi kurumlarının içinde büyütülen ve desteklenen araçsal–akılcı eğilimlere yüklemektedir.¹ Bilindiği üzere Max Weber’in ortaya attığı araçsal akılcılık kavramı tüm ahlâki değerlendirmeleri dışlayan, uzman bilgisi ve kişisel olmayan kurallara dayalı nesnel bir mekanizma olarak araçları amaç olarak görmektedir. Bu durumda ahlâki endişelerle kısıtlanmadığı zaman eylem, tamamen akılcı temellere göre değerlendirilmektedir. Bu durumda önemli olan eylemin mümkün olan en iyi teknik bilgiye göre yerine getirilip getirilmediği ve sonucunun getiriye göre maliyetli olup olmadığıdır Araçsal–akılcı “kültürü” sinsî bir gelişme olarak gören Bauman da bu kültürü ahlâki ilişkilerin özü olan Ötekinin Diğerine olan sorumluluğunu ortadan kaldırmakla itham etmektedir.² Sorumluluk (ve dolayısıyla ahlâkilik) zayıflatıldığı zaman etkisizleşmektedir.

Etik bir sorun olarak moderniteyi ele alan Durkheim modern toplumlardaki krizin iktisadi değil, ahlâki olduğunu iddia ederek, 19.yüzyıl Avrupa’sındaki ahlâki krizi anominin nedenlerinden biri olarak görmüştür. Aşırı işbölümünün olduğu modern sanayi toplumunda parçaların benzerliğine dayanan mekanik dayanışma yerine parçaların birbirine bağımlılığına dayanan organik dayanışmanın olduğunu Durkheim belirtmişti. Organik dayanışma normatif bir inanç sistemini temel alan dayanışmadır. Durkheim gelişmiş bir modern ekonomide sosyal bütünleşmenin, kullanma sonucunda ortaya çıkan bir takım haklar ve görevlerle sağlanacağına inanmıştır.³ Normatif düzen Durkheim’a göre sanayi hayatında istikrar ve bütünleşme için yeterli bir şart değildir. Ayrıca toplumda bir güç dengesinin ve toplumu oluşturan bireyler arasında fırsat eşitliğinin olması gerekir. Bunun olmadığı durumlarda sosyal düzenin anormal bir şekli olan “dayatılmış işbölümü” ortaya çıkar. Ancak “dayatılmış işbölümü” kapitalist bir toplumda normal bir haldir. Çünkü eşitsizlik kapitalist piyasa ilişkilerinin temelinde vardır. Modern toplumlardaki çalışma ilişkisinin bireyi yabancılaştırdığı ve anomik eğilimleri arttırdığı söylenebilir. Yabancılaşma kavramı insani ve ahlâki olmayan denetim sistemlerine bireyleri sıkıştıran,

1 P. Du Gay, (2000), *In Praise of Bureaucracy: Weber, Organization and Ethics*, London: Sage

2 Z. Bauman, (1989), *Modernity and Holocaust*, Cambridge: Polity Press, s. 193.

3 R. Hyman ve Brough, I. (1975), *Social Values and Industrial Relations*, Oxford: Blackwell. s. 175

baskıcı bürokratik yapıların egemen olduğu toplumsal durumu çağrıştırırken, anomi aşırı örgütlenmeden ziyade örgütsüzlüğü ve bunun tehlikeli sonuçlarını vurgular.⁴ Toplumsal düzenlemelerdeki bozukluklardan ortaya çıkan durum Durkheim sosyolojisinde anomi olarak tanımlanmıştır. Anomi kavramı denetim altında olmayan aşırı bir rekabet, yoğun sınıf çatışmaları ve anlamsız bir çalışma hayatının toplumdaki normatif düzeni bozduğu anlamına gelmektedir.

Durkheim için normatif düzensizlik maddi ve siyasi eşitsizlikler karşısında alt kesimlerin meşru tepkisini temsil eder. Modern toplumlarda iktisadi hayatın düzenlenmesi kabul edilmiş ahlâki bir temele dayanmıyorsa, normatif düzen güçlü olan tarafından dayatılır. Bu çatışmayı ortadan kaldırır gibi gözüke de çatışma üstü kapalı olarak varlığını sürdürür. İktisadi hayatta kabul edilmiş ortak normların yokluğu istikrarlı normların oluşması önünde engel teşkil ederler. Durkheim'a göre iş âlemi dışında hayatın diğer alanları ihtiras ve arzuları gemleyen ahlâki ilkelere sahipken, iş dünyası ise güçlü olanın zayıfı ezdiği bir adeta ahlâk dışı bir dünyayı temsil etmekteydi. Sadece iktisadi ilişkilere dayanan bir toplumsal düzen istikrarsız olmaya mahkûmdur. Modern toplumda ekonomik hayatın düzenlenmesi kabul edilmiş ortak ahlâki bir temelden yoksun kalırsa normatif düzenleme etkili olamaz.⁵ Bu görüşlere bakarak Durkheim'ın iş dünyasına düşman olduğunu söylemek doğru değildir. Onun vurgulamaya çalıştığı işletmelerin büyümesinin onları toplumsal düzen ve istikrar adına dizginleyebilecek toplumsal kurumların oluşma hızını geçmiş olmasıydı.⁶ Ona göre çözüm ortaçağ lonca düzeninin modern zamanlara uyarlanmasıydı. Girişimciler, yöneticiler ve işçiler kendi iş konularına göre mesleki birlikler etrafında örgütlenip kendi alanlarıyla ilgili etik kurallar geliştirecekti. Bu sayede toplumsal düzen ve istikrar sağlanacaktı.

Modern sanayi toplumu kendi gelişmeleri sonucunda ortaya çıkan anarşik eğilimleri denetim altında tutabilecek aracı kurumlarla grupları meydana getirmede yetersiz kalmıştır. Teknolojik gelişmenin neden olduğu maddi refah artışı rekabetçi, materyalist ve bireyci toplumda normatif denetimlerin yayılması ve kabulüyle sonuçlanmamıştır. Sanayi toplumu geleneksel sosyal yapılarda olan sosyal ve ahlâki sınırlamaları ortadan kaldırmakla birlikte, bunların

4 M. Reed, (1992) *The Sociology of Organizations: Themes, Perspectives, and Prospects* London: Harvester Wheatsheaf, s. 23.

5 J. H. Golthorpe, (1974), "Social Inequality and Social Integration in Modern Britain", D. Weddeburn, (ed), *Poverty, Inequality and Class Structure*: Cambridge: Cambridge University Press. s. 225

6 J. Hendry, (2001), "After Durkheim: Agenda for the Sociology of Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, Vol. 34, s. 211

yerine bencilliği denetleyebilecek bir değerler düzeni ortaya koyamamıştır. Ancak bu durum Durkheim'a göre geçiciydi. Çıkar grupları arasındaki çatışmayı düzenleyen devlet izole edilmiş bireyleri daha geniş sosyal ağlarla bütünleştirme aracı olarak mesleki grupların gelişmelerine ve güç kazanmalarına yardım ederek anomiyi azaltacaktı.

II. ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ KURAMLARINDA ETİK

Endüstri ilişkileri ortaya çıkışı itibarıyla işyerinde ve toplumda adaleti ve kişisel huzuru ve refahı olumsuz yönde etkileyen eksiklikleri ve dengesizlikleri gidererek bunlarla ekonomik etkenlik arasında uyum kurmaya çalışmıştır. İstihdam ve çalışma sadece bir ekonomik mübadele veya işlem olarak değerlendirilmemelidir. İstihdam ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde sosyal bir faaliyettir de. Bundan dolayı işgörenler adil davranılmaya ve adil fırsatlara sahip olma hakkına sahiptirler. Çalışma hayatıyla ilgili tartışmalar aynı zamanda adalet ve özgürlükle ilgili tartışmalardır. Özgürlüğe vurgu yapanlar serbest piyasayı ve sağladığı etkenliği vurgularken, adaleti öne çıkaranlar serbest piyasanın sunduğu çözümlerin herkese dengeli olarak dağıtılıp, dağıtılmadığını sorgulamaktadırlar. Serbest piyasa mekanizmasının işleyişinin çıktılarının adil olduğu yolundaki iddia “marjinal verimlilik adaleti” olarak adlandırılmıştır.⁷ Endüstri ilişkileri alanında egemen olan sistem kuramına göre bir endüstri ilişkileri sistemi “belli aktörler, belli çerçeveler, sistemi birbirine bağlayan bir ideoloji ve aktörlerin işyerinde ve iş topluluklarındaki davranışlarını yönlendiren kurallar bütününden oluşur”.⁸ Kuralların oluşturulması endüstri ilişkileri sisteminin temel amacı olarak görülür ve kural oluşturulması sürecine katılan üç aktör vardır: İşletme yöneticileri ve temsilcilerinin oluşturduğu bir hiyerarşi, işçiler ve örgütlerinin oluşturduğu bir hiyerarşi ve uzmanlaşmış kamu kuruluşlarıyla ilk iki aktör tarafından yaratılan uzmanlaşmış özel kuruluşlar. Bu aktörler birbirleriyle ilişkili üç unsurdan oluşan bir çevrenin etkisine ve sınırlamalarına maruz kalırlar. Bu üç unsur teknoloji, ürün piyasası veya mali sınırlamalar ve gücün toplumdaki dağılımı veya aktörler arasındaki güç ilişkileridir.

Dunlop'a göre endüstri ilişkilerindeki kurallar aktörleri ve sistemin kendisini ortak bir birlik amacı etrafında toplayan ideolojiler sayesinde birbirleriyle

7 P. D. McClelland, (1990), *The American Search for Justice*. Cambridge, Mass. : Basil Blackwell, s. 290'dan aktaran J. W. Budd, (2004), *Employment with a Human Face*, Ithaca, NY: Cornell University Press. s. 66.

8 J. Dunlop, (1958), *Industrial Relations Systems*, New York: Holt. s. 7

bütünleşir. Durkheim için de sosyal bütünleşme önemlidir ama bunu sağlayan ideolojiden ziyade toplumdaki genel ahlâki değerlerin yaygınlığıdır. Değerler ortaklaşa olumlu eğilimleri ifade ederler ve ahlâk, gerçeklik ve estetikle ilgilidir. Değerler sosyal eylem kalıpları arasında ahlâki ölçülere göre bağlantılar kuran kültürel ve sosyal eğilimlerdir.⁹ Endüstri ilişkileri sistemi kuramı girdilere, çıktılara ve çıkarlara vurgu yapmakta, etik sanki göz ardı edilmektedir.

Çoğulcu kuram kural yapmanın ahlâki temelleri üzerinde durarak, endüstri ilişkilerinde ortaya çıkan çözümleri Durkheim'in görüşlerinden esinlenerek incelemiştir. Endüstri ilişkilerinde anominin ortaya çıkış nedeni olarak kurumsal eksiklikler görülür. Her bir endüstri ilişkileri sistemi istihdam ilişkisini düzenleyen normatif bir sistemdir. Bir norm bir kural, inanış veya davranış kalıbıdır. Belli prensipler etrafında birbirleriyle ilişkili olan bir dizi bütünleşmiş normlar, normatif bir sistem oluştururlar. Toplu pazarlık da kural yapıcı ve norm oluşturucu bir süreçtir. Kural yapma süreçleri işverenlerin keyfi ve cebri kararlarına karşı işçilerin yaptığı mücadeleler sonucunda ortaya çıkmıştır. Kurallar işçilerin sadece maddi çıkarlarını değil, insan olarak onurlarını da korur. Kuralların etkisi yükümlülükleriyle beraber hakları oluşturmaktır.

Kural oluşturucu bir süreç olarak toplu pazarlıkta sendikalar inemli bir işleve sahiptir. Sendikalar çalışanların şikâyetlerinin, hoşnutsuzluklarının ve işveren karşısındaki bireysel güç eşitsizliklerini giderme çabalarının organize olmuş ifadesidir. Sendikacılığın en büyük başarısı endüstriyel haklar içeren sosyal bir düzenin yaratılması olmuştur. Sendikalar ilk yıllarında mücadelelerini ahlâki bir esasa göre yapmaya çalışmışlardır. Sendikalar endüstriyel haklar olarak niteleyebileceğimiz bir sosyal düzeni endüstride kurmayı başarmışlardır.¹⁰

Durkheim Dunlop'dan farklı olarak kural yapmanın temelinde sosyal sistemleri birbirine bağlayan bütünleştirici mekanizma olarak ideolojiden ziyade ahlâki amaçlara önem vermişlerdir. Dunlop'un endüstri ilişkileri sisteminde aktörleri ve sistemin kendisini bir bütün olarak bağlayan ideolojiyen, Durkheim'da sosyal bütünleşmeyi sağlayan ideolojiden ziyade genel ahlâki değerlerin toplumdaki yaygınlığıdır.¹¹ Durkheim için uzun dönemde davra-

9 Ginar'dan M. Poole, (1986), *Industrial Relations: Origins and Patterns of National Diversity*, New York, Routledge and Kegan Paul, s. 49.

10 A. Flanders, A. ve Fox, A. (1975), "The Reform of Collective Bargaining: From Donovan to Durkheim", Flanders, A., *Management and Unions* içinde, London: Faber and Faber. ss. 42-3.

11 M. Poole, (1986), *Industrial Relations: Origins and Patterns of National Diversity*, New York, Routledge and Kegan Paul, s. 49.

miş kuralları ahlâki standartlarla bütünleştğinde ve genel normatif kurallar kabul gördüğünde sosyal bütünleşme sağlanır. Durkheim emek ve sermaye arasındaki çatışmaları ve mücadeleleri normatif sistemlerin çöküşünün yani anominin klasik bir örneği olarak vermiştir.

Durkheim'dan esinlenen çoğulcu kuram toplu pazarlığın etkili bir çatışma düzenleyici işlevini yerine getirmediği zaman düzensizlik veya anomi halinin endüstri ilişkilerinde ortaya çıktığını iddia etmişlerdir. Bir grubun normatif istekleriyle mevcut normatif düzenleme sistemi arasındaki ilişkide meydana gelen değişimler anomi halini açıklar. Çoğulculara göre endüstri ilişkilerinde anominin dört temel nedeni vardır:

- a. Bir grup diğer bir grubun direnmesine rağmen endüstri ilişkilerinin dayandığı prosedürel normları değiştirmeye çalışırsa,
- b. Aynı şekilde bir grup ücret ve istihdam şartlarını düzenleyen normları değiştirmeye kalkarsa,
- c. Bir veya daha fazla grubun normatif düzenlemelerin olmadığı alanlarda, normatif istekleri varsa, çıkar ve değer çatışmaları davranışı düzenleyen bir çerçevenin olmaması,
- d. Mevcut düzenleme sisteminin çözülmesi durumunda anomi veya düzensizlik ortaya çıkar.¹²
- e. Flanders ve Fox'a göre yukarıda değinilen ikinci ve üçüncü maddelerin sık sık olması sistemin çökmesini neden olur. Güçlü olan kendi normlarını dayatarak kendi çözümlerini oluştururlar. Güçsüz olanlar da giderilmemiş isteklerin yol açtığı bir huzursuzluk içinde olurlar. İlk üç maddede ortaya çıkan durumda düzen direnmekte olan grupların tavizde bulunarak mevcut normatif sistemin yeniden düzenlenmesiyle sağlanabilir. Sistemin çözülmesi belli bir aşamayı geçtikten sonra düzen sistemin yeniden bütünüyle inşa edilmesiyle ancak sağlanır. Norm oluşturan grupların fazlalığı ve bunun sonucunda çok fazla normatif sistemlerin ortaya çıkması ise düzensizliği artırır.

12 Flanders ve Fox, a.g.e., s. 251).

Bu düzensizliği gidermek için yapılması gereken ilk şey işletmeleri kapsayan, üzerinde tarafların anlaştığı normatif sistemlerin oluşturulmasıdır. Çünkü işletme farklı ve birbirleriyle çatışan değişik iş gruplarının, farklı normatif sistemlerinin bütünleşmesini sağlayacak tek birimdir. İşletme seviyesinde normatif bütünleşme sağlandıktan sonra sendika ve işveren örgütleri aracılığıyla endüstri düzeyinde de bunun sağlanması gerekir. Her bir endüstride normatif düzen kendi içinde sağlanabilir ama endüstriler arasında bunun sağlanması zor olduğundan bir dış otoritenin bunu sağlaması gerekmektedir.¹³ İşçi ve işveren üst kuruluşları yeterince güçlü olmadıklarında bunu sağlayamaz. Ortak normlar üzerinde uyuşmayı sağlayacak ve bu normların etkili olarak uygulanmasını garantileyecek devlet ve kamu kuruluşlarıdır.

Marksist endüstri ilişkileri kuramı toplumsal ilişkilerin üretim ilişkileri tarafından şekillendirildiğini belirterek, sanayi ve toplumdaki gücün kaynağı olarak mülkiyet ilişkilerini öne çıkarır. Sistem analizinden farklı olarak marksistler endüstri ilişkilerinin siyasi ekonomisini incelemeyi amaçlarlar. Bu endüstri ilişkilerinin iktisadi ve siyasi alanlardan ayrı olmadığını, aksine onlarla bütünleşmiş olduğu anlamına gelmektedir. Daha açık bir ifadeyle üretimin sosyal ilişkilerini, yani toplumdaki iktisadi faaliyetlerin nasıl organize edildiğini anlamaya gayret eder. Marksistler için endüstri ilişkileri güç ve çıkar yapılarının ve toplumun ekonomik, teknolojik ve siyasi dinamiklerinin temel olduğunu vurgulamaktadır (Hyman 1975: 31). Hyman'a göre endüstri ilişkileri "iş ilişkileri üzerindeki denetim süreçlerinin incelenmesidir" (1975: 12). Bu tanım güç, kontrol ve çatışmanın doğuşu gibi kavramlara atıflarda bulunarak, onları öne çıkartmaktadır. Güç maddi ve ideolojik kaynaklar üzerindeki denetimin bir sonucudur. Marksist yaklaşım herhangi bir zamanda endüstri ilişkilerinin yapısının ve biçiminin emek ve sermaye arasındaki güç ilişkisinin bir sonucu olduğunu savunur. Marksist görüş sermayedarlarla işçileri yani emek gücünü arz edenlerle, talep edenlerin adil ve eşit olmayan bir mübadele ilişkisi içinde olduklarını belirtir. Bireysel işçi bireysel kapitalist karşısında güçsüzdür. Marksist analizin gücün eşit ve adil olmayan dağılımını vurgulaması ve ideolojik kaynakların bir güç şekli olarak kullanılmasına önem vermesi, endüstri ilişkileri analizine farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır. Onlara göre toplumun temel iktisadi yapısına dokunmayacak bir şekilde normatif düzenin yeniden inşası başarısız olmaya mahkûmdur. Marksist endüstri ilişkileri ahlâki açıdan da mevcut sosyal realiteyi sorgular. Endüstri ilişkileriyle ilgilenenlerin söylemleri eşitlik, adil ücret ve sosyal adalet gibi ahlâki bir

13 Poole, a.g.e., s. 270).

terminolojiyle doludur.¹⁴ Sosyal değerler çatışmayı ılımlaştırma ve kontrolde kullanılmaktadırlar. Çalışanların mevcut durumu kabullenmesi normatif nedenlerden dolayı değil, pragmatik nedenlerden dolayı olabilir. Çünkü işçilerin sisteme alternatif göremediklerinden dolayı mevcut durumu kabullenmeleri, onların sisteme güçlü bir ahlâki bağlılık gösterdikleri anlamına gelmez. Son tahlilde toplumun temel yapısını değiştirmeden endüstri ilişkilerinin normatif yapısının yeniden düzenlenmesi başarısız olmaya mahkûmdur.

III. ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİNDE ETİK DEĞERLER

Etik konusundaki genel tartışmalardan hareketle endüstri ilişkilerinde üç ana etik grubu olduğu iddia edilmektedir: Fayda etiği, görev etiği ve özgürlük etiği.¹⁵ Fayda etiği, fayda maksimizasyonunun sağlandığı durumları etik durumlar olarak görür. Eylem sonuçlarına göre etik veya etik dışı olarak değerlendirilir ve etkenlik ön plandadır. Mesela insan kaynakları yönetimi veya sendikalar toplam faydayı artırıyorsa faydacı ahlâka göre araçsal olarak yararlı görülür.¹⁶ Toplam refahı yani faydayı artırıyorsa adalete ve temsiliyete değer verilir. Bu etik anlayışı güç ilişkilerini görmezden geliyor ve haksız ve adil olmayan sonuçları meşru kabul ediyor.

Kantçı ahlâk anlayışına dayanan görev etiğinde ise eylemin kendisi değerlendirilir. Burada insan sadece bir araç değil, kendisi başlı başına bir amaçtır. İnsana bir başkasının refahını/faydasını veya toplam faydayı arttıracak bir araç olarak görmek insan hayatının kutsallığına hâlel getirdiğinden görev etiğine aykırı bir durum olarak nitelendirilir.

Özgürlük etiğinde başkalarına zarar vermedikçe dilediğini yapabilme vurgulanmaktadır. Mesela güvenilir olmayan iş şartları altında çalışmak işçi bu durumun farkındaysa ve bunu razıysa ahlâka aykırı görülmez.¹⁷

İşverenlerin, şirketlerin işgörenleri ile olan ilişkilerinde davranışlarına rehberlik eden normatif ahlâki çerçeve çalışma ilişkileri etiği olarak tanımlanabilir.¹⁸

14 R. Hyman, ve I. Brough, (1975), *Social Values and Industrial Relations*, Oxford: Blackwell, s. 1

15 J. W. Budd, (2004), *Employment with a Human Face*, Ithaca, NY: Cornell University Press. s. 67.

16 Budd, a.g.c., s. 72.

17 Budd, a.g.e., s. 73-9.

18 C. Cambridge, (2001), "Compassion versus Competitiveness: An Industrial Relations Perspective on the Impact of Globalization on the standards of employee relations ethics in the United States", *Ethics and Behavior*, Vol.11, Number 1, p. 88

Örgütler işgörenlerine karşı sadece hukuki değil aynı zamanda ahlâki yükümlülüklerde taşımaktadır. Etiğin bireysel mi, örgütsel mi olduğu tartışmalı olmakla beraber etik sadece bireylerin ahlâkına ve davranışlarına indirgenemez¹⁹.

Çalışanların işten beledikleri gelir, güvenlik, kariyer ve memnuniyet gibi amaçlarla yönetimin, hissedarların veya işverenin amaçları aynı değildir. Ücret–kar ve otorite–itaat ilişkileri işverenlerle işçiler arasında çoğu zaman üstü kapalı da olsa çatışmaya neden olur. Tarafların birbirlerine bağımlı olması çıkarlarının ortak olduğu anlamına gelmez. Çatışma ve işbirliğinin yan yana olduğu çalışma ilişkisi bir güç ilişkisidir. Çünkü işçi işverenin otorite ve yönetimine uymayı taahhüt etmektedir. Çalışma ilişkisi sürekli bir ilişkidir. Ücret önceden kararlaştırılabilir ama ücret karşılığında sarf edilecek çaba açık olarak önceden belirtilmez. İşçiler otorite sahiplerinin makul emir ve isteklerini yerine getirmekle yükümlüdürler. Çalışma ilişkisi bir hizmet sözleşmesi içerir. Diğer metaların alım, satımıyla ilgili sözleşmelerle karşılaştırıldığında, emek gücünün alım, satımını düzenleyen hizmet sözleşmesinin bazı ayırt edici özellikleri vardır. Örneğin işgören ile işveren arasındaki ilişkinin sürekli ve bağımlı olduğu hizmet sözleşmesinde vurgulanır. Hizmet sözleşmesi güç eşitliğini varsaydığından, taraflar arasındaki istihdam ilişkisinin bir güç ve otorite ilişkisi olduğunu ihmal etmektedir. İşgören işverenin veya yöneticilerin otoritesine ve “makul” istek ve emirlerine uymayı taahhüt ettiğinden çalışma ilişkisi güç ve otorite ilişkisidir. Aynı şekilde işveren veya yöneticiler daha fazla güce sahip olduğundan, taraflar arasındaki güç eşitsizliği de istihdam ilişkisinin belkemiğini oluşturmaktadır.

Çalışma ilişkisinde çatışma işverenlerin kendi değişik amaçları için işgörenleri kullanırken, işgörenlerin de istihdamı kendi amaçlarını gerçekleştirme- de bir amaç olarak kullanmalarından kaynaklanmaktadır. Çıkar farklılıkları istihdam ilişkisinin çatışma boyutunun kaynağını oluşturmaktadır. İşçi ile işveren arasındaki çıkar çatışmasının en önemli nedenlerinden biri, ücretin işçi için bir gelirken, işveren için bir maliyet olmasıdır. İşçinin yapması gereken iş, bunun için gerekli olan fiziki ve zihni çaba seviyeleri ve işverenin otorite kullanımıyla, işçinin işteki otonomisini koruma çabası da çatışmanın nedenlerinden biridir. Güç ilişkilerinin çatışma doğurma eğilimi taşıması ve istihdam ilişkisinin de bir güç ilişkisi olması da, istihdam ilişkisi içindeki çatışmanın nedenlerinden biridir. Yönetimin hareketleri işçiler tarafından meşru

19 S. Clegg, s., M. Kornberger ve C. Rhodes (2006), “Business Ethics as Practice”, *British Journal of Management*, Vol.17, s. 2

olarak değerlendirildiği sürece istihdam ilişkilerinde mutabakat egemen bir durumken, yöneticilerin davranışları ve hareketleri işçilerin meşruiyet algılamalarıyla çatıştığı oranda istihdam ilişkileri güç ilişkileri biçimini alır. Otorite ilişkisinin olduğu her durumda potansiyel olarak çıkar çatışması vardır. Çünkü otoritenin anlamı, kullanımı ve boyutları konusunda taraflar arasında anlaşmazlıklar çıkması muhtemeldir.

Demokratik bir toplum etkenlik, adil olma ve temsil hakkında bir denge armalıdır. Serbest piyasa ekonomisinin etkenlik ve ekonomik refah sağlamada gücünü göz ardı etmeden insan onuruna yakışır bir çalışma ortamının sağlanması da önemlidir. Bireyler, örgütler, piyasalar ve kamu politikaları insani bir çalışma ortamı ve istihdam imkânı sunmalıdır.²⁰ Çalışma ilişkilerinde eşitlik insan onuruna, yaşamına saygı gösteren adil çalışma standartlarını içermektedir. Ücretler, çalışma saatleri, iş güvenliği, sosyal güvenlik, ayrımcılığa maruz kalmama gibi hususlardaki düzenlemeler ise adalet çerçevesinde ele alınan başlıca konulardır. Temsil doğrudan veya dolaylı olarak karar verme süreçlerine dâhil olmayı içerir. Çalışanlar paydaş olduklarından işyerinde temsil edilme ve söz söyleme hakkına sahip olmalıdırlar.²¹ Adil olma ise “eşit işe, eşit ücret” gibi ilkeleri içerir.

Adalet istihdam ilişkisinde önemli konudur. Adalet istihdam ilişkisinde öznel ve kişisel olarak algılanmaktadır. Herhangi bir kimse istihdam edilmeyi kabul ettiği zaman bunun sağlayacağı istihdam güvenliği ve ücret gibi kazançlarla, getireceği çalışma saatleri ve otonomi kaybı gibi maliyetleri göz önüne alır. Aynı şekilde işverende kişi istihdam etmenin sağlayacağı yararlarla, getireceği maliyetleri karşılaştırır. İşçi ve işverenin bu değerlendirmeleri sezgisel bir nitelik taşımaktadır. Çünkü her iki tarafta açık bir şekilde bütün faydaları ve maliyetleri belirtmez. Taraflar değişen şartlar altında, farklı bir adalet anlayışına sahiptirler. Örneğin, iktisadi durgunluk veya kriz ortamında yönetime göre adil olan ücret, işçiler için adil olmayabilir.

Adaletle ilgili diğer bir konuda eşitliktir. Adil bir mübadele için mutlak standartlar olmadığından bireyler ve gruplar adalet anlayışlarını kendileriyle benzer konumda bulunan başka birey ve grupların aldıkları fayda ve maliyetlerle kendilerinininkileri karşılaştırarak değerlendirirler. Eğer bir birey veya grup

20 Budd, a.g.e., s. 2

21 G. J. Bamber, (2005), “The Geometry of Comparative Industrial Relations”, *Employee Responsibilities and Rights Journal*, Vol. 17, No. 2 s. 119

referans aldığı birey veya gruba göre kendisinin daha az fayda sağladığını görürse, bu durum göreceli bir mahrumiyet hissinin doğmasına neden olur.

Adalet ve eşitlik gibi güven de önemli etik değerlerden biridir. Güven bir kimsenin dürüstlüğüne, adilliğine ve namuslu olmasına duyulan kökleşmiş inancı ve bir kimsenin herhangi bir şeyi yapacağı ve söylediği bir şeyin doğruluğunu bunların gerçekleştirilip, gerçekleştirilmediğine incelemeden inanmayı ifade eder. Kişiler arası ilişkilerde güven birine olan bağlılığı belirtir ama bağlılık güveni her zaman doğurmaz. Endüstri ilişkilerinde güvene dayanmayan ilişkiler çatışma ve saldırganlık gibi özellikler içerir ve taraflar birbirlerinin meşruluğunu inkâr eder ve diğerinin örgütsel tabanını zayıflatmaya veya yok etmeye çalışırlar. Endüstri ilişkilerinde güven bireylerin ve grupların diğer birey ve grupların konumlarını veya üçüncü bir tarafla olan ilişkilerini bozmayı amaçlamamalarını ve diğer tarafın rolünün ve amaçlarının meşruluğunu kabul etmek demektir.

Düşük güvene dayalı ilişkilerde önemli görülen konularda karşı tarafın takdir yetkisini kısma gayreti, “kazan veya kaybet” eğiliminin pazarlıklarda öne çıkması, karşı tarafın davranışını, politikalarını ve değerlerini kendi çıkar ve değerleriyle çeliştiğini algılanması ve yüksek devamsızlık, hastalık ve işçi devri gibi özellikler ortaya çıkar. ²²Yüksek güven ilişkilerinde ise ilişkinin sürekliliğini sağlamak için karşı tarafı savunabilme, karşı tarafın söz verileni yerine getireceğine inanma gibi özellikler bulunur. Yüksek güvenli ilişkilerde çatışma ve işbirliği birlikte bulunur. Endüstri ilişkilerinde güç dengesi tek başına yetersizdir. Bunun yanında güven ilişkisi de var olmalıdır. Bu ilişki de taraflar oyunun kurallarını kabul eder ve biraz kazanıp, biraz kaybetmeleri gayet normal karşılanır.

Evrensel temel değerler insan onuruna ve bireylerin temel insan haklarına saygıyı içermektedir. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesindeki hakları çalışma haklarını içinde görmek çabası son yıllarda artmış ve çalışma hayatıyla ilgili hakların temel insan hakları arasında yer aldığı sıklıkla dile getirilmeye başlanmıştır.²³ Burada ILO'nun temel emek standartları önemli bir yol göstericidir. Çocuk emeği ve diğer zor çalıştırma biçimlerine karşı olma, asgari ücretlerin ödenmesi, iş güvenliğinin sağlanması ve örgütlenme, toplu pazarlık

22 A. Fox, (1974), *Beyond Contract: Power, Work and Trust Relations*, London: Faber and Faber, s. 102

23 Gross, J. A. (2002), “Applying human rights standards to employment rights in the USA: The Human Rights Watch Report 2000”, *Industrial Relations Journal*, Vol. 33, No: 3, s. 189.

ve grev hakları emek standartlarının özünü oluşturmaktadır. Bunlar adil emek standartlarının oluşturulmasını sağlayarak, örneğin dış yatırımcıları ülkeye çekmek için ücretlerin baskı altında tutulmasının önüne geçebilir. Ancak bu konuda gerçekçiliği elden bırakarak, gereğinden fazla müdahalede bulunarak yüksek emek standartlarının oluşturulması, yeni iş imkânlarının doğmasına engel olabilir. Diğer taraftan emek standartlarının uluslar arası düzeyde genel kabul görmesi tam anlamıyla gerçekleşmemiştir.

Asgari seviyede de olsa uluslararası emek standartlarının geliştirilmesi ve bunların GATT ve NAFTA gibi uluslararası ticareti düzenleyen sistemlere dâhil edilmesi gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Uluslararası emek standartları sadece insani bir tutumdan kaynaklanmamaktadır. Çalışma koşullarının ve ücretlerin çok düşük olması bazı gelişmekte olan ülkeler için gelişmiş ülkelere göre maliyetlerde büyük avantajlar sağladığı için bu alanlarda belli standartların oluşturulması hususunda gelişmiş ülkeler baskı yapmaktadır. Ancak gelişmekte olan ülkelerin yönetici seçkinleri ve uluslararası işveren örgütleri böyle düzenlemelere karşı çıkmaktadır. Gelişmiş ülkelerdeki emek çevreleri ticaret anlaşmalarının asgari emek haklarının sağlanması için uygun bir araç olduğunu düşünmektedirler. Uluslararası anlaşmalarda ticaret politikası ile sosyal politikanın birbiriyle uyum içinde düzenlenmesi görüşü sıkça dile getirilmektedir. Emek standartlarının varlığı işletmeleri düşük maliyetli rekabet yerine kalite temelli politikalar izlemeye yöneltebilir.

Küreselleşme, küresel piyasalarda ayakta kalabilecek ve iş yapabilecek hareketliliğe ve vasıflara sahip grupları avantajlı kılarken böyle bir imkanı olmayan gruplar arasındaki uçurumu açmaktadır. Küreselleşmenin karşılaştığı en ciddi sorun küreselleşmenin iç siyasi ve sosyal istikrarla uyumlu hale getirilebilmesidir. Yani uluslararası ekonomik bütünleşme iç sosyal çözülmeye yol açmamalıdır.²⁴

İşte bu noktada devreye sosyal politika girmektedir. Temelleri geçen yüzyılın şiddetli sınıf çatışmaları içerisinde atılan sosyal politikanın amacı kapitalist sanayileşmenin doğurduğu olumsuzlukları asgari bir seviye indirerek, toplumun tüm üyelerine insanca bir yaşam imkanı sunmaktır. Sosyal politika esas olarak devletin izlediği bir politika olmakla beraber onu sadece yukarıdan aşağıya doğru inen bir dizi ulufe olarak görmek yanlış olacaktır.

24 Rodrik, D. (1997), "Has Globalization Gone Too Far?", *California Management Review*, Vol. 39, No. 3, s. 30

Sosyal politika ile vatandaşlık hakları arasında yakın bir ilişki vardır. Vatandaşlık hakları kavramını ilk kez ortaya atan T.H. Marshall (1973) medeni, siyasi ve sosyal haklar olmak üzere üç çeşit vatandaşlık hakkından söz etmiştir. Medeni haklar bireyin temel insan haklarını içermektedir. Düşünce özgürlüğü, inanç özgürlüğü, mülkiyet hakkı ve hukuk önünde eşitlik gibi haklar bu gruba girmektedir. Siyasi haklar ise seçme ve seçilme özgürlüğünü içermektedir. Sosyal haklar ise her bireyin asgari bir iktisadi refah ve güvence içinde tutulmasını sağlar. İşsizlik sigortası, asgari ücret ve sağlık sigortası gibi hizmetler bu gruba dahildir. Başka bir ifadeyle sosyal haklar vatandaşların bir meta gibi ele alınmasının sakıncalarını azaltmaya yaramıştır. Sosyal haklar medeni ve siyasi hakların sağlanmasından sonra ortaya çıkmıştır. Çünkü sosyal haklar nüfusun çoğunluğunu oluşturan alt sınıfların seçme ve seçilme haklarını kullanarak temsil organlarında çıkarlarını savunmalarının bir sonucu olarak gelişmiştir. Sosyal haklar 2. Dünya savaşından sonra ortaya çıkan refah devletinin de temelini oluşturmuştur.

Küreselleşme ve esneklik çağında güç dengesizliğinin piyasa ve işverenler lehine bozulduğu bir ortamda etik standartları sağlamakta zorlaşmaktadır. Bu standartların sağlanması sistem aktörleri arasında bir güç dengesinin tesisini gerekli kılmaktadır. Endüstri ilişkilerinde geçmişin düzenli, öngörülebilir ve göreceli olarak istikrarlı dünyası, yerini rekabetin neredeyese acımasız bir hal aldığı, istikrarsız ve her türden esnekliğin öne çıktığı bir düzene bırakmaktadır. Daha ziyade İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY) çerçevesinde değerlendirilen bireyselleşmiş istihdam ilişkisinde taraflar arasında en azından kısmi bir denge sağlanmasında etik kurallar önemli bir rol oynayabilir. Toplu pazarlığın önemini yitirmesinden dolayı, toplu temsil emek açısından sorunlu hale gelmektedir.²⁵

Genel olarak İKYve iş ahlâkı yazınları emek–sermaye ilişkisinde emeğin zayıflığını göz ardı etmekte ve sendikalara yer vermemektedir. Literatür ağırlıklı olarak işçi ve işverenlerin karşılıklı yükümlülükleri olduğunu tekrarlamaktadır²⁶ İKY bir yönetim teorisi olarak adem-i-merkeziyetçi ve esnek yapılarla, çalışanların güçlendirilmesi anlayışının ve üretimin Taylorizmin ötesinde organize edilmesini sağlayan bir yöntem olarak görülmüştür. 1980'lerde ortaya çıkan İKY retoriği toplu pazarlığın katılıklarından kurtulan, idealize edilmiş bir işletme tasvir etmekte ve bu işletmenin çalışanlarıyla ekip çalışması ve

25 Budd, a.g.e., s. 456.

26 C. Provis, (2006), "Industrial relations, ethics and conscience", *Business Ethics*, Vol. 15, No: 1, s. 67.

iş ortaklığıyla hem çalışanlarına, hem kendisine, hem de topluma fayda sağlamakta olduğu öne sürülmektedir. İKY insanı bir örgütün en önemli varlığı olarak görerek, şirket performansını işgören ihtiyaçlarını ve toplumsal faydayı arttırmayı hedefler. Öte yandan İKY’de Dunlop’un endüstri ilişkileri sisteminde sözünü ettiği bağlayıcı ve taraflarca ortaklaşa paylaşılan bir ideoloji yoktur. İKY’nin karşılıklı sadakat ve bağlılık oluşturduğu öne sürülse de, burada hâkim olan aktör yönetimdir. İKY’de Taylorist iş tasarımı ve parçalanması ile bağlantılı olan kontrol sistemleri yerine sadakat ve bağlılık kontrol aracı olarak kullanılmaya çalışılmaktadır. İKY’nin gücü ekonomik etkenliği sağlarken çalışma hayatının kalitesini de arttırmayı taahhüt etmesinden kaynaklanmaktadır. Burada işletme içindeki yönetenlerle yönetilenler arasındaki çıkar farklılığı veya çatışması değil, işletmenin piyasada başarılı olmasını odak alan çıkar birliği anlayışı öne çıkmaktadır.

Temel İKY politikaları arasında değerlendirilen seçme, ödüllendirme, performans değerlendirme, terfi, işten çıkarma gibi konular sık sık hakkaniyet ve adalet konularını gündeme taşımaktadır. İKY’nin ahlâka dayanan örgüt kültürü oluşturma yönünde çaba göstermesi, öncülük etmesi, ahlâk ilkeleri tespit etmesi ve bunların uygulanmasının takip etme işlevi ile donatılması görüşü ileri sürülmektedir.²⁷ Hatta Manville ve Ober daha da ileri giderek bir “yurttaşlar şirketinden” bahsetmektedir.²⁸

Zamanımızda hiçde küçümsenmeyecek sayıda örgüt misyon, vizyon ifadelerinde ve temel değerlerinde güven, sorumluluk, ortaklık, kişisel ve toplumsal gelişme gibi kavramlara vurgu yapmaktadır. Sadece işletmeler veya kamu hizmeti sunan kuruluşlar değil, sivil toplum kuruluşları ve bu arada sendikalar da etik davranış kodları geliştirmiştir. Mesela Amerikan Birleşik Otomobil İşçileri Sendikası’nın (UAW) etik davranış kodu vardır.²⁹ Hatta Reebok gibi bazı firmalar emek standartları, etik ticaret gibi konularla ilgilenen insan hakları bölümleri kurdular. Bununla beraber İKY yöneticileri ile yapılan çeşitli araştırmalarda etkenlik, verimlilik ve mal ve hizmetlerin kalitesinin artırılması gibi konulara öncelik verdikleri, eşitlik, katılım, ayrımcılığın ön-

27 Gibson, K. (2000), “The Moral Basis Of Stakeholder Theory”, *Journal Of Business Ethics*, Vol. 26, s. 245–257; P. I. Schuman, (2001), “A Moral Principles Framework For Human Resource Management Ethics”, *Human Resource Management Review*, Vol. 11, s. 93–111.

28 Lefkowitz, J. (2006), “The Constancy Of Ethics Amidst the Changing World of Work”, *Human Resource Management Review*, Vol. 16, s. 259.

29 J. W. Budd, ve J. G. Scoville (eds.), *The Ethics of Human Resources and Industrial Relations*, Champaign, IL: LERA, s. 4.

lenmesi gibi konuların ikinci planda görüldüğü ortaya konmuştur.³⁰ Emek standartları, toplumsal gelişme ve sorumluluk gibi konular marjinal veya ekzotik görülmekte ve daha çok halkla ilişkiler veya iletişim bölümlerince takip edilmektedir.³¹

SONUÇ

Bir işletmeyi ahlâki bir topluluk olarak düşünürken mevcut örgüt içi ve dışı güç farklılıklarını göz ardı etmek doğru olmaz. İşletmelerin daha ahlâki olmasının ne gibi amacı ve sonuçları olabilir? Bunun amacı faydacı bir bakış açısıyla daha etkin bir işletme yaratmak olabilir. İktisadi aktörlerin davranış ve kararlarında bir takım ahlâki etmenler mevcuttur. Ancak bunlar genelde daha katılımcı ve çoğulcu yapılarda ortaya çıkar. Ahlâki bir meşruiyeti olmayan eşitsizliğin varlığı endüstri ilişkileri alanındaki istikrarsızlığın ve düzensizliğin anormal değil, normal olarak değerlendirilmesini gerektirir. İş tasarımı, ödüller, karar verme ve otorite ilişkilerinde köklü radikal değişiklikler yapmadan İKY'nin çalışanları firmayla bütünleştirip organik bir topluluk veya cemaat meydana getirme çabasının başarısızlıkla sonuçlanma ihtimalinin yüksek olduğunu öne sürebiliriz.

Demokratik bir toplum etkenlik, adil olma ve temsil hakkında bir denge armalıdır. Serbest piyasa ekonomisinin etkenlik ve ekonomik refah sağlamada gücünü göz ardı etmeden insan onuruna yakışır bir çalışma ortamının sağlanması da önemlidir. Bireyler, örgütler, piyasalar ve kamu politikaları insani bir çalışma ortamı ve istihdam imkânı sunmalıdır. Çalışanlar paydaş olduklarından işyerinde temsil edilme ve söz söyleme hakkına sahip olmalıdırlar.

30 Lefkowitz, a.g.e., s. 259.

31 Barrett, E. (1999), "Justice in the Workplace? Normative Ethics and The Critique of Human Resource Management", *Personnel Review*, Vol. 28, No. 4, s. 312).

KAYNAKLAR

Bamber, G.J. (2005), "The Geometry of Comparative Industrial Relations", **Employee Responsibilities and Rights Journal**, Vol. 17, No: 2, sa: 119–122.

Barrett, E. (1999), "Justice in the workplace? Normative Ethics and the Critique of Human Resource Management", **Personnel Review** Vol. 28, No.4, sa: 307–318.

Bauman, Z. (1989), **Modernity and Holocaust**, Cambridge: Polity Pres.

Budd, J.W. (2004), **Employment with a Human Face**, Ithaca, NY: Cornell University Press.

Cambridge, C. (2001), "Compassion versus Competitiveness: An Industrial Relations Perspective on the Impact of Globalization on the standards of employee relations ethics in the United States.", **Ethics and Behavior** , Vol. 11, No. 1, sa: 87–103.

Budd, J.W. ve J.G.Scoville (2005), "Moral Philosophy, Business Ethics, and the Employment Relationship", Budd, J.W. ve J.G.Scoville (eds.), **The Ethics of Human Resources and Industrial Relations**, Champaign, IL: LERA, ss: 1–22.

Clegg, S., M. Kornberger and C.Rhodes (2006), "Business Ethics as Practice", **British Journal of Management**, Vol. 17, No. 2. ss: 1–16.

Du Gay, P. (2000), **In Praise of Bureaucracy: Weber, Organization and Ethics**, London: Sage.

Dunlop, J. (1958), **Industrial Relations Systems**, New York: Holt.

Flanders, A. (1975), "Collective Bargaining, Flanders and the Webbs", **British Journal of Industrial Relations**, Vol. 13, No. 2.

Flanders, A, ve Fox, A. (1975), "The Reform of Collective Bargaining: From Donovan to Durkheim", A. Flanders, A., **Management and Unions** (ed), London: Faber and Faber. pp.151–80.

Fox, A. (1974), **Beyond Contract: Power, Work and Trust Relations**, London: Faber and Faber.

Gibson, K. (2000), "The moral basis of stakeholder theory", **Journal of Business Ethics**, Vol. 26, No.3. sa: 245–257.

- Golthorpe, J.H. (1974), "Social Inequality and Social Integration in Modern Britain", Weddeburn, D. (ed), **Poverty, Inequality and Class Structure**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gross, J.A. (2002), "Applying human rights standards to employment rights in the USA: The Human Rights Watch Report 2000", **Industrial Relations Journal**, Vol. 33, No.3, sa: 182–196.
- Hendry, J. (2001), "After Durkheim: Agenda for the Sociology of Business Ethics", **Journal of Business Ethics**, Vol.34,No.3–4, ss: 209–218.
- Hyman, R. (1975), **Industrial Relations: A Marxist Introduction**, London: Macmillan
- Hyman, R. ve Brough, I. (1975), **Social Values and Industrial Relations**, Oxford: Blackwell.
- Lefkowitz, J. (2006), "The constancy of ethics amidst the changing world of work", **Human Resource Management Review**, Vol. 16, No. 2, ss: 245–268.
- Marshall, T.H. (1973), **Class, Citizenship and Social Development**, Westport: Greenwood Press.
- Provis, C. (2006), "Industrial relations, ethics and conscience", **Business Ethics**, Vol. 15, No. 1, sa: 64–74.
- Rodrik, D. (1997), "Has Globalization Gone Too Far?", *California Management Review*, Vol. 39, No:3, s. 29–53.
- Schuman, P.I (2001), "A Moral Principles Framework For Human Resource Management Ethics", **Human Resource Management Review**, Vol. 11, sa: 93–111.

5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Halis Yunus Ersöz *

GİRİŞ

Kurumsal sosyal sorumluluk veya işletmelerin sosyal sorumluluğu kavramı 1990'lı yıllarda ortaya çıkan ve OECD ülkelerinde yaygın olarak kullanılmaya başlanan bir kavramdır. Kavramla genel olarak bir işletmenin çevre, toplum ve ilişkide bulunduğu tüm paydaşlara karşı etik değerlere uygun ve sorumluluk bilinci içinde üretim ve faaliyette bulunması kastedilmektedir. Gerçekten günümüz dünyasında işletmeler, sadece hissedarlarına ve yatırımcılara kar sağlama fonksiyonu yerine getiren üretim birimlerinin olmanın ötesinde görev ve sorumluluklar yüklenir hale gelmişlerdir. Diğer bir ifadeyle, kar maksimizasyonu ve hissedarların menfaatlerine odaklı geleneksel yaklaşım değişime uğramış ve bugünün küresel ekonomisinde tüm paydaşların menfaatlerinin dikkate alındığı sorumlu işletme anlayışına ulaşılmıştır.

İşletmelerin sorumluluklarının artışında en büyük etken ise kuşkusuz, özel sektörün, ekonomik ve sosyal hayattaki rolünde meydana gelen değişikliktir. Küreselleşme ve neo-liberal politikalarla bir yandan devletin etkinlik alanı daralırken, diğer yandan çözüm bekleyen başta çevre sorunları olmak üzere yoksulluk, işsizlik gibi toplumsal sorunların büyümesi, işletmelerin sorumluluğunu artırıcı bir etki yapmaktadır. Bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk, küçülmesi ve sorumluluklarını özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarına devretmesi öngörülen devletin niteliğindeki bu değişimin meydana getireceği boşluğu sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra işletmelerin doldurmasını öngören bir yaklaşım olarak nitelendirilebilir.

Ancak, işletmelerin sorumlu davranışa yönelmesinde, toplum içindeki ve toplumlar arasındaki güç ilişkilerinde işletmeler ve özellikle de çokuluslu işletmelerin baskın aktörler haline gelmeleri, küreselleşmenin dünyada eşitsizlik, yoksulluk, işsizlik ve çevre sorunlarını derinleştirmesi, çalışma koşullarını ağırlaştırması ve ekonomik ve sosyal hayattaki rolü daraltılarak yeniden biçimlendirilen devletin ise büyüyen sorunlarla özel sektörün desteği olmadan mücadele edebilmesinin oldukça güçleşmesi önemli düzeyde etkilidir. Ayırı-

* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Öğretim Üyesi.

ca, günümüz dünyasında tüketiciler giderek daha bilinçli ve toplumsal sorumluluklara karşı duyarlı hale gelerek, tercihleriyle işletmeleri ödüllendirmekte yada cezalandırmaktadırlar. Diğer bir faktör ise işletmelerin 1990'lı yıllardaki işletme iflasları, yağmaları, birleşme ve satın alma sonrası yaşanan istikrarsızlıklar, şirket hileleri ve rüşvetle zedelenen imajlarını ve yitirdikleri tüketici güvenini yeniden kazanma arzularıdır. Bütün bu unsurlara bağlı olarak kurumsal sosyal sorumluluğun gelişmekte olan ülkeler ve ülkemizde nispeten yeni ve fakat hızla gelişen bir olgu olduğu buna karşılık gelişmiş ülkelerde geniş bir uygulama alanı bulduğu söylenebilir.

İş ahlâkı kurumsal sosyal sorumluluk ilişkisi irdelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluğun işletmelerin ekonomik, yasal ve etik sorumluluklarının üzerinde bir sorumluluk düzeyi olduğu ve gönüllülük temeline dayandığı anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ve kurumsal sosyal sorumluluğun gelişimi, nitelik ve özellikleri ilk bölümde ele alındıktan sonra ikinci ve üçüncü kısımda gelişmekte olan ülkeler ve Türkiye'de işletmelerin sorumluluk düzeyleri ortaya konulmaya çalışılmış, ülkemiz özelinde ve genel olarak işletmelerin sorumluluklarına duyarlılığını artırıcı faktörler tartışılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE ve GELİŞİM

A. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAM VE TANIMI

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, son yıllarda OECD ülkelerinde yaygın olarak kullanılmaya başlanan ve bu ülke gündemlerinde önemli bir yere sahip olan bir kavramdır. Bununla birlikte kavram, hala farklı gruplar, sektörler ve paydaşlar için farklı manalara gelebilmektedir. Üzerinde görüş birliği bulunan husus ise global ekonomide işletmelerin, istihdam ve refah yaratmanın ötesinde daha büyük bir rol oynamakta oldukları ve kurumsal sosyal sorumluluğun işletmelerin sürdürülebilir kalkınmaya desteği niteliği taşımasıdır. Kısacası, işletmelerin amacı hissedarlara gelir, çalışanlara ücret, tüketiciler için ürün ve hizmetler sağlamak olmamalı, işletmeler sosyal ve çevresel sorunlara ve değerlere sahip çıkmalıdır¹.

¹ OECD, (2001), *Corporate Social Responsibility: Partners for Progress*, OECD, s. 13.

Kurumsal sosyal sorumluluk sadece yasal gerekliliklerin karşılanması da değildir. Aynı zamanda bu gerekliliklerin ötesine geçebilmek ve beşeri sermayeye, çevreye ve paydaşlarla ilişkilere daha fazla yatırım yapılmasıdır. Nitekim, yasal gerekliliklerin ötesine geçen çevre korumasına duyarlı teknolojilere yatırım yapılmasının işletmelerin rekabet güçlerine katkıda bulunduğu ileri sürülmektedir. Üstelik, eğitim, çalışma koşulları, işçi–işveren ilişkileri gibi sosyal konularda yasal mükellefiyetlerin aşılması, çalışan verimliliğinin artışı doğrudan etkili olabilecektir. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk, kesinlikle sosyal haklar ve çevre standartlarıyla ilgili mevzuatın yerini alabilecek bir unsur olarak değerlendirilemez. Bundan dolayı, bu tür düzenlemelerin olmadığı ülkeler, öncelikle, sosyal sorumluluk pratiklerinin geliştirilebileceği yasal çerçevenin kurulması için çaba göstermelidirler².

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ise değişim içindeki bir kavram olup, bugün için ittifak edilen evrensel bir tanımı yoktur. Kurumsal sosyal sorumluluk, “kurumsal sorumluluk”, “kurumsal hesap verebilirlik”, “kurumsal ahlâk”, “kurumsal vatandaşlık” gibi kavramlarla da ifade edilebilmektedir³. Yine kurumsal sosyal sorumluluk, uygulamada “kurumsal gönüllülük” ve “kurumsal sürdürülebilirlik” gibi benzer kavramlarla karıştırılmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk temelde ne kurumsal hayırseverlik ne de yasalara sıkı sıkıya uyulması demektir. Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin, topluma olan etkilerini iyileştirmek amaçlı bir yaklaşımla ticari politikaları ve uygulamalarına sosyal ve çevresel konuları entegre etmesidir⁴.

Üzerinde uzlaşma bulunmayan kavram çeşitli biçimlerde açıklanmaya çalışılmıştır. Genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk “sosyal, çevresel ve ekonomik meseleleri, şeffaflık ve sorumluluk anlayışı içinde işletmelerin değerleri, kültürü, karar alma süreçleri, strateji ve uygulamaları ile kaynaştırması yöntemi olarak nitelendirilebilir”⁵. Böylece firmanın iş süreçlerindeki etkinliğinin artırılması ile refah yaratılması ve toplumun gelişmesi mümkün olabilecektir.

Uluslararası Ticaret Odası ise kurumsal sosyal sorumluluğu, “iş dünyasının

2 EC, (2001), **Green Paper: Promoting European Framework for Corporate Social Responsibility**, Employment and Social Affairs, July, s. 8.

3 Industry Canada, (2006), **Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Canadian Business**, Ottawa, s. 5.

4 UN, (2004), **Disclosure of the Impact of Corporations on Society: Current Trends and Issues**, UNCTAD, UNCTAD/ITE/TEB/2003/7, United Nations Conference on Trade and Development, New York–Geneva, s. 22.

5 Industry Canada, s. 5.

faaliyetlerini sorumlu biçimde yöneteceğine ilişkin gönüllü taahhütü”⁶, Uluslararası İşveren Örgütü (IOE) ise “işletmelerin sosyal ve çevresel konuları iş faaliyetlerine ve paydaşlarıyla etkileşimlerine entegre eden gönüllü girişimler” olarak tanımlamaktadır⁷.

Diğer bir tanımda kurumsal sosyal sorumluluk, kısaca işletmelerin topluma fayda sağlama yükümlülüğü olarak tanımlanmaktadır. İşletmelerin toplumdaki rollerini kar yapmanın ötesinde görmesi olarak da açıklanmaktadır⁸. Sürdürülebilir Kalkınma Dünya İş Konseyi, kurumsal sosyal sorumluluğu, sürdürülebilir kalkınmaya işletmelerin desteği, yardımı olarak nitelendirmektedir⁹. Konsey, kurumsal sosyal sorumluluğu, işletmelerin yasal kriter ve standartları aşan iş ve faaliyetleri olarak tanımlar. Dolayısıyla kurumsal sosyal sorumluluk yasal ve örgütsel gerekliliklerin üzerindeki tutum ve davranışları ifade eder. Örneğin, yasalar gereği bir işletmenin kadın çalışanlara ayrımcılıktan kaçınması kurumsal sosyal sorumluluk kavramı içinde değerlendirilemez¹⁰.

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin işçileri için sağlık ve güvenlik düzenlemelerinden, çevrenin korunmasına ve birlikte yönetime kadar çok çeşitli alanları kapsayan bir kavramdır. Bu bize kurumsal sosyal sorumluluğun oldukça geniş bir boyut ve kapsamı olduğunu göstermektedir. Sürdürülebilir Kalkınma Dünya İş Konseyi ise yasaların üzerinde etkinlik yapılabilecek alanları şöyle sıralamıştır:

- Kurumsal yönetim ve ahlâk
- Sağlık ve güvenlik
- Çevreye ait sorumluluklar
- Temel çalışma standartlarını içeren insan hakları
- İnsan kaynakları yönetimi
- Toplumsal katılım, kalkınma ve yatırım
- Yerel halka saygı ve kaynaşma
- Kurumsal hayırseverlik ve çalışanların gönüllülüğü
- Müşteri tatmini ve adil rekabet prensiplerine bağlılık
- Rüşvet ve yozlaşmaya karşı önlemler
- Hesap verebilirlik, şeffaflık ve performans raporlama

6 UN, s. 22.

7 B. Pirlar, (2005), “İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu”, *İşveren Dergisi*, TİSK, Temmuz, s. 7.

8 W. B. Werther and D. Chandler, (2006), *Strategic Corporate Social Responsibility*, California, Sage, Publications, s. 7.

9 Industry Canada, s. 5.

10 Industry Canada, s. 5.

- Ulusal ve uluslararası tedarikçilerle ilişkiler

AB tarafından 2001 yılında çıkarılan “Yeşil Kitap”ta yer alan tanıma göre, kurumsal sosyal sorumluluk, gönüllülük esasına dayalı olarak işletmelerin ticari faaliyetleri ve paydaşlarıyla olan etkileşimleri ile sosyal ve çevreye ilişkin sorunları bütünleştirmesi anlamına gelmektedir¹¹. Görüldüğü gibi, bu tanımda gönüllülük temelinde işletmelerin ticari faaliyetlerinde sosyal ve çevreye ait sorunları dikkate alması ifade edilmektedir.

Diğer taraftan, bir başka tanımda kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin, çeşitli operasyonlarının sosyal paydaşlarına karşı ne tür çevresel, ekonomik ve sosyal etkiler yarattığını ölçmeleri, bu olumsuz etkileri azaltacak ve aynı zamanda toplumun ve işletmenin gelişmesine katkı sağlayabilecek işlemleri hayata geçirmeleri olarak tanımlanmaktadır¹².

Tanımlarda en fazla yer alan unsurlar ise kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllülük niteliğidir. Sonuç olarak kurumsal sosyal sorumluluk işletmelerin sadece sahiplerine karşı değil, aynı zamanda çevreye, topluma ve paydaşlarına karşı sorumlu olması demektir. Buna göre kurumsal sosyal sorumluluk, bir işletmenin çevre, toplum ve ilişkide bulunduğu tüm paydaşlara (iç ve dış paydaşlar) karşı etik ve sorumluluk bilinci içinde üretim ve faaliyette bulunması olarak açıklanabilir.

B. İŞ AHLÂKİ KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLİŞKİSİ

İşletmelerin sorumlulukları arasında kurumsal sosyal sorumluluğun yeri nedir? İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluğa yönelmeleri yasal veya ahlâki bir zorunluluk mudur? Bu tür sorumlulukları yerine getirmeyen işletmeler yasalara uymayan veya etik sorumluluklarını yerine getirmeyen işletmeler midir soruları Carroll tarafından kurumsal sosyal sorumluluk piramidiyle açıklanmıştır. Carroll, işletmelerin sosyal sorumluluğunun toplumun belirli bir zamanda ekonomik, yasal, etik ve sağduyulu beklentilerini kuşattığını ileri sürmüştür.

Carroll’a göre işletmelerin, ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik sorumlu-

¹¹ EC, s. 8.

¹² G. Chandler, “The Evolution of the Business and Human Rights Debate”, **Business and Human Rights**, Edited: Rory Sullivan, London, Greenleaf Publishing, 2003, p. 24.

lukları vardır. Esasında bir firmanın sorumluluğu, işletme sahibine yatırımı karşılığı kabul edilebilir düzeyde kar sağlamaktır¹³. Gerçekten, ilk ve en başta gelen sosyal sorumluluk doğal olarak ekonomik sorumluluklardır. Nobel ödüllü iktisatçı Friedman ise işletmelerin sadece ve sadece tek bir sorumluluğu olduğunu ve bu sorumluluğun da kaynakları etkin bir biçimde kullanarak, serbest ve açık rekabet koşulları altında hile yapmaksızın, yasalara ve toplumda genel kabul görmüş ahlâki geleneklere uygun davranarak kar elde etmek olduğunu belirtmektedir. Friedman'a göre serbest teşebbüs ve özel mülkiyet sisteminde işletme yöneticisi, işletme sahiplerinin bir çalışanıdır. Ve yöneticiler, işverenlere karşı doğrudan doğruya sorumludurlar. Bu sorumluluk, işletmeyi yasa ve ahlâki geleneklerle biçimlenen temel toplum kurallarına uygun olarak, genelde amaçları mümkün olduğunca fazla kar elde etmek olan işverenlerin arzularına göre, yönetmektir¹⁴.

Ekonomik sorumluluklar bağlamında değerlendirildiğinde, öncelikle diğer bütün sorumlulukların bu sorumluluğun varlığına dayandığı belirtilmelidir. Carroll, kurumsal sosyal sorumluluğun ekonomik bileşenlerini işletmelerin; her hissenin kazancını maksimize edecek biçimde çalışmaları, mümkün olduğunca yüksek karı gerçekleştirilmeye kendilerini adanmaları, rekabetçi konumlarını korumaları, yüksek düzeyde organizasyonel etkinliği sürdürmeleri ve karlılıkta sürekliliği sağlamaları olarak belirtmektedir.

Diğeri hukuka dayalı bir toplumda işletmelerin faaliyetlerini yasal sınırlar içinde yerine getirmeleri görevidir. Toplumlar, işletmelerden faaliyetlerini yasal düzenlemelere uygun bir biçimde yerine getirmesini beklemektedir. Yasal sorumluluklar ise; devletin beklentisine ve yasalara uygun biçimde faaliyetlerin yürütülmesi; yerel, federal ve ulusal düzeydeki çeşitli düzenlemelere uyulması; mal ve hizmetlerin minimum yasal gereklilikleri yerine getirerek sağlanması olarak sıralanmıştır.

Bir basamak ilerisi etik sorumluluğa sahip bir işletmenin paydaşlarına ve faaliyet gösterdiği çevreye zarar vermemesidir. Gerek ekonomik ve gerekse yasal sorumluluklar ahlâki değerleri kapsar. Ancak, yasalarda belirtilmemekle birlikte uyulması gereken davranışlar vardır. Bunlar etik sorumluluklardır. Etik sorumluluklar, toplumsal değer ve etik normlara uygun çalışılması, top-

13 Werther and Chandler, s. 9.

14 M. Friedman, (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", *The New York Times Magazine*, September 13, s. 126.

lumda yeni ortaya çıkan veya zamanla değişen etik normların benimsenmesi ve bunlara saygı gösterilmesi, işletme amaçlarını gerçekleştirmek için etik normlara gölge düşürülmesinin önlenmesi ve kurumsal bütünleşme ve etik normların yasa ve düzenlemelerin yüklediği sorumlulukların ötesinde sorumluluklar getirdiğinin bilinmesidir.

Sonuncusu ise, hayırseverlik içinde hareket eden bir işletmenin hem toplum hem de kurum yararına olan stratejik davranışlar göstermesidir. Bu sorumluluk, bireylerin vicdan ve tercihleri ile biçimlenen sorumluluklardır. İşletmelerden toplumun beklentisi iyi bir kurumsal vatandaş olmasıdır. Bu toplumun refahını artırmak için işletmelerin aktif bir biçimde yasalar ve programlarla meşgul olması demektir. Hayırseverlik örnekleri, işletmelerin finansman kaynakları ile sanata, eğitime veya topluma yardımcı olmasıdır. Asıl önemli husus hayırseverliğin işletmelerin sağduyularının ve gönüllülüklerinin bir parçası olmasıdır. Ahlâki sorumluluktan temel farkı ise, hayırseverliğin ahlâki bir duygu ve görev olarak kabul edilmemesidir. Toplumlar işletmelerden maddi yardımlar yapmasını, imkanlar sağlamasını ve gönüllü projelerde çalışanlarının emeğini sunmasını beklemekle birlikte, bu unsurları yeteri düzeyde yerine getirmeyen işletmeler gayr-i ahlâki bir kuruluş olarak nitelendirilmemektedir. Çünkü, hayırseverliğin temelinde gönüllülük vardır.

Diğer taraftan Carroll, işletmelerin ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik sorumluluklarını eşzamanlı yerine getirmesi gerektiğini belirtmektedir. Belirtildiği gibi ekonomik yeterlilik diğer sorumlulukların temel dayanağıdır. Aynı zamanda işletmelerden toplumun kabul edilebilir ve kabul edilemez davranış kodları olan yasalara uymaları beklenmektedir. Sonra ise işletmelerden ahlâki sorumlulukları gereği en temel düzeyde doğruluk, adalet ve dürüstlük mükellefiyetlerini yerine getirmeleri ve paydaşlarına zarar vermekten kaçınmaları istenmektedir. Nihayet, işletmelerin iyi bir kurumsal vatandaş olmaları ve hem finansal ve hem de beşeri kaynakları ile topluma ve yaşam kalitesini iyileştirmeye yardımcı olmaları umulmaktadır¹⁵.

C. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN DAYANAKLARI

Bugünkü formda kurumsal sosyal sorumluluk 1990'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluğun en önemli kaynağı çevre üzerine artan il-

15 A. B. Carroll, "The Pyramid of Corporate Social Responsibility, : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder, *Business Horizon*, Vol. 34, No. 4, July-August 1991, s. 44-45.

gidir. Çevre konusu 1980'li yılların sonlarında Brundthland Komisyonu tarafından geliştirilen ve 1992 yılında BM, Rio Yeryüzü Zirvesi'nde kabul edilen sürdürülebilir gelişme kavramıyla yakından ilişkilidir. Bu dönemde sendikacılar, çevreyle toplum arasında bağ kurulmasında önemli bir rol oynamıştır. Yine sendikacılar, sürdürülebilir kalkınmanın aynı zamanda bir sosyal boyutu olduğunun kabul edilmesinde etkili olmuşlardır. Çevre ve sosyal boyut, sürdürülebilir kalkınma konseptinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun en önemli dayanağı, ticari bir yönü ve boyutu olduğu düşüncesidir. Öyle ki, bu düşüncenin arkasında yatan inanç, çevrenin korunmasına yönelik alınacak önlemlerin, işletmelerin finansal performansı için de olumlu sonuçlar doğurabileceğidir. Gerçekten, işletmelerin bu alandaki girişimleri tüketicilerin tercihleri üzerinde etkili olmakta ve yapılan araştırmalar, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile güçlü finansal performans arasında doğrusal bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre kurumsal sosyal sorumluluğun işletmelerin ticari işlemlerinin doğal bir parçası olarak algılanması gerektiği söylenebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına çevrenin etkisinin diğer bir yönü, işletmelerin finansal olmayan performansının, sosyal ve çevresel performansının, finansal performansı gibi ölçülmesi, raporlanması ve denetlenmesidir. Bu düşünce, akabinde hızla ve yaygın olarak kabul edilen işletmelerin finansal performanslarının yanısıra çevre koruma ve sosyal performanslarının raporlanmasını getirmiştir. Buna üçlü raporlama (Triple Bottom Line) denilmektedir. Çevresel etkinin diğer bir boyutu paydaşlar konseptinde temsil edilen sosyal konulara çevre bilimi çerçevesinde yaklaşılmasıdır. Paydaşlar, işletmelerin aktivitelerinden etkilenen tüm birey veya gruplardır. İşletmelerden faaliyetlerinin etkilerini tanımlayarak sosyal konulara yönelmeleri beklenmektedir. Çevre bilimciler, işletmelerden faaliyetlerinin çevreye etkilerini açıklamalarını istemektedirler.

Kurumsal sosyal sorumluluğun ikinci önemli kaynağı, son yirmi yıldaki küreselleşme, deregülasyon ve özelleştirme politikalarının sonuçlarıdır. Bu politikalar sonucunda devletler düşük maliyet ve düşük koruma sistemini benimsemişlerdir. Kamu – özel sektör partnerliğini destekleyen ve yeni hayırseverlik formu içinde sivil toplum kuruluşlarından hizmetlerin sağlanmasında artan oranda yararlanmayı öngören devlet politikaları ile kurumsal sosyal sorumluluk örtüşmektedir. Yine, yaygın kabul gören görüş, daha önce devletler tarafından yerine getirilen çoğu görevin işletmeler tarafından üstlenileceği ve

işletmelerden sosyal sorumluluklarına yönelik beklentilerin artacağıdır.

Üçüncü kaynak ise işletmeler tarafından benimsenen ve tedarikçi ve taşeronlarla olan çalışma ilişkilerinde uygulanan davranış kodlarıdır. Bugün çokuluslu işletmeler kendileri için üretimde bulunan tedarikçileri için davranış kodları belirlemişlerdir. Bu kodların amacı genellikle tedarikçi işyerlerindeki çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve istismar ve tacizin önlenmesidir¹⁶. Öyle ki, 2001 yılında BT (British Telecommunication), BM İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'ne ve ILO standartlarına uygun "İnsan Onuruna Uygun Kaynak" kodunu geliştirmiştir. Bu kod ile BT, tedarikçilerinde uluslararası kabul edilen çalışma standartlarını temin etmeyi amaçladığını belirtmektedir. BT, bu kod ile tedarikçilerinden çocuk emeği; zulüm, şiddet ve acımasız davranışlar; zorunlu çalıştırma; ayrımcılık; örgütlenme ve toplu pazarlık hakkı; işçi sağlığı iş güvenliği; ücretler; çalışma saatleri ve diğer olağan işçi hakları konularında uluslararası hukuka uygun minimum standartlarını yerine getirmelerini beklemektedir¹⁷. Çünkü, ünlü markaların mallarını üreten tedarikçilerin çalışma koşulları ve uygulamaları toplumun tepkisini çekmekte, işletmenin imajına zarar vermekteydi. Belirlenen bu kodlar beraberinde, işletmelerin benimsedikleri ilkeleri nasıl hayata geçirecekleri ve bunlara riayet edilerek üretim yapıldığının kamuoyuna nasıl ispat edilebileceği sorularını gündeme getirmiştir. Bu sorulara cevap bulmak için yapılan araştırmalar, sosyal ve çevresel performansı gösteren çok sayıda özel standart ilkenin ortaya çıkışını ve yeni bir endüstri olarak, özel iş denetçileri veya sosyal denetçiler endüstrisinin doğuşunu sağlamıştır.

Tedarikçiler için belirlenen davranış kodları, kurumsal sosyal sorumluluk konseptinin evriminde, çok önemli bir yere sahiptir. Çünkü, bu kodlarda işletmelerin sorumluluklarının artışına karşılık iki önemli ve uzun dönemli gelişme amaçlanmıştır. Bunlardan birincisi, dış kaynak kullanımı ve taşeronlaşmayla ortaya çıkan yeni iş örgütlenmesi formunun etkisidir. Dış kaynak kullanımının ve taşeronlaşmanın yaygınlaşmasına imkan veren ve artan bir biçimde karmaşıklaşan uluslararası tedarik zinciri işletmelerin sosyal sorumluluklarından kaçışlarına kolaylık sağlarken, aynı zamanda özellikle gelişmekte olan ülkelerde hükümetlerin çeşitli baskılarla bu alandaki sorumluluklarını yerine getirmelerini zorlaştırmaktadır.

16 D. W. Justice, "Corporate Social Responsibility, Challenges and Oppurtinitues for Trade Unionist", **Corporate Social Responsibility: Myth or Reality?** (ed.) ILO, Labour Education Online, No. 130, 2003/1, s. 2-7.

17 BT, (2007), **Social and Environmental Report, Suppliers**, s. 1-2. (Çevrimiçi): <http://www.btplc.co.uk/Societyandenvironment/PDF/2004/SocialandEnvironmentalreport2004.pdf>. (Çevrimiçi: 05.01.2007)

İkinci gelişme ise işletmelerin toplam değeri içinde, marka değeri ve itibar gibi soyut değerlerinin öneminin giderek artmasıdır. Tedarikçi kodları, işletmelerin marka saygınlığı için bir risk yönetim aracı olmuştur. Kodlar ve yönetim sistemi rüşvet ve yolsuzluk skandalları gibi diğer itibar zedeleyici riskleri de önlemeye yönelmiştir. Kısacası tedarikçi davranış kodları kurumsal sosyal sorumluluğun temel bir niteliği haline gelmiştir.

Bugünkü formdaki kurumsal sosyal sorumluluk konseptinin diğer bir kaynağı ise nitelikli işgücünü işletmede tutma ve bu işgücünün eğitimini hedef alan insan kaynaklarını geliştirme düşüncesidir. Öyle ki, işletmeler, insan kaynaklarını geliştirme politikalarını, çalışanlarına ve paydaşlarına karşı olan sorumluluklarının bir parçası olarak değerlendirmektedirler¹⁸. Tabi ki bu hususun çalışanlarının çoğunluğunu dış kaynaktan temin eden işletmeler için çok az öneme sahip olduğu ve insan kaynaklarını geliştirme politikalarının düşük vasıflı işgücü ve insan haklarının ihlallerinin yapıldığı emek-yoğun sektörlerde çok sınırlı bir etkiye sahip olabileceği bilinmelidir.

D. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN GELİŞİMİ

21. yüzyılda küreselleşmenin etkisiyle ortak değerlere sahip küresel sivil toplumlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Yine küreselleşmenin etkisiyle dünyada meydana gelen değişiklikler, işletmelerin tutum ve davranışlarının değişmesine yol açarken, küreselleşme ve 1980'li yılların sonunda Sosyalist sistemin çöküşü, işletmeleri dünya çapında yeni ihtiyaçlara cevap vermek durumunda bırakmıştır. Öyle ki, sosyal problemlerin çözümü serbest piyasa sistemi ve işletmelerden beklenmeye başlanmıştır¹⁹. Gerçekten, tüm dünya ülkelerinde küreselleşme kalkınma sürecinin merkezine özel sektörü yerleştirmek suretiyle ekonomik yapıları büyük ölçüde dönüştürmüştür. BM'nin tahminine göre çokuluslu işletme sayısı 1990 yılında 37 bin iken bugün 60 binin üzerine çıkmıştır. Bu işletmelerin küresel değer zinciri içinde 800 bin işletme ile milyonlarca tedarikçi ve dağıtımçı yer almaktadır²⁰.

İşletmelerde kar maksimizasyonu ve sadece hissedarların menfaatlerine odaklı eski anlayış değişime uğramış ve bugünün küresel ekonomisinde tüm paydaşların menfaatlerinin dikkate alınması gerekliliği anlayışına ulaşıl-

18 Justice, s. 2-7.

19 OECD, s. 14.

20 World Economic Forum, (2005), *Partnering for Success*, January, s. 10.

mıştır. Ayrıca, küreselleşme işletmeler ve toplum içinde ve arasındaki güç ilişkilerinin bütünüyle değişmesine yol açmış ve toplum, sorunlarına çözüm bulunmasında işletmelere yönelmeye başlamıştır. Bu yöneliş, işletmelere yönelik kurumsal sosyal sorumluluk, şeffaflık ve hesap verebilirlik taleplerinin artışına yol açmaktadır.

Öte yandan, dünya ekonomisinin küreselleşmesi özel sektör için önceden öngörülemeyen fırsat ve tehditleri ortaya çıkarmıştır. Öyle ki, işletmeler insan haklarına önem vermeyen ülkelerdeki partner ve tedarikçilerinin ortaya çıkardığı sorunlarla karşı karşıya kalmaya başlamışlardır²¹. Yine işletme yöneticileri pazar paylarını büyütme ve rekabet güçlerini koruma ile karlılığını sürdürme baskısıyla karşı karşıya kalmıştır.

Aynı yıllarda İngiltere ve ABD’de bir yandan kurumsal yönetim tartışmaları hız kazanırken, diğer yandan işletme iflasları, yağmaları, birleşme ve satın alma sonrası istikrarsızlıklar kadar şirket hileleri ve rüşvet konuları yoğun olarak gündeme gelmiştir. Küreselleşme ve piyasa, güç ve yetkiyi özel sektörün ellerine bırakırken, halkın işletmelerin dürüstlük ve güvenilirliğine olan itimadı oldukça azalmıştır. Hesap verebilirlik, denetim, raporların açıklanması, standartların düzenlenmesi temel tartışma konuları haline gelmiştir. Sonuçta açık olan husus, artık işletmelerin faaliyetlerinin etkilerini, basit bir biçimde vergi ödemek veya yasal düzenlemelere uymak suretiyle izole edemeyecekleridir. Kısacası işletmelerden topluma olan etkilerini kontrol altına almada daha büyük sorumluluklar beklenmektedir²².

Aynı zamanda, son dönemde işletme skandallarındaki artış ve büyük işletmelerin etki ve güçleri konusundaki şüpheler, iş dünyası liderlerinin, yöneticilerin halkın güven ve inanırlılıklarını yeniden kazanmaya çalışmalarını gerektirmiştir. Ayrıca, iş dünyasının liderleri, yeni ve bilinmeyen riskleri yönetme ve toplumun büyüyen beklentisini karşılama sorunuyla karşı karşıya kalmışlardır. Bu sorunlar, sektör ve ülke farkı olmaksızın hemen hemen her büyük işletmede üst düzey yöneticilerin karşısına çıkan önemli yönetsel sorunlardır²³.

Toplumun işletmelerden beklentilerinin başında ise “çevreye zarar vermeleri” gelmektedir. Nitekim, Globescan tarafından 2001–2005 dönemini kapsayan ve aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 19 ülkede yapılan araş-

21 R. Sullivan, (2003), “Introduction”, *Business and Human Rights*, (ed.), Rory Sullivan, London, Greenleaf Publishing, s. 13

22 OECD, s. 14.

23 World Economic Forum, s. 10.

tırmaya göre, toplumun işletmelerden öncelikli beklentisi, “çevreye zarar vermemeleri”dir. Katılımcıların % 72’si bu görüşü taşıırken, ikinci ve üçüncü sıradaki beklentiler ise “üretim zincirinde sorumlu tedarikçilerle çalışılması” ve “çalışanlara adil davranılması” olarak sıralanmaktadır. Görüldüğü gibi araştırmada, çevre ve çalışan haklarının korunması ilk sıralarda yer almaktadır. Yine, bu araştırmaya göre, toplumun işletmelerden beklentilerindeki en yüksek artış, “ekonomik istikrardan sorumlu görülmeleri”nde ortaya çıkmıştır. 2001 yılındaki araştırmada katılımcıların % 41’i işletmeleri ekonomik istikrardan sorumlu addederken, bu oran 2005 yılında % 47’ye yükselmiştir. Buna göre işletmeler, çevre ve sosyal sorunlardan sorumlu addedildikleri kadar, ülkenin ekonomik istikrarından da büyük ölçüde sorumlu görülmektedirler denilebilir.

Diğer bir araştırmada dünyadaki her beş tüketiciden birinin işletmeleri, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını dikkate alarak “ödüllendirmekte” ya da “cezalandırmakta” olduğu ortaya konulmaktadır. Nitekim ülkemizdeki tüketicilerin % 82’si, fiyat ve kalite açısından benzerlik gösteren iki üründen, ürün bedelinin bir bölümü, sosyal bir amaç için harcanan ürünü seçeceklerini belirtmişlerdir²⁴.

E. YARARLARI

Kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getiren işletmeler, bu uygulamalarından bir takım faydalar elde etmektedirler. Bu faydalar aşağıda sıralanmaktadır:

Finansal Performansta İyileşme: Kurumsal sosyal sorumluluk alanında yapılan araştırmalarda, topluma karşı sorumluluk içinde yerine getirilen ticari uygulamalarla pozitif finansal performans arasında gerçek bir ilişki olduğu açık bir şekilde belirtilmektedir. Diğer bir ifadeyle, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelmekle finansal performansta iyileşme arasında doğru orantılı bir ilişki mevcuttur.

Operasyon Maliyetlerinde Azalma: Birçok işletme, çevre ve topluma olan etkilerini azaltmak için ilave harcamalarda bulunmayı ve fakat aynı zamanda artan rekabetten dolayı maliyetlerini azaltmayı amaçlamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk çabaları bağlamında insan kaynakları alanında hayata ge-

24 E. Çolak, “Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Raporlanması”, **Kalkınma İçin Sosyal Sorumluluk Forumu**, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, s. 9. www.kssd.org. (Cevrimiçi: 04.11.2006)

çirilen esnek çalışma, çalışan rotasyonu ve diğer çalışma yaşamı programları gibi uygulamalar ise devamsızlığı azaltan, yüksek vasıflı çalışanları işletmede tutmaya yardımcı olan, verimliliği artıran ve istihdam ve eğitim maliyetlerini düşüren bir etkiye sahiptir. Kısacası, kurumsal sosyal sorumluluk, çalışan verimliliğini artırıcı etkisiyle operasyon maliyetlerinin azaltılmasına imkân vermektedir.

Marka İmaj ve İtibarı Geliştirme: Sosyal sorumluluklarını yerine getiren işletmelerin kamuoyu ve iş dünyası içinde imaj ve tanınırlığı artar, yatırım ve ticari partner cezbetme kapasitesi genişler ve bu işletmeler küresel piyasalarda büyük bir kurum olarak tanınır.

Satış ve Müşteri Bağlılığını Artırma: Yapılan araştırmalar günümüzde müşterilerin ürün tercihinde fiyat, kalite, güvenlik, uygunluk gibi faktörlerin yanı sıra çevreye daha az olumsuz etki, ürün bileşenleri arasında genetik olarak değiştirilmiş maddelerin bulunmaması gibi diğer faktörleri de dikkate almaya başladıklarını ortaya koymaktadır.

Verimlilik ve Kaliteyi Artırma: İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine ve bu alandaki karar alma süreçlerine çalışanlarını katmaları, paydaşlarından olan çalışanların çalışma koşullarını iyileştirmeleri, verimlilik ve kaliteyi artıracak, hata oranını düşürecektir.

Vasıflı İşgücünü Tutma ve Cezbetme: Sosyal sorumluluklarına duyarlı işletmeler için yüksek vasıflı işgücünü temin ve işletme bünyesinde tutma daha kolaydır. Böylece, istihdam ve eğitim maliyetleri de azalmaktadır²⁵.

Diğer taraftan, sosyal sorumluluklarını yerine getiren işletmeler, kamu kesiminin kolaylaştırıcı desteğini kazanır, finansal kaynaklara erişim imkanı artar, kamu ve özel sektör ile sivil toplumda işletmeye karşı güçlü ve sürekli bir bağlılık oluşturur²⁶.

II. GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Günümüz dünyasında gelişmekte olan ülkeler, eğitim, sağlık hizmetleri, hijyen, sağlık koruma ve içme suyu gibi temel ihtiyaçların eksikliğinden kaynaklanan çok boyutlu bir yoksullukla savaştılmaktadır²⁷. Pek çok ülkede, düşük

25 UN, s. 67.

26 Industry Canada, s. 10.

27 UN, s. 55.

ekonomik büyüme yeterli istihdam yaratamadığından dolayı yoksulluk düzeyi oldukça yüksektir. Bu ülkelerde istihdamda olan nüfus dahi yoksulluk riski ile karşı karşıyadır. Çalıştığı halde kendinin ve ailesini yoksulluk sınırının üzerinde refah sağlayamayan milyonlarca çalışan yoksul vardır. 2005 yılı itibariyle, 2.8 milyar çalışanın yaklaşık 1.4 milyarı günde 2 doların üzerinde gelir elde edememektedir. Böylesi çalışan yoksullar arasında ise 520 milyonu günde 1 doların altında gelir elde ederek aşırı yoksulluk içinde yaşamaktadır. Diğer bir ifadeyle 2005 yılı itibariyle dünya genelindeki çalışanların % 18,3'ünü günde 1 dolardan az gelir elde eden çalışan yoksullar, % 48,4'ünü ise günde 2 dolardan az gelir elde eden çalışan yoksullar meydana getirmektedir²⁸. Üstelik bunların çoğu çok uzun sürelerle sağlıksız koşullarda çalışmaktadırlar. 2006 yılında çalışanların % 17,6'sı 1 dolardan az gelir elde eden çalışan yoksullar, % 47,4'ünü ise günde 2 dolardan az gelir elde eden çalışan yoksullar meydana getirmektedir²⁹.

Öncelikle, kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerinin temel bir amaç olarak yoksulluğun azaltılmasını amaçlamadığı ve daha ziyade çevrenin korunması ve çalışma ve insan hakları konularına odaklandığı belirtilmelidir. Ayrıca, gelişmekte olan ülkelerde bugün uygulandığı biçimiyle ve çokuluslu işletmeler boyutuyla kurumsal sosyal sorumluluğun yoksulluğun azaltılmasındaki etkisinin, birkaç örnek dışında oldukça sınırlı olduğu ileri sürülmektedir³⁰.

Gelişmekte olan ülkelerde ulusal işletmeler kadar, çokuluslu işletmeler de genellikle ticari işlemlerinde, belli bir düzeyde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını yerine getirirler. Bu ülkelerde işletmeler çoğunlukla yoksulluk, işsizlik ve yaşam kalitesinin artırılması konularına yönelirler. İşletmeler:

Çevrenin korunması: emisyon ve atıkların azaltılması, atık geri dönüşümü ve ağaçlandırma vb.

Hayırseverlik: Hayırsever kuruluşlara bağışlarda bulunma gibi.

Sosyal Sorunlara Katılım: İnsan hakları ve AIDS gibi konularda eğitim vb.

Kentsel Kalkınma: Yerel yönetimlerle işbirliği içinde küçük işletmeleri ve şehir merkezini yeniden yapılandırmak gibi.

28 ILO, (2006), *Global Employment Trends*, Geneva, ILO Publication, s. 11

29 ILO, (2007), *Global Employment Trends*, Geneva, ILO Publication, s. 11.

30 R. Jenkins, (2005), Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty, *International Affairs*, Vol. 81, No. 3, s. 539-540.

Yerel İşletmelere Yatırım: Yoksulluğu azaltmak için sivil toplum kuruluşları, kalkınma programları, dini kurumlar ve sosyal klüplerle işbirliği.

Çalışan Planları: Mesleki sağlık ve güvenlik standartlarının belirlenmesi, eşit istihdam fırsatı, iş paylaşımı ve esnek çalışma gibi alanlarda faaliyetlere yönelmektedirler.

Gelişmekte olan ülkelerde çokuluslu işletmeler, büyük yatırımcılar haline gelmişlerdir. Bu işletmeler doğrudan yabancı yatırımı gerçekleştirmektedirler. Gelişmekte olan ülkelere yönelen doğrudan yabancı sermaye yatırımları, iş yaratma, kapasite ve bilgi transferi ile yerel ekonominin gelişmesine yardımcı olabilecek bir potansiyele sahiptir. Bu işletmeler ülkeler için önemli gelir kaynaklarıdır.

Üstelik, bu ülkelerde birçok çokuluslu işletme, devletin sağlamakta güçlük çektiği veya yetersiz kaldığı alanlarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti yerine getirirler. Bununla birlikte, artan bir şekilde küreselleşme ve doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının çalışma ve çevre standartlarına zarar vereceği, sosyal eşitsizliği derinleştireceği ve ulusal işletmeler için şiddetli bir rekabet yaratacağı için çokuluslu işletmelere kuşkuyla yaklaşılmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde kurumsal sosyal sorumlulukta çokuluslu işletmeler baskın olmakla birlikte, ulusal işletmelerin bu alandaki etkinliği giderek artmaktadır. Bu ülkelerde ulusal işletmelerin küreselleşme nedeniyle yoğun bir rekabete maruz kaldığı da bir gerçektir.

Bununla birlikte, gelişmekte olan ülkelerdeki işletmeler artan bir şekilde kurumsal sosyal sorumluluğun ticari hayat için gerekli olduğunun ve karlı bir rekabet avantajı sağlayabileceğinin farkına varmaya başlamışlardır. Örneğin, yabancı müşteriler ve özellikle de çokuluslu işletmeler, artan bir şekilde yüksek sosyal sorumluluk standartlarına sahip tedarikçilerle çalışmayı tercih etmektedirler.

Diğer taraftan, BM, çokuluslu işletmelere diğer ülkelerde yatırım, çalışma ve çevre standartları alanlarında çeşitli sorumluluklar getiren düzenlemeler yapmıştır. Ancak, gelişmekte olan ülkelere yüksek gelir sağlayan bazı işletmeler, özellikle de çokuluslu işletmeler kendi menfaatlerine odaklanabilirler. Bu işletmeler açıkça bir yükümlülüklerinin bulunmadığı kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirmekten kaçınma yoluna gidebilirler. Yine, gelişmekte

olan ülkeler, yeni ticari sektörlerdeki deneyimsizliklerinden veya ihmalkâr tutumları nedeniyle çokuluslu işletmelerle anlaşmalarında bu kuruluşlara sorumluluklarından kaçınma imkânı verecek bir düzenleme yapabilirler.

Yine, bu ülkelerde toplum, bir bütün olarak kurumsal sosyal sorumluluk konseptini kavramış değildir. Düzenleyici organlar aktif değildir. Ayrıca, sivil toplum kuruluşları ve insan hakları örgütleri toplum adına denetim görevini yerine getirmekte yetersizdir. Bu durumu yabancı yatırımcılar, karlılık ile sosyal ve çevresel etkileri uzlaştırmak için bir fırsat olarak değerlendirebilir. Çünkü bu bir başlangıç dönemi olup, kurumsal sosyal sorumluluk konseptinin medya, sivil toplum ve sivil toplum kuruluşları ve insan hakları örgütleri aracılığıyla giderek benimsendiği bir süreç yaşanmaktadır³¹.

III. TÜRKİYE’DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

A. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MİRASI

Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluğun, hayırsever faaliyetler ve toplumsal projelere katılım ölçeğinde ele alındığında yeni bir kavram olmadığı anlaşılmaktadır. Her ne kadar ülkemizde kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili doğrudan yasal düzenleme bulunmamakla birlikte, ülkemiz insanı ve işletmeleri bu kavrama yabancı değildir. Hatta, sivil toplum kuruluşlarının ve meslek oda ve birliklerinin aslında önemli bir birikime sahip olduğu ve sosyal açıdan sorumlu davranışların yerine getirilmesinde büyük bir miras devrettikleri bilinmektedir. Nitekim, İslam dünyasında ilk sivil toplum kuruluşu unsuru olduğu ileri sürülen vakıflar ile mesleki bir örgütlenme biçimi olan ahilik teşkilatı, Osmanlı Devleti döneminde yüzyıllar boyunca toplumda sosyal açıdan sorumlu davranışların geliştirilmesini sağlamışlardır.

Öncelikle dini ve kültürel nedenlerden dolayı ülkemizde hayırseverliğin uzun ve köklü bir geçmişe sahip olduğu belirtilmelidir. Osmanlı Devleti döneminin bir “vakıf medeniyeti” olarak adlandırılmasında bu hayırseverlik anlayışı etkili olmuştur. Osmanlı topraklarında vakıf, şüphesiz en önemli hayırseverlik kurumu idi. 1546 yılında İstanbul’da kurulu bulunan vakıf sayısı 2.515’ti. Vakıflar Osmanlı toplumuna büyük katkılar yapmışlardır. Çizakça bu katkının, beşeri sermayenin geliştirilmesi, güçlü devlet karşısında mülkiyet haklarının korunması, İslam medeniyetinin zengin mirasının finanse edilmesi ve yüzyıl-

31 UN, s. 56-58.

larca muhafazası, yaşlı ve malullere yardım edilmesi, ilkel de olsa lonca ya da mahalle içinde bir sigorta güvencesi sağlanması ve köprüler, yollar, limanlar, deniz fenerleri, kütüphaneler, sarnıçlar, su bentleri, çeşmeler ve kaldırımların inşa edilip, korunması gibi çok geniş kapsamlı olduğunu ifade etmektedir. Öyle ki, “savunma hariç medeni bir toplumda olması beklenen tüm hizmetler bu sistem sayesinde finanse edilmiş, örgütlenmiş, inşa edilmiş ve korunmuştur”. Yazar, vakıfların kurulmasındaki temel motivasyonunun ise İslam dini olduğunu belirtmektedir³².

Osmanlı Devleti döneminde vakıf sistemi çok yaygın olup, 19. ve 20. yüzyıldaki çalışmalarda, vakıf mülklerinin, ülkedeki binaların ve ekilebilir arazilerin dörtte üçünü meydana getirmekte olduğu yer almaktadır.

Ancak, gerek Osmanlı Devletinin son döneminde ve gerekse Cumhuriyet döneminde artan baskılar ve adem-i merkezîyetçi klasik hayırseverlikten hizmetlerin devlet tarafından sağlanmasına yönelik dönüşüm, sosyal düzenin sorumluluğunun devletten beklenmesi neticesini doğurmuş ve vakıf sisteminin zayıflamasına yol açmıştır³³.

Diğer taraftan 11. yüzyıldan itibaren ortaya çıkan Ahilik ve daha sonraki formuyla lonca teşkilatı, işletmelerin ve mesleki birliklerin topluma karşı sorumlulukların yerine getirilmesinde önemli bir mirasa sahip olduğunu göstermektedir. Genellikle aynı meslek ya da zanaat dalında çalışanların oluşturdukları mesleki ve ahlâki organizasyonlar olan bu teşkilatlar ekonomik işlevlerinin yanı sıra pazar, üretim ve çalışma koşullarının tespiti, üyelerin ve toplumun eğitimi, sosyal hizmet ve sosyal güvenlik fonksiyonları üstlenmişlerdir. Kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında şüphesiz Ahilik teşkilatının en önemli işlevi çalışma koşullarının düzenlenmesidir. Ahiliğin önde gelen işlevlerinden biri, çalışma hayatında usta-çırak-kalfa ilişkilerini düzenlemesidir. Bu yönüyle ahilik, XIII. yüzyılda Anadolu’da teşkilatlanırken Türk örfi hukukuyla İslam hukukunu çalışma hayatının düzenlenmesinde kaynak olarak almış,³⁴ XIX. yüzyılın sonlarına doğru sanayileşmiş ülkelerde disiplin haline gelen ve işçi-işveren-devlet arasındaki ilişkileri düzenleyen “bireysel iş hukuku”nun

32 M. Çizakça, (2006), “Osmanlı Dönemi Vakıflarının Tarihsel ve Ekonomik Boyutları”, **Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet**, İstanbul, TÜSEV, s. 22-23.

33 Çizakça, a.g.e., s. 28-30; Ayrıca Bakınız: TÜSEV, (2006), **Sivil Toplum ve Hayırseverlik Araştırmaları 2004-2006**, TÜSEV, İstanbul, s. 27.

34 K. Turan, (1996), **İş Hukukunun Genel Esasları**, Kamu-İş Yayını, Ankara, s. 132-133.

proto tipini oluşturmuştur. Osmanlı döneminde, usta–çırak–kalfa ilişkileri, uzun bir süre Ahiliğin benimsediği örfi hukuk kurallarına göre düzenlenmiş; XIX. yüzyılın ortalarına doğru ise, çalışma ilişkilerinde mevcut örfi hukukla birlikte Dilaver Paşa, Maadin Nizamnamesi ve Mecelle gibi yazılı hukuk kuralları devreye sokulmuştur.

Ahilik teşkilatı, “Orta sandığı” gibi düzenlemeleriyle günümüzdeki “sosyal güvenlik” kurumlarının da ilk örneğini oluşturmuştur. Orta sandıkları, üyeleri için hastalık, sakatlık, yaşlılık ve ölüm gibi sosyal risklere karşı belirli bir gelir güvencesi sağlamayı amaçlamıştır. Bu kurumlar ihtiyacı olana borç verme, çalışamaz duruma gelene yardım etme vb. fonksiyonları da yerine getirmek suretiyle bir yardım sandığı işlevi de görmüştür³⁵.

Ahiliğin işyeri dışındaki merkezleri olan zaviyeler, çok işlevli mekanlar olup, eğitim, karşılaşılan mesleki sorunları çözme ve yönetim yeri işleviyle birlikte, sosyal hizmet işlevi de yerine getirmiştir. Fakirler, yolcular buralarda yedirilip içirilmiş ve yoksullara, düşkünlere, kimsesizlere yardımcı olmak, Ahiliğin manevi cephesini oluşturan fütüvvetin gereği olarak algılanmıştır.

Ahilik teşkilatı tarafından işyerlerinde çırakların yetiştirilmesine yönelik mesleki eğitim verilirken, zaviyelerde her meslek grubu kendi üyelerine ahlâk eğitimi vermiştir. Bu eğitim, ağırlıklı olarak tasavvuf eğitimine yönelik olmuş; bu bağlamda, “ahilere” Ahiliğin manevi temelini oluşturan fütüvvet ilkeleri öğretilmiştir. Her insanın bir işi, bir mesleği olması gerektiği ilkesini benimseyen; işsizliğe, aylaklığa kötü gözle bakan Ahilik, helal yoldan kazanmayı, eline, beline ve diline sahip çıkmayı esas alan bir ahlâki eğitimle üyelerinin yetiştirilmesini sağlamış; kusursuz mal üretmeye özen gösteren, müşteriyi aldatmayan bir “iş ahlâkı” oluşturmuştur³⁶.

Öte yandan sosyal sorumluluk bağlamında bu mesleki örgütler tüketiciyi koruma işlevi görmüştür. Ahi teşkilatı, zarara uğrayan tüketicinin zararını ilgili esnaftan talep ettiği gibi, ikinci, üçüncü uyarılardan sonuç alınamaması halinde esnafa “ihraç” cezası verirdi. Görüldüğü gibi, ahi birliklerinde esnaf ve sanatkârların meslek ahlâkına uygun tutum ve davranış içinde bulunup bu-

35 S. Ağaoglu ve s. Hüdaioğlu, (1938), *Türkiye’de İş Hukuku, İş Hukuku Tarihi*, C. I, s. 71; Ayrıca Bakınız: Murat Şen, (2002), “Osmanlı Devleti’nde Sosyal Güvenlik: Ahi Birlikleri, Loncalar ve Vakıflar”, *Çimento İşveren*, C. 16, s. 6, s. 30.

36 E. Öksüz, (1993), “Ahilik Müessesesinin Sosyal Gelişmedeki Yeri ve Önemi”, *Sosyoloji Konferansları*, 24. Kitap, İ. Ü. İ. F. Yayını, İstanbul, s. 29.

lunmadıkları, kaliteli ve standartlara uygun mal üretilip üretilmediği teşkilat içindeki görevlilerce kontrol edilmekteydi³⁷. Kısacası bu teşkilat, bugünkü meslek kuruluşları için bir model niteliğindedir.

B. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN GELİŞİMİ

Ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluk çok yavaş gelişmekte ve işletmeler düzeyinde kurumsal sosyal sorumluluğun gelişmesinde daha etkili olabilecek dış faktörlere gerek duyulmaktadır. Çeşitli araştırmalarda, hem Türkiye’de faaliyette bulunan çokuluslu işletmeler hem de Türk işletmelerinin sivil toplum örgütlerini desteklemek veya topluma olan negatif etkilerini minimize etmeye çalışmak gibi teorik olarak iyi kurumsal vatandaşlık niteliklerine sahip oldukları ortaya konulmuştur. Ancak, uygulamada Türk işletmelerinin bu anlayışa tam uygun davranış sergilemedikleri de bir gerçektir. Diğer taraftan, çokuluslu işletmeler, çocuk ve sağlık konularında sosyal sorumluluk projelerine odaklanırken³⁸, Türk işletmelerinin benzer bir modeli benimsemediği ve daha sınırlı sayıda düzeyde olmakla birlikte daha çok çocuk ve kültürel aktiviteler merkezli projeleri hayata geçirdikleri görülmektedir³⁹. Ancak, genel olarak özel sektör eğitim, çevre ve sağlık konularında sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütmek istemektedirler.

İşletmelerimiz, çokuluslu işletmeler gibi kurumsal sosyal sorumluluk politikalarına sahiptirler ve daha da önemlisi sosyal sorumluluk anlayışı içinde faaliyetlerini gerçekleştirmek arzusunda dırlar. Ancak, uygulamada çokuluslu işletmelerden önemli ölçüde ayrılmaktadırlar. Teorik olarak kurumsal sosyal sorumluluk politika ve stratejilerini benimsemekle birlikte, Türk işletmeleri, bu stratejileri hayata geçirecek faaliyetler yapmamaktadırlar. Türk işletmeleri, çoğunlukla kültürel aktivitelerin sponsorluğu ve toplumsal projelere katılım ile yetinmektedirler. Oysa, çokuluslu işletmeler, Türk işletmelerine göre çok daha verimli ve çok yönlü faaliyetler yapmaktadırlar.

Diğer bir konu ise ülkemizdeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk projelerine yönelmelerinde etkili olan destekleyici faktörlerin başında kişi-

37 O. Erden, (2004), “Ahilik Kültürünün Endüstriyel Kalite Kontrolüne Yansımaları”, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, Kırşehir, , s. 393.

38 H. C. Göcenoğlu, (2004). *The Effects of Multinational Companies on Corporate Social Responsibility Practices in Turkey*, (Çevrimiçi: 11. 10. 2006,): <http://www.csrturkey.org/ingilizceyayinlar.htm>, s. 38.

39 (Çevrimiçi: 12.12.2006): <http://www.osd.org/kaynaklar/osdarastirma.2003.doc>.

sel liderlik ile çokuluslu işletmelerin geldiği görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ülkemizde hükümetin veya tüketicilerin baskısıyla kurumsallaşmış bir olgu değildir. Nitekim, kurumsal sosyal sorumluluğa çeşitli yasalarda yer verilmesine karşılık, kamu organları tarafından kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının çerçevesi saptanmamıştır. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesinde kişisel liderliğin etkili olduğu belirtilmelidir. Bu bize, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesinde sadece çokuluslu işletmelerin değil kişisel ve yönetsel liderliğin de oldukça önemli olduğunu göstermektedir.

Ülkemizdeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlama ve sosyal sorumluluk alanındaki uluslararası kodları benimseme eğilimleri düşüktür. Öyle ki, çok az sayıdaki uluslararası kod ülke işletmelerinde uygulanmaktadır. Nitekim, BM, Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact) listesinde 49 işletmemiz yer almaktadır⁴⁰. Türkiye’de 14 Haziran 2006 tarihi itibarıyla Küresel İlkeler Sözleşmesine imzalayan kurum sayısı 71’e ulaşmıştır⁴¹. Yine, 2006 yılı başı itibarıyla 9 işletme, Sosyal Sorumluluk (SA) 8000 Standardına sahiptir. Bu işletmeler; Dimon Türk Tütün A.Ş., Socotab Yaprak Tütün A.Ş., Spierer Tütün İhracat A.Ş., Yeşim Tekstil A.Ş., Marshall Boya ve Vernik A.Ş., Beko Elektronik A.Ş., Alarko Carrier A.Ş., Pharmavision A.Ş. ve Topkapı İplik A.Ş.’dir⁴².

Türkiye’de işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde kamu kurumlarıyla, sivil toplum kuruluşlarıyla ve çalışanlarla işbirliği yapmaktadır. Çokuluslu işletmeler ise çoğunlukla kamu kurumları ile işbirliğini tercih etmektedirler.

Diğer taraftan, ülkemiz işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk projelerinden, çokuluslu işletmelerde olduğu gibi, Kurumsal İletişim Departmanları veya İnsan Kaynakları Bölümü veyahutta üst yöneticiler sorumludurlar. Ancak, üst yöneticilerin sosyal sorumluluk projelerine yaklaşımları bu departmanların çalışmaları üzerinde belirleyici etkiye sahiptir. Diğer bir ifadeyle, üst yöneticiler kurumsal sosyal sorumluluk projelerine karar vermekte ve bu departmanlar ise uygulama sürecini gerçekleştirirler⁴³.

40 Göcenoğlu, s. 38–46.

41 KSSD, (2007), “Küresel İlkeler Sözleşmesi”, <http://www.kssd.org/isbirtikleri.html>, (Çevrimiçi: 05.02.2007)

42 M. Aydemir, (2007), “İşletmelerin İşgörenlerine Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı”, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, (ed.) Coşkun Can Aktan), İGİAD, No. 4, İstanbul, s. 115–116.

43 Göcenoğlu, s. 38–46.

C. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞ VE NİTELİĞİ

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı son yıllarda ortaya çıkmış bir kavram olmakla birlikte, Türk işletmeleri için giderek önemi artmakta ve gün geçtikçe bu alandaki çalışmaları ve topluma yapılan yatırımları iletmenin daha büyük bir toplumsal yükümlülük haline dönüşmesiyle, kurumsal sosyal sorumluluk önemi ve değeri teoriden uygulamaya geçen bir konu haline gelmektedir. Diğer bir ifadeyle artık, web sitelerinde, basın bültenlerinde konunun savunucuları olmak yetersiz kalmakta, toplumun uygulama ve sonuçlara ilişkin beklentisi artmaktadır. Ancak, işletmelerin faaliyetlerinden kaynaklanan olumsuz sosyal ve çevresel etkileri göz ardı ettikleri de bir gerçektir. Bu bize, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluğa olan ilginin arttığını ve fakat bu konuda kavram kargaşasının hala sürdüğünü göstermektedir⁴⁴.

Buna göre Türkiye'deki işletmelerde henüz kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının yeterince gelişmediği söylenebilir. Ancak, konsept olarak kurumsal sosyal sorumluluğun ülke işletmelerinde mevcut olduğu gerçeği de göz ardı edilmemekle birlikte, ülkemizde özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluğu büyük ölçüde sosyal içerikli projelere sponsorluk yapmak olarak gördüğü ve çoğunlukla toplumsal faaliyetler ve projelere (eğitim, sağlık, spor ve sanatsal ve kültürel etkinlikler ve sponsorluk) yöneldiği ifade edilmelidir. Benzer bir karmaşa sivil toplum kuruluşları arasında da görülmektedir.

TÜSEV'in Türk işletme kültüründe kurumsal sosyal sorumluluğun yerini analiz etmeyi amaçlayan 2005 yılındaki çalışmasına göre de ülkemizde işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine verdikleri önem zamanla artmakta ve fakat işletmeler net bir kurumsal sosyal sorumluluk stratejisinden yoksun bulunmaktadır. Öyle ki, işletmelerin hedef kitle belirlemediği, hangi projelere, nasıl destek verecekleri konusunda bir stratejilerinin olmadığı anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle kurumsal sosyal sorumluluk işletmeler tarafından hedef kitle ya da stratejiden yoksun bir bağış faaliyeti olarak algılanmaktadır. Araştırmaya göre ülke işletmeleri, kurumsal sosyal sorumluluk alanında sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmakta, ancak bu işbirliği daha çok projelere sponsorluk biçiminde ortaya çıkmaktadır. Üstelik sponsorluk çalışmaları bir halkla ilişkiler faaliyeti ve zorunlu olarak yapılması gereken bir faaliyet olarak nitelendirilmektedir. Bu da Türk işletmelerinde kurumsal

44 TÜSEV, (2006), *Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Değişim Süreci*, TÜSEV, Yayın No 39, Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu, s. 78.

sosyal sorumluluğun işletme kültürünün bir parçası haline gelemediğini göstermektedir.

Araştırmada, ülkemizdeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti olarak yaptıkları sponsorlukların eğitim alanında daha çok burs verme, okul inşa ettirme, araç sağlama biçiminde; çevre, kültür ve sanat sponsorluklarında mekân sağlama biçiminde ortaya çıktığı belirtilmiştir. İşletmelerimiz insan hakları, sosyal adalet, kurumsal yönetim, ekonomik kalkınma, çalışma ilişkileri gibi sosyal sorumluluk kapsamındaki alanlarda etkinliklerde bulunmamaktadır.

Yine araştırmanın önemli sonuçlarından biri de, önde gelen ülke işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini kendi iç bünyelerinde kendilerinin yürüttükleri ve buna bağlı olarak da kuruma özgü bir kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı geliştirmiş olmalarıdır. Ayrıca, araştırmada işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde uluslararası normlardan bağımsız hareket ettikleri tespit edilmiştir⁴⁵.

Diğer taraftan Türk toplumunun işletmelerden beklentileri içinde topluma karşı sorumlu davranışlar göstermesinin öncelikli bir husus olmadığıdır. Nitekim, 2001 yılında yürütülen küresel ölçekli bir araştırmada Türk tüketicilerinin, bir işletme ile ilgili kanaatlerini oluştururken, marka kalitesine ticari ahlâk, çalışma ilişkileri ve çevreye etkilerinden daha fazla önem verdiği ortaya konulmuştur. Aynı araştırmada düşük ve orta gelir düzeyindeki ülkelerde bir işletmenin topluma karşı sosyal sorumluluklarını yerine getiren bir işletme olarak algılanması ile kurumsal sosyal sorumluluk alanında bir bağ olmadığı ifade edilmiştir. Bu ülkelerde toplumun işletmelerden baskın beklentisi ekonomik performanstır (iş yaratması, vb.). Türkiye'ye ilişkin bulgular da bu paraleldedir⁴⁶.

Diğer taraftan, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluk başlı başına bir konu haline gelmemiş ve fakat yozlaşma-rüşvet, kamu yönetimi reformu, şeffaflık, kurumsal yönetim, çevre konuları gibi ilgili meselelerle birlikte gündeme getirilen bir konu olmuştur⁴⁷.

45 TÜSEV, s. 78-79.

46 M. Ararat ve C. Göcenoğlu, "Drivers for Sustainable Corporate Responsibility Case of Turkey", s. 6. (http://info.worldbank.org/etools/mdfdb/docs/WP_UJRC5.pdf. (Çevrimiçi: 11. 10. 2006).,

47 Göcenoğlu, s. 25.

Bununla birlikte, ülkemizdeki işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının yeni bir konsept olmadığı da belirtilmelidir. Çünkü kurumsal sosyal sorumluluk politikaları ve uygulamaları Osmanlı devleti döneminden beri ülkemiz işletmelerinde hep var olmuştur⁴⁸. Türk insanı ve Türk işletmelerinin hayırseverlik anlayış ve düzeyi yüksektir. Ancak, hayırseverlik temelli uygulamalar yeterince hızlı bir şekilde bu kavram çerçevesinde gelişmemiş, diğer bir deyişle kurumsallaşamamıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk, bir işletme politikası haline gelememiş, işletmelerin hayırseverlik temelli yaklaştığı bir konu olarak kalmıştır. Kısacası, Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk daha çok ilk aşama olarak nitelendirilen hayırseverlik aşamasındadır.

Bu nedenle ülkemizde işletmeler tarafından yapılan bağışların tam miktarını belirleyebilmek neredeyse imkânsızdır. Nitekim Sabancı Ailesi tarafından kurulan ve 2003 yılı itibariyle yaklaşık 250 milyon ABD doları sermayeye büyüklüğüne sahip ve hissesinin % 80’i Sabancı Holdinge ait VAKSA vakfı örneği bu bağlamda ayrılan fonların büyüklüğünü ortaya koymaktadır. Bu vakfın gelirlerin tamamı Sabancı Holdinge ait işletmelerden aktarılan fonlardan oluşmaktadır. Bu noktada Sabancı Holdingin, Bridgestone, DuPont, Toyota, Philip Morris, Kraft Foods International, IBM, Dresden Bank ve Carrefour gibi çokuluslu ortaklarının Holdingin hayırsever niteliği üzerinde etkisinin belirsiz olduğu ifade edilmelidir. Çünkü, VAKSA Vakfı bu tür tanınmış çokuluslu işletmelerin çoğuyla ortaklık bağının daha tesis edilmediği 1974 yılında kurulmuştur⁴⁹.

Diğer taraftan, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının hayırseverlik temelinden, bir işletme faaliyeti haline dönüşebilmesi için destek ve bazen de zorlayıcı dış baskıya ihtiyaç bulunmaktadır. Çünkü, Türkiye’nin kendi ticaret sistemi, ticari uygulamalarda kurumsal sosyal sorumluluğu destekleyecek araçlara sahip değildir⁵⁰.

D. TÜRKİYE’DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞU BİÇİMLENDİREN FAKTÖRLER

Ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluğun biçimlendiren faktörler; iç ve dış faktörler olmak üzere iki kısımda incelenebilir. Bir ülkedeki politika, hukuk,

48 Ararat ve Göcenoğlu, s. 13.

49 Göcenoğlu, s. 25–26.

50 Göcenoğlu, s. 26.

ekonomi ve aile alanındaki kurumsal düzenlemeler, kurumsal sosyal sorumluluğun gelişimini kolaylaştırıcı ve kurumsal sosyal sorumluluğu biçimlendirici temel faktörler olarak tanımlanabilir. Bu faktörler, kaynaklarına bakarak iç ve dış faktörler olarak sınıflandırılabilir. İç faktörler kültür ve kurumsal yönetim yapısı gibi Türkiye'nin üzerinde tam kontrol sağlayabileceği alanlar iken, dış faktörler kontrol edilemeyen unsurlardır. Örneğin, BM'de kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili bir rehberin oluşturulması, çokuluslu işletmelerin ticaret stratejilerinde bir değişimin ortaya çıkması veya ulusal sivil toplum kuruluşlarının çokuluslu işletmelere belirli bir biçimde davranmaları yönünde baskıda bulunması vb.

Diğer taraftan iç faktörler; ülkelere özgü ekonomik gelişme ve koşullar, kurumsal yönetim yapısı, sivil toplum kuruluşlarının rolü, ticari kültür ve dindir. Dış faktörlerin başlıcaları ise ülkeye gelen doğrudan yabancı sermaye yatırımları, uluslararası işletmelerin baskıları, uluslararası alandaki hukuksal düzenlemeler ve Türkiye'nin IMF, AB ve BM ile ilişkileridir.

1. İç Faktörler

a. Ekonomik Yapı ve Koşullar

İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışları üzerinde etkili olan faktörlerin başında ülkelerin ekonomik yapı ve koşulları gelmektedir. AB'ye aday olan Türkiye dünyanın en gelişmiş 20 ekonomisi içinde yer almaktadır. Türkiye'de ekonomik yapı ele alındığında 1980'li yıllardan itibaren liberal ekonomik politikaların benimsendiği ve bu politikaların işletmeler için küresel rekabeti beraberinde getirdiği bir sürecin yaşandığını görmekteyiz. Gerçekten, Türkiye'de 1980'li yıllara kadar ithal ikameci iktisat politikaları uygulanmış, 24 Ocak 1980 kararlarıyla ekonomik yapıda yeni bir dönem başlamıştır. 24 Ocak kararlarıyla Türkiye, ithalata dayalı sanayileşme politikasını terk ederek ihracata dayalı sanayileşme politikasına yönelmiştir. Ekonominin işleyişi 1980 sonrasında, liberal politikaların uygulamaya konulmasıyla, piyasa mekanizmasına bırakılmak istenmiş, kamu harcamalarının kısılması ve özelleştirme ile devletin ekonomideki ağırlığı azalırken, özel sektörün etkinlik alanının genişletilmesi amaçlanmıştır. Bu dönemde Türkiye, ihracata dayalı sektörlerde, iç fiyatlarla uluslararası fiyatlar arasında uyumu sağlayarak, uluslararası rekabet gücü kazanmaya ve böylece dünya piyasaları ile bütünleşen ve rekabet edebilen bir ekonomi yaratılması hedefini gerçekleştirmeye ça-

lıştır. Bunun için de ihracatı teşvik eden yapısal uyum politikaları hızla uygulanmaya başlanmıştır.

Yapısal uyum politikalarının, ekonomik büyümenin ihracata dönük sektörlerde ortaya çıkmasına, ihracatın ekonomik gelişme ve sanayileşmede ana etken olmasına ve buna bağlı olarak yatırım ve istihdam imkânlarının da bu sektörlerde yoğunlaşmasına yol açacağı umulmuş ve fakat bu politikalarla, gelişmekte olan pek çok ülkede olduğu gibi, arzulanan düzeyde sanayileşme ve ekonomik kalkınma gerçekleştirilememiştir. İhracatta meydana gelen önemli artışlar, atıl kapasitenin devreye girmesi, teşvik ve işverenler tarafından işgücü maliyetlerinin baskı altında tutulması ile gerçekleşmiş, ihracata dayalı sanayileşme ortaya çıkmamıştır. Bu dönemde üretim ve yatırımlardaki artış, ihracattaki artışın gerisinde kalmış, ekonomik büyüme yavaşlamış, istihdam ise azalmıştır.

1980'li yıllara göre 1990 sonrasında ve özellikle de 21. yüzyılın ilk yıllarına kadar ekonomide kısa vadeli spekülâtif sermaye hareketlerinin yoğunlaştığı bir piyasa yapısı hakim olmuştur. Üretime dönük sabit sermaye yatırımları yerini kısa vadeli, ranta ve spekülâtif nitelik içeren kazançlara dayalı bir büyüme sürecine bırakmıştır⁵¹. Bu ekonomik yapının yanı sıra 1990'lı yılların başından itibaren ortaya çıkan iç ve dış krizler ekonomik koşulların ağırlaşmasına yol açmıştır. 1990'lı yıllarda kriz-büyüme-kriz-istikrarsızlık sarmalına dayalı inişli çıkışlı bir konjonktür yaşandıktan sonra 2000 yılı son aylarından⁵² 2002 yılı son çeyreğine kadar büyük bir iktisadi ve siyasi istikrarsızlık ve bunalım dönemi ortaya çıkmıştır. Nitekim, ülke ekonomisi 1998'de % 3,9 büyürken, 1999'da % 6,1 küçülmüş, 2000 yılında tekrar % 6,3 büyümüş ve 2001 yılında ise büyük bir çöküş yaşanarak % 9,4 küçülme meydana gelmiştir. Kriz, işletmelerin yatırım kararlarını ötelemelerine ve işsizlikte büyük bir artışa yol açmıştır. Sabit sermaye yatırımlarında bir önceki yıla göre % 50'lere yakın gerileme ortaya çıkarken, krizden dolayı çoğu eğitimli 600 bin kişi işini kaybetmiştir.

2002 ve takip eden yıllarda ise ülkemizde nispeten istikrarlı bir büyüme sürecine girilmiş bulunmaktadır. 2002 yılında % 7,9, 2003 yılında % 5,9, 2004 yı-

51 H. E. Temiz, (2004), *Küreselleşmenin Sosyal Boyutları ve Türkiye Açısından Etkileri*, Ankara, Genel-İş Matbaası, s. 153-159.

52 E. Yeldan, (2002), "İstikrar, Kim İçin: Kriz İdaresi Üzerine Değerlendirmeler", *Birikim Dergisi*, Kasım, s. 1, (Çevrimiçi: 10.10.2006), <http://www.bilkent.edu.tr/~yeldane/Birikim2002Kasim.pdf+yeldan+ekonomi+son+20&hl=tr&gl=tr&ct=cink&cd=8>.

linda % 9,9⁵³, 2005 yılında % 7,6 oranında büyüme gerçekleşmiştir. Türkiye, 2004 yılında Çin’le birlikte dünyanın en hızlı büyüyen iki ekonomisinden biri olmuştur. Genel olarak bakıldığında ülkenin ortalama büyüme performansı OECD ülkeleri içinde en yüksek ülkeler arasındadır. Yine, sermaye hareketlerinin serbestleştiği 1990 sonrasında büyümenin volatilitesi artmıştır⁵⁴.

Sonuçta, 1980 sonrası biçimlenen ekonomik yapının yatırım ve üretimi artırmada yetersiz kaldığı ve işletmeler için uygun koşulları sağlayamadığı görülmektedir.

Bu yapı içinde işsizlik ise 1980’li yıllar boyunca sürekli artmıştır. Son üç yıldaki ekonomik büyümeye rağmen işsizlik % 10’un altına düşürülemedi. 2002 ve takip eden yıllarda işsizlik % 10,3 düzeyinde gerçekleşmiştir. Buna göre ülkemizde işsizliğin artma eğilimine girdiği söylenebilir⁵⁵. 2006 yılında ise kısmen azalarak % 9,3’e inmiştir. Ancak, işsizlik bakımından asıl gösterge olan kentlerde ve tarım dışı sektörlerde işsizlik oranı sırasıyla % 11,3 ve % 11,7’dir⁵⁶.

Bu durumdan dolayı kamuoyunun işletmelerden beklentisi, sosyal ve çevrenin korunması ile ilgili görevler yerine getirmesinden ziyade daha iyi emek piyasası koşulları sağlaması ve işsizliğin azaltılmasına katkı yapması olarak değişmiştir.

Ekonomik krizler devletin işletmelere müdahalesini artırdığı gibi, krizlerin meydana getirdiği istikrarsız ticari hayat, işletmelerin uzun dönemli karar alma süreçlerine etki etmektedir. Bundan dolayı, işletmeler elverişli bir ekonomik ortama sahip olamadıkları için uzun dönemli planlar yapamayacaklar ve bu, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin aleyhine bir sonuç ortaya çıkaracaktır.

Gerçekten, şayet işletmeler enflasyon ve işsizliğin düşük, verimlilik artışının yüksek ve tüketici güveninin güçlü olduğu istikrarlı bir ekonomi içinde faaliyetlerini yürütürler ise nispeten karlarını daha kolayca artırebileceklerdir. Ardından da sosyal sorumluluklarını yerine getirecek biçimde hareket etmeleri daha fazla olası olacaktır. Buna göre sosyal sorumluluklarına daha bağlı olarak hareket eden işletmelerin nispeten güçlü finansal performansa sahip

53 DİE, (2005), *Türkiye İstatistik Yıllığı*, Ankara, DİE Yay. No. 2945, s. 347.

54 M. Yülek, “Küresel Bakış”, *Dünya Gazetesi*, 22 Mart 2006.

55 H. Y. Ersöz, Süleyman Özdemir ve H. İbrahim Sarıoğlu, (2006), *İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ’lerin Desteklenmesi*, İstanbul, İTO, No 2006-45, 20076, s. 105.

56 TÜİK, (2007) *Hanehalkı İşgücü Anketi*, *Haber Bülteni*, Sayı. 6,

oldukları ve nispeten, yakın gelecekte karlılığını artırabileceği, sağlıklı ekonomik koşullar içinde faaliyette buldukları belirtilebilir

Yine, finansal performansı güçlü olan işletmelerin, zayıf olan işletmelere göre muhtemelen daha fazla kurumsal sosyal sorumluluk davranışı gösterebilecekleri ileri sürülmektedir. Çünkü, daha karlı işletmeler, yöneticilerinin tercih etmesi halinde, zayıf yapıdaki işletmelere göre kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri için daha fazla kaynağa sahip olan işletmelerdir. Buna karşılık zayıf olan işletmeler ise minimum sosyal sorumluluk davranışlarını yerine getirebilmekten dahi yoksun kalır. Elbette böyle bir işletmenin yöneticisi, işletmenin finansal koşullarını iyileştirmek için sosyal sorumluluk projelerine kaynak ayırmaktan kaçınır.

İkincisi ise işletmelerin sosyal sorumluluk performansı üzerinde piyasadaki rekabet koşullarının etkili olmasıdır. Rekabet ortamında kar marjları daralacağı için işletme yöneticileri harcamaları kısımaya ve tasarrufları artırmaya çalıştıklarından sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelemezler. Bu yaklaşımın karları artıracığı ve işletmenin varlığını sürdürmesine yardımcı olacağına inanılır ⁵⁷.

Türkiye’de enformel ekonomi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin hayata geçirilmesinde diğer sorun alanını meydana getirmektedir. Çeşitli araştırmalarda ülkemizdeki ekonomik faaliyetlerin yarısından fazlasının enformel ekonomide olduğu belirtilmektedir. Kayıtdışı bu sektör kayıtlı ve örgütlü sektöre karşı rekabet avantajına sahip olmakta, bu ise rekabet gücünü korumak güdüsüyle işletmelerin maliyet baskısı altında yönetilmesine yol açmaktadır.

Sonuç olarak Türkiye ekonomisinin performansı, işsizlik, istikrarsızlık ve krizler ile enformel sektör, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişimine ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine olumsuz etki yapmaktadır.

b. Kurumsal Yönetim ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Etkisi

Kurumsal sosyal sorumluluğu biçimlendiren iç faktörlerden bir diğeri kurumsal yönetimidir. Kurumsal yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk üzerinde önemli etkiye sahiptir. Kurumsal yönetim, Enron, WorldCom, Tyco, Ahold

⁵⁷ Campbell, s. 11–16.

ve diğ er işletmelerdeki muhasebe ve yönetim skandalları dolayısıyla siyasi ve ticari gündemin önemli konuları arasına girmiştir. Etkin bir kurumsal yönetim tesis edilirse, işletmelerin yönetimleri etkin, dürüst, sorumlu ve hesap verebilir hale gelecektir. Hala işletmelerin sadece hissedarlarına karşı sorumlu olduğunu ileri sürenler bulunmakla birlikte, uluslararası kurumsal yönetim rehberlerinde artan bir şekilde işletmelerin bütün paydaşlarının ihtiyaçlarını dikkate alması gerektiği kabul görmektedir. Bir adım daha ilerisi ise kurumsal sosyal sorumluluk meselelerinin bir teşebbüsün yönetim konuları ile bütünleşmesidir. OECD ülkeleri tarafından üzerinde fikir birliği bulunan kurumsal yönetim prensiplerinde, yönetim kurullarının, işletmenin yasalara uygun davranmasını sağlamaları ve kurulların çalışanlar, yatırımcılar, müşteriler, tedarikçiler ve yerel topluluktan müteşekk il çeşitli paydaşların menfaatlerini de dikkate almaları beklenilir. Bununla birlikte, yönetim kurullarının birincil ticari fonksiyonlarını icra ederken, paydaşların menfaatlerini çok fazla dikkate almadıkları görülmektedir. Örneğin, İngiltere’de 500 işletme üzerinde yapılan bir araştırmada 10 yönetim kurulundan 4’ünde sosyal ve çevreye ait konuların tartışıldığı, üçte birinin çevre alanında bir kurul üyesine, beşte birinin ise sosyal konularla ilgili bir yönetim kurulu üyesine sahip olduğu ortaya konulmuştur⁵⁸.

Kurumsal yönetimin temel amacı, işletme yönetimlerinin pay sahipleri ve hak sahiplerinin beklentilerini karşılayacak tarzda faaliyet göstermelerinin sağlanmasıdır. Kurumsal yönetim, kurumların yönetimine ve kontrollerine yönelik sistemleri kapsayan bir üst yapıdır. Buna göre kurumsal yönetim kavramı, işletme idarecilerinin işletmenin pay sahiplerine olan sorumluluklarının belirlenmesi ve denetlenmesi için ortaya çıkmıştır. Ülkemizde kurumsal yönetimin üs yapısını Sermaye Piyasası Kurulu kararları, Ticaret Kanunu ve Menkul Kıymetler Borsası oluşturmaktadır.

Kuramsal yönetimin teorik dayanağını oluşturan “sosyal paydaş” teorisine göre işletmeler sadece kısa dönemde karlılık amacıyla hareket etmemeli, sürdürülebilir büyümeyi hedeflemelidir. Bu çerçevede işletmelerin sadece yatırımcılarına karşı değil, tüm paydaşlarına karşı sorumluluk duygusu içinde hareket etmesi gerektiği ifade edilmektedir.

Kurumsal yönetim, işletmeler için giderek yatırım kararları üzerinde belirle-

58 UN, s. 8-9.

yici olan performans göstergelerinden biri haline gelmiştir. Yatırımcılar kararlarını artık işletmelerin ekonomik performansının yanı sıra sürekli yüksek bir işletme performansının sağlanabilmesi için gerekli olan kurumsal yönetim yapısına bakarak vermektedirler. İşletmelerin yönetim yapısının ve yönetiminin bilinmesi, performans sonuçlarının şeffaf olduğu kadar gerçekçi de olması yatırımcı kararlarını etkilemektedir. Kısacası, yatırımcılar şeffaf ve hesap verebilir kurumsal yönetim yapısına sahip kurumları tercih etmektedir. ABD'deki Enron ve World.com, İtalya'daki Parmalat vakaları kurumsal yönetimin önemini artırmıştır.

Günümüz dünyasında işletmeler, özellikle yabancı yatırımcıları çekebilmek için yönetim yapılarını kurumsal yönetim ilkeleri çerçevesinde gözden geçirmek durumundadır. Nitekim, Dünya Bankası raporunda, yabancı yatırım ve kurumsal yönetim uygulamaları arasında pozitif bir korelasyon bulunduğu belirtilmiştir.

Ülkemizde ise kurumsal yönetim kavramının yeni yeni gündeme geldiği ve uluslararası alandaki bu gelişmelerin ülkemizdeki kurumsal yönetim uygulamalarına doğrudan bir etki yapmadığı görülmektedir. Bunda etkili olan unsur, işletmelerin mülkiyet sahipliğinin niteliğidir. Ülkemizdeki işletmelerin büyük çoğunluğu aile ve büyük grup işletmesidir. İşletmelerin yönetim kurullarındaki hissedarların çoğunluğu aile üyelerinden oluşmaktadır. İşletmelerin halka açık olan kısımları oldukça azdır. Türkiye'deki bankalar ise aile ve büyük grup işletmeleri ile iç içedir. Bu nedenle, ülkemizdeki büyük işletmelerin finansman ihtiyacını karşılayabilmek gibi bir sorunları sınırlı olduğu için kurumsal yönetim uygulamalarına yönelme ihtiyacı duymamaktadırlar⁵⁹.

Bununla birlikte, kurumsal yönetim ilkelerinin hayata geçirilmemiş olmasının meydana getirdiği bir takım sorunlar ortaya çıkmıştır. Bankacılık sektöründe yaşanan krizler ve AIG-Galatasaray, Türk Tuborg ve Yaşar Holding gibi azınlık pay sahipleri haklarının çiğnenmesi vakaları olmuştur.

Diğer taraftan, kurumsal yönetim, kurumsal sosyal sorumluluğu destekleyici bir işlev görebilecektir. Öyle ki, kurumsal yönetim yapısını uygulamaya geçirmek isteyen işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirmek

59 C. Göcenoglu ve K. Zeynep Girgin, (2006), "Kurumsal Yönetişimin Türkiye'deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Olan Etkileri", **IV. Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi**, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, s. 6-10. (Çevrimiçi: 11.10.2006): <http://www.gocenoglu.net/>

durumunda kalacaklardır. Sermaye Piyasası Kurulu “Kurumsal Yönetim İlkeleri” arasında “şirket sosyal sorumluluklarına karşı duyarlı olur, çevreye, tüketiciye, kamu sağlığına ilişkin düzenlemeler ile etik kurallara uyar ve bu konulardaki politikalarını kamuoyuna açıklar” maddesi yer almaktadır. Yine “Kurumsal Yönetim Uyum Raporunun” 17. maddesinde “çevreye, bulunulan bölgeye ve genel olarak kamuoyuna yönelik faaliyetler (desteklenen / öncülük edilen sosyal çalışmalar, bölge insanlarına yönelik sosyal çalışmalar v.b) hakkında bilgiler açıklanacaktır” denmektedir.

Öte yandan, uluslararası finansman kaynaklarını çekmek isteyen Türk işletmeleri, kurumsal yönetim ve dolayısıyla kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelmek durumunda kalacaktır. Sonuçta, gerek kurumsal yönetim ve gerekse kurumsal sosyal sorumluluk işletmeler için yeni bir gelişim stratejisinin uygulanması için gerekli araçlar olarak nitelendirilmektedir. Küresel rekabet ortamında rekabet güçlerini artırmak isteyen işletmeler kurumsal yönetim ilkelerinden hareketle kurumsal sosyal sorumluluk alanında faaliyetlerde bulunmayı gerekli görecektirler⁶⁰.

c. Dini ve Kültürel Özellikler

Diğer faktör ise toplumların dini ve kültürel özellikleridir. Öncelikle yapılan bazı çalışmalara göre dinin kurumsal sosyal sorumluluğa etkisinin oldukça sınırlı olduğu söylenebilir. Öyle ki, İngiliz ve Türk yöneticilerin etik davranışlarını Protestan iş ahlâkı değerlerine göre inceleyen bir çalışmada, her iki grup arasında farklılık olmadığı ortaya konulmuştur. Oysa, ayrı dini altyapıya sahip yöneticiler arasında farklılık olacağı öngörülmüştü. Yine diğer bir çalışmada, İngiltere ve Avustralya gibi Batı toplumları ile İslam Ülkelerinin ticari değerleri arasında fark olmadığı ileri sürülmüştür. Buna göre kurumsal sosyal sorumluluk üzerinde dinin çok büyük etkisi olmadığı söylenebilir.

Öte yandan, bazı araştırmacılar tarafından kültürel özellikler ile kurumsal sosyal sorumluluk arasında korelasyon bulunduğu belirtilmektedir. Gerçekten, kurumsal sosyal sorumluluğun güçlü olduğu İngiltere, Almanya ve Hollanda gibi ülkelerde, kültürel özelliklerin belirleyici etken olduğu ileri sürülmektedir.

60 Göcenoğlu ve Girgin, s. 11-12.

d. Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil toplum kuruluşları ile işletmeler arasındaki ilişki de kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki iç faktörlerden biri olarak düşünülebilir. Öyle ki, bu kuruluşlar işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri üzerinde çok etkili olabilirler. Nitekim, Brent Spar davasında Shell ve Greenpeace arasındaki ilişki bu durumu ortaya koymaktadır. Türkiye’de ise 80 binin üzerinde sivil toplum kuruluşu faaliyette bulunmaktadır. Ancak, ülkemizde sivil toplum ve bu alanla ilgili literatür yavaş bir gelişme göstermektedir. Ülkemizde sık aralıklarla gündeme gelen askeri müdahaleler güçlü bir sivil toplum anlayışının gelişimini kesintiye uğratmış ve bundan dolayı özellikle 1980 sonrasında sivil toplum örgütlerinin çoğu toplumun gelişmesini sağlama rolü yerine hala bir sosyal klüp gibi faaliyet göstermekten öteye geçememişlerdir.

İşletmelerle sivil toplum kuruluşları arasındaki ilişki hayırsever faaliyetler merkezlidir. Sivil toplum kuruluşları genelde işletmeler tarafından kurulmaktadır. Bu durum, Türkiye’deki bazı sivil toplum kuruluşlarının işletmelerin sosyal haklar ve çevreye yönelik olumsuz etkilerini denetlemeye ve önlemeye yönelik girişimlerde bulunmasını güçleştirmektedir. Diğer taraftan, sivil toplum örgütlerinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının gelişimine katkıda bulunduğu, çok sayıda proje olduğu bilinmektedir.

Uluslararası düzeyde de sivil toplum kuruluşları kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişimine katkı sağlamaktadır. Uluslararası sivil toplum kuruluşlarının çokuluslu işletmeler üzerindeki baskısı, kurumsal sosyal sorumluluğu biçimlendiren en önemli faktördür. Örneğin, Greenpeace’in Bergama’da yerel halkı Eurogold şirketine karşı desteklemesi ve Amnesty International’in Baku–Tiflis–Ceyhan boru hattı hakkındaki raporu ve rapor sonrasında BP’yi insan haklarının istismarı ve çevreye verdiği zararlar konusunda önlem almaya zorlaması, sivil toplum kuruluşlarının etkinliklerine bir örnek olarak verilebilir.

Sivil toplum kuruluşları ve bu kuruluşların kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişimindeki önem ve rolleri çalışmanın son bölümünde ayrıntılı olarak incelenecektir.

e. Yasal Düzenlemeler

İşletmelerin sosyal sorumluluk davranışı üzerinde devletin koymuş olduğu kurallar büyük bir öneme sahiptir⁶¹. Türkiye’de ise devletin bu bakımdan yeterli katkıyı sağladığı söylenemez. Nitekim, kurumsal sosyal sorumluluk tanım ve terimi yasal dokümanlarda yer almamaktadır. Sosyal sorumluluk tanımı sadece Devlet Denetleme Yönetmeliğinin 2. bölümü, madde 5’te yer almaktadır. Bu maddede sosyal sorumluluk, şeffaflık, güvenilirlik, tarafsızlık ve dürüstlük prensip ve pratiklerini uygulayarak halkın haklarının korunması olarak tanımlanmaktadır.

Yasa ve düzenlemelerde kurumsal sosyal sorumluluk tanım olarak yer almakla birlikte, konsept olarak mevcuttur. Kurumsal sosyal sorumluluk konsepti tüketici hakları, çalışan hakları ve çevre hakları ile ilgili düzenlemelerde yer almaktadır. Örneğin, Anayasa’nın 172. maddesinde teminat altına alınan tüketici hakları ile ilgili Tüketiciyi Koruma Kanunu fiyat etiketi ve etik reklam düzenlemelerini içermektedir⁶². Yine iş yasasında engellilere, hükümlülere ve terör mağdurlarına karşı ayrımcılık yapılmasının yasaklanması, çocuk emeği, işçi sağlığı ve iş güvenliği ile ilgili düzenlemeler vardır. Ancak, yasal düzenlemelerin varlığı tek başına yeterli olmayıp, devletlerin sorumlu davranışı gözlemleyici ve denetleyici kapasitesi ile gerektiğinde yasaların uygulanmasını sağlamaya yönelik girişim ve kararlığının da oldukça önemli olduğu hatırdan çıkarılmamalıdır.⁶³

Sonuçta, Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluğu biçimlendiren iç dinamikler ele alındığında, bu faktörlerin etkinliğinin, hayırseverlik niteliği dışında, genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk pratiklerini hayata geçirmede ve güçlü bir kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı oluşturmada yetersiz olduğu ileri sürülebilir.

2. Dış Faktörler

Dış faktörlerin başında uluslararası hukuksal düzenlemeler gelmektedir. Bun-

61 Campbell, s. 11–16.

62 Göcenoglu, s. 33.

63 J. L. Campbell, (2006), “Why would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility”, December, s. 11–16.
<http://www.dartmouth.edu/~socy/pdfs/Why%20Would%20Corporations%20Behave%20Badly.pdf>. (Çevrimiçi: 10.10.2006)

lar kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili ülkemizin imzaladığı sözleşme ve anlaşmalardır. Bu anlaşma ve sözleşmeler, uluslararası standart ve düzenlemeleri ülkemize getirmektedir. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, Çocuk Hakları Sözleşmesi, OECD Çokuluslu İşletmeler Yönetmelikleri ve ILO'nun Eşit İşe Eşit Ücret Sözleşmesi, Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi, Örgütlenme ve Toplu Pazarlık Hakkı Sözleşmesi gibi uluslararası hukuksal düzenlemeler işletmelerin topluma karşı sorumluluk anlayışı çerçevesinde hareket etmesi ile ilgili kuralları ortaya koyan önemli düzenlemelerdir. Bu bağlamda insan hakları konularına titizlikle uyulması ve sözleşmelerin imzalanması Türkiye ve ülkemiz işletmelerine kurumsal sosyal sorumluluk politikalarının belirlenmesi ve uygulanmasında önemli bir kaynak olacaktır.

Ancak, uluslararası hukuksal çerçevenin, genel olarak ve kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirmeyen işletmelere yönelik yaptırım gücünün sınırlılığı, zorlayıcı olamaması, uluslararası düzenlemelerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının ülkemizdeki gelişimine çok büyük katkı yapamamasına yol açmaktadır. Nitekim, bu çerçevede belirtilmesi gereken diğer bir husus Türk devletinin kurumsal sosyal sorumluluk alanında uluslararası standartları yakalama arzusunun ülkemiz işletmeleri tarafından yeterince paylaşılmamakta oluşudur. BM'nin Küresel İlkeler Sözleşmesine ve SA 8000 standardına gösterilen ilgi artmakla birlikte yetersizdir. Bu bize ülkemizdeki özel sektörün, temel işletme politikaları içinde kurumsal sosyal sorumluluk konularını uygulamak için faydalı olabilecek farklı araçlara uyum sağlayamadığını göstermektedir.

Buna karşılık Türk özel sektörü, yabancı partnerleri ile ilişkilerinde uluslararası sosyal sorumluluk standartlarına uyumun önemini farkındadır. Avrupa'daki Türk işletmelerini ve Türkiye'nin AB'ye üyeliğini ilerletme amacıyla olan yeni bir raporda kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal vakıflara, kültürel aktivitelere ve spora yapılan sponsorluk örnekleri verilerek nitelendirilmektedir. Raporda kurumsal sosyal sorumluluk; işletmelerin temel faaliyetleri arasında ifade edilmektedir. Ayrıca, kurumsal sosyal sorumluluğun işletmelerin özelliklerinden biri olarak tanımlanmış bulunması oldukça önemlidir. Bu durum, Türkiye'de işletmelerin toplumla ve çevre ile ilgili işlemlerinde dış baskıdan korunmak ve hatta topluma ve çevreye pozitif katkı sağlayan kurumlar olarak görülmek istediklerini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle işletmelerin, sosyal sorumluluğu, özellikle yabancı partnerleriyle olan ilişkilerinde önemli bir araç olarak gördükleri söylenebilir.

Ayrıca, çokuluslu işletmeler ve uluslararası kuruluşlar, kurumsal sosyal sorumluluk gündeminin Türkiye’de gelişimine katkı sağlamaktadırlar. Örneğin, Uluslararası İş Liderleri Forumu ile ILO, çalışma standartlarının geliştirilmesi amacıyla hazır giyim üreticileri için İstanbul’da, İstanbul Hazır Giyim Üreticileri Odası salonunda seminer düzenlemiştir. Bu toplantı Türkiye’den hazır giyim elbiseleri satın alan çokuluslu işletmenin artan baskısı ve sektördeki yerel üreticilerin çalışma standartlarının geliştirilmesi amacıyla yapılmıştır⁶⁴. Bu olay kurumsal sosyal sorumluluk pratiklerinin Türk şirketlerinde uygulanmasında dış çevrenin etkisinin anlaşılmasına bir örnektir.

Diğer bir dış etken ise ülkeye gelen doğrudan yabancı sermaye yatırımlarıdır. Yabancı sermaye yatırımlarının önemli bir kısmı “Sosyal Sorumluluk Yatırım Fonları” niteliğindedir. Örneğin, ABD’de 7 trilyonluk yatırımın 700 milyar doları bu fonlara akmaktadır. Yani, ABD’de yatırımcıların % 10’luk kesimi yatırım yapacakları işletmelerin sosyal sorumluluklara uygun faaliyet gösteren işletmeler olmasını tercih etmektedir. Bu yatırımcılar, fonları aracılığıyla tütün, silah v.b ürünleri üreten işletmeleri yatırım yapmayarak cezalandırmakta, insan ve çalışan haklarına, çevre ve topluma duyarlı işletmeleri ise ödüllendirmektedir⁶⁵.

Yine, ülkemizde faaliyet gösteren çokuluslu işletmeler benzer bir etki yapmaktadır. Çünkü, çokuluslu işletmeler kendi ülkelerindeki standartlara uymak zorunda olduklarından buldukları ülkelerin yasalarına ve yerel uygulamalara uyma eğilimindedir. Gerçekten çokuluslu işletmeler ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluğun geliştirilmesindeki temel aktörlerdendir. Bunların içinde dikkat çekici olanlardan biri, BP’nin Bakü–Ceyhan Boru Hattı Projesinde sosyal ve çevresel etkileri analiz etmesi ve şirketin kurumsal sosyal politikalarının bu Projede yer alan BOTAŞ’ın yaklaşımı üzerinde derin bir etki yapmasıdır. Uluslararası İş Liderleri Forumu, çeşitli faaliyetlerinde TESEV, UNDP, British Council ve Türkiye’de faaliyet gösteren İngiliz şirketleriyle işbirliği yapmıştır. Uluslararası İş Liderleri Forumu, TESEV’le işbirliği içinde kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili seminerler, konuşmalar, çalıştay ve konferanslardan oluşan bir dizi etkinlik gerçekleştirmiştir.

Türk işletmelerinin uluslararası standartlar ve yabancı yatırımcıların durumuna uyma performansının, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı

64 Göcenoğlu, s. 33–36; Ayrıca Bakınız, Göcenoğlu ve Girgin, s. 3–7.

65 Aydemir, s. 106–107.

üzerinde çok az etkiye sahip olduğu, buna karşılık Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluğu geliştirmede uluslararası organizasyonlar ve uluslararası düzenlemelerin oldukça önemli bir etki yaptığı sonucuna ulaşılmaktadır. Sonuç olarak, Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının gelişiminde dış faktörlerin iç faktörlere göre daha etkin olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu iç faktörlerin bütünüyle yetersiz olduğu anlamına gelmemektedir. İç faktörlerin işletmeleri belirlenmiş biçimde harekete geçirmede güçlü bir motivasyon unsuru olmadığını göstermektedir.

SONUÇ

Kısaca işletmelerin çevre, toplum ve etkileşim içinde bulunduğu tüm paydaşlarını dikkate alarak üretim ve faaliyetlerini yerine getirmesi anlamına gelen kurumsal sosyal sorumluluk konsept ve kavramı üzerindeki tartışmalar halen sürmekte ve literatürde çok çeşitli tanımlara rastlanmaktadır. Üstelik, kurumsal sosyal sorumluluk farklı menfaat gruplarınca farklı algılanabilmektedir. Bununla birlikte kurumsal sosyal sorumluluğun, hızla hem gelişmiş ve gelişmemiş ve hem de gelişmekte olan ülke işletmelerinin ticari stratejilerinin bir parçası haline geldiği de bir gerçektir.

Bu bağlamda işletmelerin sadece çevrenin korunmasına yönelik önlemleri olarak üretimde bulunması veya bazı toplumsal hizmetleri yerine getirmekte oluşları yeterli değildir. İşletmeler, etkileşim içinde buldukları tüm paydaşlara, taraflara karşı sorumludurlar. Bu noktada belirleyici unsur, işletme karar ve faaliyetlerinde ekonomik fayda ile sosyal faydanın bütünleştirilebilmesidir. Diğer bir ifadeyle ülkemizde algılandığı ve uygulandığı biçimiyle bir ticari stratejiden bağımsız olarak hayırsever bağışlarda bulunulması veya sivil toplum kuruluşlarına sponsor olunması biçiminde ortaya çıkan uygulamaların kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında değerlendirilmesi oldukça güçtür. Nitekim sadece eğitim, sağlık, sosyal hizmetler vb. alanlarda bir işletmenin hayırsever faaliyetlerde bulunması, üretim ve hizmetlerin sunumunda çevrenin korunmasına ilişkin önlemler almış olması, bu işletmenin kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirdiğini göstermez. Sosyal sorumluluklarına duyarlı bir işletme kurum içi paydaşları olan çalışanları ile kurum dışı paydaşları olan müşteriler, tedarikçiler, çevre, toplum ve hükümetle ilişkilerinde de sorumluluk içinde hareket etmelidir.

Türkiye’de işletmelerin sosyal sorumluluğu incelendiğinde, öncelikle kurumsal sosyal sorumluluk konseptinin Türkiye’de var olduğu belirtilmelidir. Ülke işletmelerinin özellikle hayırsever faaliyetler ve toplumsal projelere katılım ölçeğinde değerlendirildiğinde bu kavrama çok yabancı olmadıkları anlaşılmaktadır. Çünkü, İslam dünyasının ilk sivil toplum kuruluşu unsuru olan vakıflar ile mesleki bir örgütlenme biçimi olan ahilik / lonca teşkilatı Osmanlı Devleti döneminde toplumda sosyal açıdan sorumlu davranışların geliştirilmesine yönelik önemli bir miras devretmişlerdir. Yine, dini ve kültürel nedenlerle ülkemizde hayırseverliğin köklü ve uzun bir geçmişe sahip olduğu belirtilmelidir. Buna karşılık, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluğun

çok yavaş gelişmekte olduğu da bir gerçektir. Ayrıca, şletmeler düzeyinde kurumsal sosyal sorumluluğun gelişmesinde etkili olabilecek dış faktörlere ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü, çeşitli araştırmalarda ÷lke şletmelerinin teorik olarak iyi kurumsal vatandaşlık niteliklerine sahip olduklarını gösteren bulgulara ulaşılmakla birlikte, uygulamada bu anlayışın tam olarak hayata geçirilemediği gör÷lmektedir. Öyle ki, ÷lkemiz şletmelerinin teorik olarak kurumsal sosyal sorumluluk politika ve stratejilerini benimsemekle birlikte bu stratejileri hayata geçirecek faaliyetleri yerine getirmedikleri anlaşılmaktadır. şletmelerimiz çoğunlukla sosyal ve kültürel faaliyetlere sponsor olmakta ve genellikle eğitim, sağlık ve çevre alanındaki projelere katılım ile yetinmektedirler. ÷lkemizde kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı hükümetin veya tüketicilerin baskısıyla kurumsallaşmış bir olgu da değildir. Öyle ki, kurumsal sosyal sorumluluğa çeşitli yasalarda yer verilmesine karşılık, kamu organları tarafından kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının çerçevesi bugüne kadar saptanmamıştır.

÷lkemizdeki şletmelerin sosyal sorumluluk alanındaki uluslararası kodları benimseme eğilimlerinin düşük olduğu gör÷lmektedir. Yapılan bir araştırmada, kurumsal sosyal sorumluluğun Türk şletmeleri tarafından bir halkla ilişkiler konusu olarak değerlendirildiği ve şletmelerimizin yarısının konuya bir plan dahilinde değil tepkisel yaklaştığı, buna karşılık üçte birlik kısmının ise kurumsal sosyal sorumluluğu stratejik bir konu olarak gördükleri ortaya konulmuştur.

Buna göre Türkiye'deki şletmelerde henüz kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının yeterince gelişmediği ve özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluğu sadece toplumsal faaliyetler ve sosyal içerikli projelere sponsorluk yapmak olarak gördüğu söylenebilir. Kurumsal sosyal sorumluluk, bir şletme politikası haline gelememiş ve şletmelerin hayırseverlik temelli yaklaştığı bir konu olarak kalmıştır.

KAYNAKLAR

Ağaoğlu, S. ve S. Hüdaioğlu (1938), **Türkiye’de İş Hukuku, İş Hukuku Tarihi Cilt I.**

Ararat, M. ve C.Göçenoğlu (2006) “Drivers for Sustainable Corporate Responsibility Case of Turkey”, http://www.csr-weltweit.de/uploads/tx_jpdnloads/CSRTurkeyMDF5.pdf (Çevrimiçi: 11.10.2006).

Aydemir, M. (2007), “İşletmelerin İşgörenlerine Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı”, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, (Editör: Coşkun Can Aktan), İGİAD, No 4, İstanbul.

BT, (2004), **Social and Environmental Report, Suppliers**, <http://www.btplc.co.uk/Societyandenvironment/PDF/2004/SocialandEnvironmentalreport2004.pdf>. (Çevrimiçi:10.10.2006)

Campbell, J. L., (2005), “**Why would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility**”, <http://www.dartmouth.edu/~socy/pdfs/Why%20Would%20Corporations%20Behave%20Badly.pdf>. (Çevrimiçi:10.10.2006)

Carroll, Archie B., (1991), “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder”, **Business Horizon**, Vol. 34, No. 4, July–August 1991.

Chandler, G., (2003), “The Evolution of the Business and Human Rights Debate”, **Business and Human Rights**, Edited: Rory Sullivan, London, Greenleaf Publishing.

Çizakça, M., (2003), “Sivil Toplum Kuruluşları – İslam Dünyası ve Demokrasi”, **Sivil Toplum Dergisi**, Yıl. 1, Sayı 1, Ocak–Şubat–Mart

Çolak, E., “Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Raporlanması”, **Kalkınma İçin Sosyal Sorumluluk Forumu**, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, 04.11.2006, s. 9. (Çevrimiçi): www.kssd.org.

DİE, (2005), **Türkiye İstatistik Yıllığı**, Ankara, DİE Yay., No. 2945, 2005.

EC, (2001), **Green Paper: Promoting European Framework for Corporate Social Responsibility**, Employment & Social Affairs, July 2001.

Erden, O. (2004), “Ahilik Kültürünün Endüstriyel Kalite Kontrolüne Yansımaları”, **I. Ahi Evran–ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu**, Kırşehir.

Ersöz, H. Y., S. Özdemir ve H. İ. Sarıoğlu, (2006), **İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi**, İstanbul, İTO, Yayın No 2006-45.

Friedman, M., (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", **The New York Times Magazine**, September 13.

Galaskiewicz, J., (1991), "Making Corporate Actors Accountable: Institution-Building in Minneapolis-St. Paul.", **The New Institutionalism in Organizational Analysis**, (ed). Walter W. Powell and Paul J. DiMaggio, Chicago, University of Chicago Press.

Göçenoğlu, C. ve Girgin, K. Zeynep, "Kurumsal Yönetişimin Türkiye'deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Olan Etkileri", **IV. Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi**, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, (Çevrimiçi):<http://www.gocenoglu.net/>.

Göçenoğlu, Hikmet Ceyhun, (2004), **The Effects of Multinational Companies on Corporate Social Responsibility Practices in Turkey**. (Çevrimiçi):<http://www.csrturkey.org/ingilizceyayinlar.htm>

Hasan Ejder Temiz, (2004), **Küreselleşmenin Sosyal Boyutları ve Türkiye Açısından Etkileri**, Ankara, Genel-İş Matbaası. <Http://www.osd.org/kaynaklar/osdarastirma.2003.doc>. 12.12.2006.

ILO, (2006), **Global Employment Trends**, Geneva, ILO Pub., 2006.

ILO, (2007), **Global Employment Trends**, Geneva, ILO Pub., 2007.

Industry Canada, (2006), **Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Canadian Business**, Ottawa.

Jenkins, Rhys, (2005), Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty, **International Affairs**, 81, 3.

Justice, Dwight W., (2003), "Corporate Social Responsibility, Challenges and Oppurtinitues for Trade Unionist", ILO, **Labour Education Online**, Corporate Social Responsibility: Myth or Reality? No. 130.

KSSD, "Küresel İlkeler Sözleşmesi", <http://www.kssd.org/isbirlikleri.html>. (Çevrimiçi):

OECD, (2001), **Corporate Social Responsibility: Partners for Progress**, OECD.

Öksüz, Enis, (1993), "Ahilik Müessesesinin Sosyal Gelişmedeki Yeri ve Önemi", **Sosyoloji Konferansları**, 24. Kitap, İÜİF Yayını, İstanbul, 1993.

- Pirler, Bülent, (2005), “İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu”, **İşveren Dergisi**, TİSK, Temmuz 2005.
- Sullivan Rory, (2003), “Introduction”, **Business and Human Rights**, Edited: Rory Sullivan, London, Greenleaf Publishing.
- Şen, Murat, (2002), “Osmanlı Devleti’nde Sosyal Güvenlik: Ahi Birlikleri, Loncalar ve Vakıflar”, **Çimento İşveren**, Cilt. 16, Sayı 6, Kasım, s. 30.
- Turan, Kamil, (1996), **İş Hukukunun Genel Esasları**, Kamu-İş Yayını, Ankara.
- TÜİK, (2007), **Hanehalkı İşgücü Anketi, Haber Bülteni**, Sayı: 6.
- TÜSEV, (2006), **Sivil Toplum ve Hayırseverlik Araştırmaları 2004–2006**, TÜSEV, İstanbul.
- TÜSEV, (2006), **Türkiye’de Sivil Toplum: Bir Değişim Süreci**, TÜSEV, Yayın No: 39, Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu.
- UN, (2004), **Disclosure of the Impact of Corporations on Society: Current Trends and Issues**, UNCTAD, UNCTAD/ITE/TEB/2003/7, United Nations Conference on Trade and Development, New York–Geneva.
- Werther, W.B. ve D. Chandler, (2006), **Strategic Corporate Social Responsibility**, California, Sage Publications.
- World Economic Forum, (2005), **Partnering For Success**, January.
- Yeldan, Erinç, (2002), “İstikrar, Kim İçin: Kriz İdaresi Üzerine Değerlendirmeler”, **Birikim Dergisi**, Kasım, <http://www.bilkent.edu.tr/~yeldane/>
- Yülek, Murat, (2006), “Küresel Bakış”, **Dünya Gazetesi**, 22 Mart 2006.

6. ÇOKULUSLU ŞİRKET DAVRANIŞ KODLARI: ANALİZ VE DEĞERLENDİRME

Zeki Parlak *

GİRİŞ

Çokuluslu şirketler birden çok ülkede faaliyet gösteren ve yabancı bir ülkede işleme/işletmelere sahip olan firmalardır. Varlıkları, kapitalizm kadar eskidir. Ancak, bu şirketlerin gelişimi esasen 20. Yüzyılda gerçekleşmiştir. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrası dönemde hızla gelişen ve büyüyen bu şirketler, dünya ekonomisinin baskın aktörleri ve motor gücü haline gelmiştir. Dünyada mal ve hizmet üretiminin, ticaretinin büyük bir kısmını kontrol eden bu şirketlerden bazılarının yıllık satış gelirleri, pek çok devletin GSMH'sından daha yüksektir. Böylesi bir güç bunlara, dünya nüfusunun önemli bir kısmının yaşamını derinden etkileme imkânı vermektedir. Yasal, ahlâki, etik ve sosyal sorumluluklarını göz ardı ederek bu gücü kullanmaları durumunda ise ulus devletlerin, ekonomik ve politik yapılarını altüst etmeleri mümkündür. Bu nedenle çokuluslu şirketlerin etik kurallara ve sosyal sorumluluk ilkelerine uygun davranması ile davranışlarının denetlenmesi büyük önem arz etmektedir.

Çokuluslu şirketlerin davranışlarını ve sosyal sorumluluklarını düzenleyen kurallara “çokuluslu şirket davranış kodu” veya “etik kodlar” denilmektedir. Çokuluslu şirketleri düzenlenmeye (regulation) yönelik girişimler, farklı dönemler de yabancı yatırımlarla çokuluslu şirketlere yönelik ekonomik ve politik iklime bağlı olarak inişli, çıkışlı bir seyir takip etmektedir. Çokuluslu şirketlerin davranışlarının düzenlenmesi, ilk kez II. Dünya Savaşı sonrasında Havana Şartı ile gündeme gelmiştir. Ancak, ABD tarafından imzalanmaması nedeniyle Havana Şartı ölü doğmuştur. Bunun üzerine, çokuluslu şirketlerin dizginlenmesi isteyen ev-sahibi gelişen ülkeler bu mücadelelerini BM bünyesinde sürdürmüştür.

1970'ler bu açıdan bir dönüm noktası özelliği taşımaktadır. Bu dönemde bazı çokuluslu şirketlerin, gelişen ülkelerde darbe yaptırmak da dâhil olmak üzere çok sayıda skandala karışması, bu şirketlerin faaliyetlerinin davranış kodları ile düzenlenmesini ilk kez gündeme getirmiştir. Gelişen ülkeler BM bü-

* Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İİBF, Öğretim Üyesi.

yesinde çokuluslu şirketlerin faaliyetlerini düzenlemeye yönelik başlattığı girişim, bu yöndeki arayışların bir sonucu olmuştur. Bu girişimin bağlayıcı mı yoksa gönüllü mü olacağı gelişmiş ve gelişen ülkelerin üzerinde anlaşma sağlayamadığı bir husustur. Bu konu, 1970'lerde davranış kodları ile ilgili tartışmaların da ana eksenini oluşturmaktadır.

1980'lerde neo-liberal politikaların uygulamaya konulması ve küreselleşme süreci, çokuluslu şirketlere yönelik olumlu atmosferi beraberinde getirmiştir. Bu kez gelişen ülkeler çokuluslu şirketlerin yatırımlarını çekmek için kıyasıya bir rekabete girmesi bu dönemin belirgin özelliğidir. Bu nedenle BM bünyesinde davranış kodlarına yönelik yaklaşım da değişmiş ve bu dönem davranış kodları açısından oldukça durgun geçmiştir.

Neo-liberal politikaların ve küreselleşmenin derinleştiği 1990'larda ise davranış kodlarına yönelik tartışmalar, farklı bir eksene kaymıştır. Bu dönemde uluslararası kamusal kodlara yönelik girişimler terk edilirken gönüllük esasına dayalı uygulamayı veya öz-düzenlemeyi öngören davranış kodları ön plana çıkmıştır. Küreselleşme sürecinde, çokuluslu şirketlerin faaliyetleri ve davranışlarının bağlayıcı ve katı yasalar yerine daha esnek ve tercih imkânı veren öz-düzenlemeye dayalı davranış kodları ile düzenlenmesi gerektiği ileri sürülmüştür. Kamusal düzenlemeye karşı olan bu yaklaşım, çokuluslu şirketlerin bağlayıcı olmayan düzenlemeler vasıtasıyla daha fazla sosyal ve çevresel sorumluluk üstleneceğini varsayımını esas almıştır. 1980'lerin sonlarında sivil toplum kuruluşları ile tüketici gruplarının çokuluslu şirketlerin deniz aşırı üretim faaliyetlerinde kötü çalışma ve çevre şartlarına karşı başlattıkları kampanyalar ve tüketici boykotları öz-düzenlemeye dayalı kodların süratle yaygınlaşmasında anahtar bir rol oynamıştır. 1990'lar öz-düzenlemeye dayalı davranış kodlarının, özellikle ABD şirketleri arasında, hızla yayıldığı bir dönemdir. Çok sayıda şirket ya kendi davranış kodlarını geliştirmiş ya da başka kurumların geliştirdiği davranış kodunu benimseme yoluna gitmiştir. Dolayısıyla öz-düzenlemeye dayalı davranış kodlarının, yeni yüzyılın baskın yönetim modeli olacağı ve tartışmaların ağırlıklı olarak bu çerçevede şekilleneceği yeni bir döneme girilmiş bulunmaktadır.

Dört bölümden oluşan bu çalışmanın amacı, çokuluslu şirketlere yönelik farklı davranış kodlarını detaylı olarak inceleyerek eleştirel bir değerlendirme yapmaktır. Bu çalışmada, mevcut çokuluslu şirket davranış kodlarının tamamının bağlayıcı olmayan uygulama öngördüğüne, bunları uygulayan sek-

tör ve şirket sayısının çok az olduğuna ve uygulama ile kodların kendinden kaynaklanan ciddi sorunlar bulunduğuna dikkat çekilmektedir. Ayrıca çeyrek asırdır süren uygulamalara rağmen bağlayıcı olamayan çokuluslu şirket davranış kodlarının, bağlayıcı düzenleme gereğini ortandan kaldıracak kadar başarılı olmadığına, pek çok açıdan hala kamusal düzenlemenin gerekli olduğu ileri sürülmektedir.

I. ÇOKULUSLU ŞİRKETLERİN TANIMI ve DÜNYA EKONOMİSİNDEKİ YERLERİ

Çokuluslu şirketler, yabancı bir ülkede faaliyet gösteren başka işletme/işletmelere kısmen veya tamamen sahip olan firmalar olarak tanımlanmaktadır. Modern çokuluslu şirketlerin kökenleri 16. ve 17. yüzyıllarda merkantilist dönemde tüccarların kurduğu Doğu ve Batı Hindistan şirketlerine kadar gitmektedir. Bugünkü anlamda ilk çokuluslu şirketler, Sanayi Devrimi sonrası kıtalararası taşımacılık imkânlarının artmasına paralel olarak ticaretin serbestleşmesiyle 19. yüzyılın sonlarında kurulmuştur. 20. yüzyılın son çeyreğinde, özelleştirme, neo-liberal politikalar ile ulaşım ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerin etkisiyle çokuluslu şirketler, dünya mal ve hizmet ticaretinin büyük bir kısmını kontrol eder hale gelmiştir.

Çokuluslu şirketlerin dünya ekonomisi içindeki baskın konumlarını daha iyi anlamak için bu şirketlerle ilgili bazı verilere göz atmak yeterli olacaktır. Birleşmiş Milletler 2007 Dünya Yatırım Raporu'na göre, 2006'da dünyada toplam 78.000 çokuluslu şirket mevcuttur. Bu şirketlere bağlı olarak faaliyet gösteren şube/işletme sayısı da en az 780.000'dir. Bu şirketlerin 58.000'inin merkezi, gelişmiş ülkelerde, 20.000'ininki ise gelişen ülkelerdedir. 2006'da tüm dünyada toplam 73 milyon kişi bu şirketler tarafından istihdam edilmiştir.¹ Yedi trilyon dolar olan küresel ticaretin % 70'ini ve dünya gayri-safî hâsılasının %25'ini bu şirketler kontrol etmektedir².

Öte yandan, yabancı sermaye yatırımlarının ve stoklarının miktarı ile çokuluslu şirketlerin yıllık satışları ve karları da bunların dünya ekonomisinde ne kadar baskın olduklarını göstermektedir. Son çeyrek asırda doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının hızla artması dikkat çekmektedir. Yabancı sermaye

1 UNCTAD, *WIR 2007: Transnational Corporations, Extractive Industries and Development*, 2007, UN, Geneva, s. 10.

2 UNCTAD, "Multinational Corporations in the Least Developed Countries", 2002, s. 3. <http://www.globalpolicy.org/reform/2002/modelun.pdf>

yatırımları 1982’de 59 milyar dolardan 1990’da 209 milyar dolara ulaşmıştır. Takip eden yıllarda 7 kat artarak 2000’de 1.489.8 milyar dolara ulaşarak tarihsel bir rekor kırmıştır. Daha sonraki yıllarda büyük bir düşüş kaydetmiş, daha sonra tekrar yükselmeye başlamış ve 2005’de bu şirketlerin yatırımları 916 milyar dolara, 2006’da ise 1,306 milyar dolara ulaşmıştır. Ayrıca 1982’de 796 milyar dolar olan doğrudan yabancı sermaye yatırım stokları 18 yıl sonra 2000’de 5.083 milyar dolara ve 2006’da ise 11.945 milyar dolara çıkmıştır. 2010 yılına kadar yabancı sermaye stoklarınının 17.000 milyar doları aşacağı tahmin edilmektedir.

Diğer yandan, bu şirketlerin büyüklüklerinin daha iyi anlaşılması için bu şirketlerin yıllık hâsıllarını bazı ülkelerin GSMH’ları ile mukayese etmek yerinde olacaktır. Tablo 1’den de görüleceği gibi, en büyük 10 çokuluslu şirketin 2006’daki toplam hâsılları pek çok ülkenin GSMH’dan daha fazadır. Norveç’in 2006’da gerçekleştirdiği GSMH, Exxon Mobil şirketinin bu yıl içindeki toplam hâsıllasından 9 milyar dolar daha azdır. Wal-Mart ve Royal Dutch Shell’in 2006’da satış gelirleri Danimarka’nın GSMH’sından oldukça fazladır. 2006’da, 10. sıradaki Conoco Philips şirketinin toplam hâsıllası Malezya, Pakistan, Arjantin, Lüksemburg ve Kenya’dan çok daha fazladır. Ayrıca, Exxon Mobil’in toplam hâsıllası, Kenya ve Lüksemburg’un

Tablo 1. En Büyük 10 Çokuluslu Şirketin Toplam Hâsıllarının Seçilmiş Ülkelerin GSMH'sı ile Mukayesesi 2006 (USD Milyar)

Sıra	Ülke/Şirket	GSYİH /TH
	ABD	13,262.1
	İngiltere	2,357.6
1	Exxon Mobil	339.9
	Norveç	330.1
2	Wal-Mart	315.7
3	Royal Dutch Shell	306.7
	Danimarka	275.8
4	BP	267.6
	Güney Afrika	256.4
	İrlanda	219.3
5	General Motor	192.6
	Portekiz	191.2
6	Chevron	189.5
	Hong Kong	188.7
7	Daimler-Chrysler	186.1
8	Toyota Motor	185.8
9	Ford Motor	177.2
10	Conoco Philips	166.7
	Malezya	147.0
	Pakistan	129.0
	Arjantin	121.8
	Lüksemburg	39.2
	Kenya	23.6

Kaynak: John Sloman, *Economics and the Business Environment*, Pearson Education, 2007: s. 194.

GSMH'sının 10 katıdır. 2004 yılında en büyük 300 çokuluslu şirket, dünyanın üretken kaynaklarının % 25'ini kontrol etmekteydi³.

Bu veriler bile gerçekten çokuluslu şirketlerin dünya ekonomisinde nasıl bir güce sahip olduklarını göstermeye yeterlidir. Çokuluslu şirketlerin faaliyetleri

³ L, Young, IPE-Multinational Corporations 2005, s. 7. <http://www2.montana.edu/lmyoung/presentations/POLS400/presentations/IPE-Multinationals2005.ppt>, 07.07.08

dünya nüfusunun önemli bir kısmının yaşamını derinden etkilemektedir⁴. Sahip oldukları bu gücü yasal, ahlâki, etik ilkeleri ve sosyal sorumluklarını göz ardı ederek kullanmaları durumunda, bu şirketler ulus devletlerin ekonomilerini, sosyal ve politik yapılarını sarsabilmekte ve hatta altüst edebilmektedirler.⁵ Yirminci yüzyılın son çeyreğinde ekonomik küreselleşme, ulus devletler ile çokuluslu şirketler arasındaki güçler dengesini tamamen değiştirmiştir. Artık ulusal hükümetlerin çokuluslu şirketleri kontrol altında tutma ve denetleme kapasiteleri önemli ölçüde yok olmuştur.⁶ Çokuluslu şirketlerin haiz oldukları bu büyük ekonomik güç ve küresel düzeyde hareket kabiliyeti onlara kamu kontrolünden kaçma ve faaliyet gösterdikleri ülkelerde işçilere, zayıf topluluklara ve çevreye karşı işledikleri suçların hesabını vermekten kurtulma imkânı vermektedir.⁷ 1990’larda artan bu endişelere bağlı olarak çokuluslu şirket karşıtı eylemler kitlesel harekete dönüşmüş ve onları tekrar küresel gündemin ilk sıralarına taşımıştır. Çokuluslu şirketlere yönelik bu muhalefet ve nefret, bir yandan yatırım dostu ekonomik atmosferi tersine çevirirken diğer yandan da çokuluslu şirketlerin davranışlarını düzenlenmeye yönelik tartışmalarla birlikte girişimleri de bir kez daha gündeme getirmiştir.

II. ÇOKULUSLU ŞİRKET DAVRANIŞ KODLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Çokuluslu şirketlerin davranışlarını düzenleme girişimleri, toplum ve ticari organizasyonlar arasındaki ilişkiye bağlı olarak devam eden oldukça eski bir tartışmanın en son ifadesi ve devamı olarak görülmektedir. 19. yüzyılın sonunda modern şirketlerin yükselişinden beri bu tartışmalar devam etmektedir. Bu tartışmalar, şirketlerin güç ve etki alanlarını arttırdıkları, buna karşı toplumun bu şirketlerin artan gücünü yasal olarak düzenlemeye çalıştığı dönemlere bağlı olarak inişli çıkışlı bir seyir göstermektedir.⁸ Yabancı sermayeye ve çokuluslu şirketlere yönelik ekonomik ve politik atmosfere bağlı olarak çokuluslu şirketleri düzenlemeye yönelik davranış kodlarının gelişiminin üç farklı dönemde incelemek mümkündür.⁹ Şekil 1’den de görüleceği üzere, bunlar, (1945–1970) kontrol ve kolaylaştırma dönemi, (1970–1980) kontrol dönemi

4 M. K–Archibugi, (2004), “Transnational Corporations and Public Accountability”, *Government and Opposition*, Vol. 39, Number 2, s. 235.

5 D. C. Korten, (2001), *When Corporations Rule the World*, Second Edition, Bloomfield: Kumarian Press, s. 23.

6 Robert O. Keohane (2003), ‘Global Governance and Democratic Accountability’, in D. Held and M. Koenig–Archibugi (eds), *Taming Globalization: Frontiers of Governance*, Cambridge, Polity Press, s. 146.

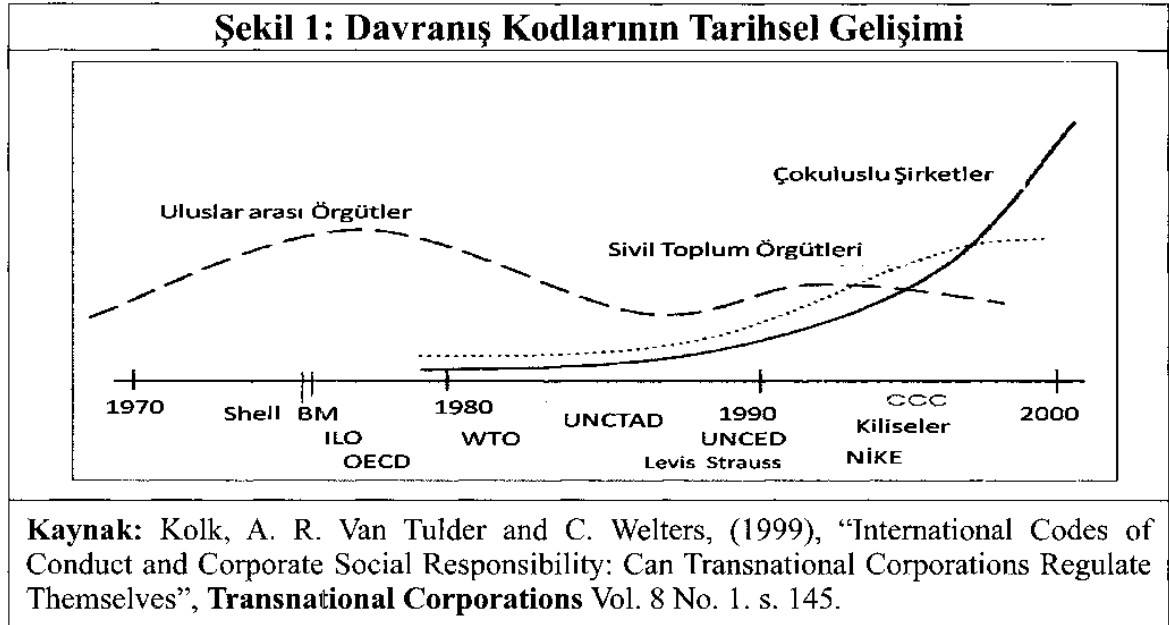
7 M. K–Archibugi, a.g.e., s. 235–7

8 Jenkins, R. (2005), Globalisation, Corporate Social Responsibility and Poverty, *International Affairs*, Vol. 81, No. 2. s. 536.

9 K, Sauvart ve V. Aranda (1994) ‘The International Legal Framework for Transnational Corporations’, in: A. Fatouros (ed.): *Transnational Corporations: Codes of Conduct*, London: Rutledge, s. 45.

ve 1980 sonrası çokuluslu şirketleri teşvik ve koruma dönemidir.

Çokuluslu şirketlerin davranışlarını düzenlemeye yönelik girişimler, çokuluslu şirket davranış kodları olarak isimlendirilmekte ve uluslar-üstü örgütler, meslek odaları, sivil toplum kuruluşları ve şirketlerin kendileri tarafından olmak üzere farklı düzeylerde gerçekleşmektedir.¹⁰ Bu kodlar bazen ev-sahibi ülkelerin menfaatlerini korumaya matuf çokuluslu şirketlerin davranışlarını düzenleme girişimi olarak, bazen de yabancı yatırımlara elverişli bir ekonomik ortam yaratmak için yapılan düzenlemeler şeklinde de karşımıza çıkmaktadır. Çokuluslu şirket davranış kodları, gönüllü ve bağlayıcı olmak üzere iki farklı uygulama biçimi öngörmektedir. Ancak pratikte bağlayıcı mı (kamusal), yoksa gönüllü mü (öz-düzenleme) olacağı 1960'ların sonlarından beri yoğun olarak tartışılmaktadır. Çokuluslu şirket davranış kodlarının geliştirilmesi ve uygulanmasına yönelik olarak gelişen ülkeler kamusal düzenlemele-ri, gelişmiş ülkeler öz-düzenlemeyi



tercih etmektedir. Ancak bu çabalar, esas olarak gelişmiş ülkelerin istediği yönde şekillenmiştir. Zira 1990'lardan sonra çokuluslu şirket davranış kodlarının nerdeyse tamamı öz-düzenleme öngörmektedir.

10 P. E. Tolentino, (1999), "Transnational Rules for Transnational Corporations", in ed, J. Micchie and J. G. Smith, *Global Instability: the Political Economy of World Economic Governance*, Florence KY, USA: Routledge, s. 183.

A. KONTROL ve KOLAYLAŞTIRMA DÖNEMİ (1945–1970)

II. Dünya Savaşı sonrası dönemde, yabancı yatırımların ve çokuluslu şirketlerin yaygınlaşması, bunlara yönelik uluslararası düzenleme yapılması gereğini ilk kez gündeme getirmiştir. Çokuluslu şirketlere yönelik ilk uluslararası düzenleme girişimi 1948’de Havana Şartı’nın hazırlanmasıdır. Havana Şartı, dünya ticaretini düzenlemek için Dünya Ticaret Örgütü kurulması ile birlikte yabancı yatırımların korunması ve çokuluslu şirketlerin ev–sahibi ülkelere karşı sorumlu ve saygılı davranmasını amaçlayan hükümler içermektedir. Ancak yatırımları alan gelişen–ev–sahibi ülkelerin haklarının Şart’la büyük ölçüde garanti altına alınması, buna karşın çokuluslu şirketlerin ve yabancı yatırımların korunmasına yönelik hükümlerin yetersiz olması nedeniyle ABD Havana Şartı’nı imzalamamış ve Dünya Ticaret Örgütü de kurulamamıştır.

Havana Şartı’nın rafa kaldırılmasından sonra küresel ticari faaliyetleri ve yatırımları düzenlemeye yönelik özel uluslararası bir düzenleme yapılmamıştır. Bunun yerine benzer hükümler ihtiva eden GATT uygulamaya konulmuştur.¹¹ Ancak GATT da gelişen ülkelerin çıkarlarını koruyacak hükümler içermektedir. Bu, Savaş sonrası dönemde gelişmiş ülkeler ile gelişen ülkeler arasındaki ilişkileri gerilim ve çatışmanın karakterize edeceği anlamına gelmekteydi. Bu dönemde bağımsızlığını henüz kazanmış gelişen ülkeler, yeni ve daha adil bir “Uluslararası Ekonomik Düzen” kurmak için harekete geçmiştir. Ayrıca bu ülkeler, ekonomik ve politik egemenliklerini korumak amacıyla kendi gümrüklerini geliştirmeye başlamıştır. Bunların öncelikleri, çokuluslu şirketlerin ve gelişmiş ülkelerin hegemonyasındaki ekonomileri ve öz–kaynakları üzerinde tam bir kontrol sağlamaktır. Dolayısıyla çokuluslu şirketlerin dizginlenmesi, bu ülkelerin hedeflerini gerçekleştirmeleri açısından son derece önemlidir. Nitekim, bu dönemde BM bünyesinde gelişen ülkelerin (özellikle bağımsızlığını yeni kazananların) beklenti ve taleplerine uygun uluslararası hukuk kuralları geliştirilmiştir. Bu kurallar, ulus devletlerin kendi yer–altı ve yer–üstü kaynaklarıyla ekonomik faaliyetleri üzerinde sınırsız ve kalıcı egemenlik haklarını pekiştirmiştir. Ayrıca çokuluslu şirketlerin gelişen ülkelerde bulunan işletme ve imtiyazlarının tazminat karşılığı millileştirilmesinin de yolunu açmıştır. Buna karşın sermaye ihraç eden gelişmiş ülkeler ise millileştirme riskine karşı yabancı yatırımları korumaya yönelik küresel standartlar geliştirilmesi konusunda ısrarcı olmuştur.

11 R. Jenkins, (2001), “Corporate Codes of Conduct: Self-Regulation in a Global Economy”, *UNRISD Technology, Business and Society program Paper*, No 2,

B. KONTROL DÖNEMİ (1970–1980): ÇOKULUSLU ŞİRKETLERE YÖNELİK BAĞLAYICI KODLARIN GELİŞTİRİLMESİ

1960'ların sonlarından itibaren gelişmiş ülkelerde Fordizmin krizi derinleşirken sendikal eylemler ve işçi hareketleri ivme kazanmıştır. Gelişen ülkelerde ise sömürgeciliğin mirası olan pek çok rejim ve hükümet devriliş yerine Marksist veya İslami ideolojilere dayalı rejimler kurulmuştur. Bu nedenle 1970'ler, tüm dünyada politik gerilim ve çatışmaların karakterize ettiği bir dönem olmuştur. 1970'den itibaren uluslararası gündem çokuluslu şirketlerin pek çok gelişen ülkenin egemenliklerini ve vatandaşların temel insan haklarını açıkça ihlal ettiği iddialarıyla çalkalanmaya başlamıştır.¹² Ayrıca bu dönemde yapılan pek çok bilimsel araştırma, çokuluslu şirketlerin ulusal ekonomik, politik ve sosyal hedeflerle uyumlu olarak çalışmadığına vurgu yapmıştır. Bütün bunlar tartışılırken bazı çokuluslu şirketlerin gelişen ülkelerde insan haklarını ihlal etmek ve darbe yaptırmak gibi çeşitli skandallara karışması, bu alandaki iddialara somut kanıt sağladığı gibi bu şirketlere karşı şüpheleri de derinleştirmiştir. Bu gelişme, gelişen ülkelerin gelişmiş ülkelerle ilişkilerini karakterize eden gerilim ve çatışmanın dozunu ve boyutunu daha da arttırmıştır. Bu dönemde tüm dünyada oldukça popüler olan çokuluslu şirket karşıtı eylemlerin, Marksist ve aşırı milliyetçi politik hareketlerin ivme kazanması, gelişen ülkelerde çokuluslu şirketlere karşı yeni bir millileştirme dalgasını da harekete geçirmiştir. Ancak, gelişen ülkelerde faaliyet gösteren tüm çokuluslu şirketlerin mal varlıklarının millileştirilmesi oldukça pahalı bir çözüm olduğu kadar gelişen ülkelerin kalkınma hedeflerini de olumsuz etkilemesi ihtimalini de bünyesinde barındırıyordu. Zira, gelişen ülkelerin kalkınma hedeflerini gerçekleştirmek için yabancı sermaye ile teknolojiye ihtiyaçları ve bağımlılıkları her geçen gün artmaktaydı. Ayrıca çokuluslu şirketlerin giderek daha fazla ev-sahibi ülkelerin iç politikalarına müdahale etmesi ve bu konuda endişelerin artması da bu ülkeleri, çokuluslu şirketlere olan ilişkilerini kesmek yerine daha etkin bir şekilde düzenlemekten başka çareleri olmadığına ikna olmalarında önemli bir husustur.¹³ 1970'lerde gelişen ülkeler sahip oldukları hammadde ve petrol gibi stratejik kaynaklarını kullanarak kendi aleyhlerine işleyen mevcut uluslararası ekonomik sistemi değiştirmek, yerine "Yeni Uluslararası Ekonomik bir Düzen" kurmak için harekete geçmiştir. Bu girişimin bir parçası olarak çokuluslu şirketlere yönelik Birleşmiş Milletler

12 T. N. Gladwin ve I. Walter, (1980), *Multinational Under Fire*, New York: Jhon Wiley and Sons, 1980, s. 23.

13 H. Keller, (2008), "Corporate Codes of Conduct and their Implementation: the Question of Legitimacy, in Wolfrum, Rüdiger; Röben, Volker (eds.), *Legitimacy in International Law*, Springer Berlin Heidelberg, s. 225.

bünyesinde bağlayıcı düzenlemeler yapılmasını talep etmiştir¹⁴ Böylece, çokuluslu şirketlerin artan gücü ve etkilerine karşı “çokuluslu şirketler davranış kodları” düzenleyici bir tepki olarak gündeme gelmiştir.¹⁵

1973’de ITT’nin Şili’de neden olduğu skandal, çokuluslu şirketlerin davranış kodlarıyla düzenlenmesi bakımından bir dönüm noktası olmuştur. Bu skandal, uluslararası dikkatlerin çokuluslu şirketlerin gelişen ülkelerdeki faaliyetlerine yoğunlaşmasına neden olmuş ve bunu takiben çokuluslu şirketlerin düzenlenmesine yönelik BM bünyesinde somut girişimler başlamıştır. Nitekim 1974’de “Yeni Ekonomik Düzenin” Eylem Programı ve BM’nin 3201 Sayılı Sözleşmesi kabul edilmiştir. Böylece “çokuluslu şirketlerin faaliyetlerinin izlenmesi ve kontrol edilmesi amacıyla Çokuluslu Şirket Davranış Kodlarının formüle edilmesi ve uygulanması” karara bağlanmıştır.

Bu Sözleşme, çokuluslu şirketlerin düzenlenmesiyle ilgili rapor hazırlamak için Akil Adamlar Grubunun kurulmasını öngörmüştür. 1974’de bu grubun hazırladığı rapor ile “Çokuluslu Şirketler Davranış Kodları Taslağı”nı hazırlamak üzere “BM Çokuluslu Şirketler Merkezi” kurulmuştur. Bu taslak hazırlama süreci 1990’a kadar devam etmiş, ancak bu girişim başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Bu tarihten sonra da çokuluslu şirketleri düzenlemeye yönelik diğer çabalardan sadece öz-düzenlemeye yönelik olanlar başarılı olmuştur.

1970’lerin sonlarına doğru çokuluslu şirketlerin üretimlerini ulusal sınırların ötesine kolayca kaydırmak suretiyle üretim ve istihdam kaybına yol açarak ulus devletlerle sendikaları tehdit etmeleri, ev-sahibi ülkeler arasında ciddi bir endişe kaynağı oluşturmaya başlamıştır. Bu ülkeler, bir diğer BM organı olan Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ) bünyesinde çokuluslu şirketlere yönelik düzenlemeler geliştirmeye çalışmış ve 1977’de “Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İlkeleri Üçlü Bildirge”si kabul edilmiştir. Bildirge işçi, işveren ve hükümet temsilcileri arasındaki müzakere temelinde geliştirilmiştir. Bu Bildirge, çokuluslu şirketlere, hükümetlere, işçi ve işveren örgütlerine istihdam, işyeri eğitimi, çalışma şartları ve endüstri ilişkileri konularında bağlayıcı olmayan tavsiyeler içermektedir.

Öte yandan, 1970’lerde gelişen ülkelerin BM’lerde çokuluslu şirketlere karşı

14 J. Murray, (1998) “Corporate Codes of Conduct and Labour Standards”, ILO ACTRAV WORKING PAPER, s. 3. <http://www.ilo.org/public/english/dialogue/actrav/publ/codes.htm>

15 A. Kolk, R. Van Tulder and C. Welters, (1999), “International Codes of Conduct and Corporate Social Responsibility: Can Transnational Corporations Regulate Themselves”, *Transnational Corporations* Vol. 8 No. 1, s. 145.

bağlayıcı düzenleme yapılmasında bazı başarılar elde etmesi, gelişmiş ülkeleri de harekete geçirmiştir. Gelişmiş ülkeler, OECD'yi bir platform olarak kullanarak bağlayıcı olmayan çokuluslu şirket davranış kodları geliştirmeye yönelmiştir. 1976'da OECD, uluslararası yatırım ve çokuluslu şirketlere yönelik olarak "Çokuluslu Şirketler Rehberi" isimli bir bildirgeyi kabul etmiştir. Bu Rehber, gelişen ülkelerin çokuluslu şirketleri eleştiren tutumlarına karşı gelişmiş ülkelerin bir tepkisi niteliğindedir. Diğer bir ifadeyle, bu bildirge gelişmiş ülkelerin çokuluslu şirketlere yönelik aşırı kontrol ve düzenlemele-ri kabul etmeyeceklerinin bir ifadesidir. Bu, Batılı ülkelerin çokuluslu şirket davranış kodları konusunda bir adım "öne-geçmek" için yapmış olduğu stratejik bir hamle olarak da kabul edilmektedir.¹⁶

1970'lerde çokuluslu şirketleri düzenleme gereği, uluslar-üstü örgütler, sivil toplum kuruluşları, sendikalar ile ticaret ve sanayi odaları tarafından da ifade edilmiştir. Bu kurumlar, kısmen başka kurumların hazırladığı kodları yeterli görmedikleri, kısmen de belli kodların müzakere süreçlerini etkilemek istedikleri için genellikle kendi kodlarını geliştirmeyi tercih etmiştir. Uluslararası Ticaret Odaları 1972'de "Yabancı Yatırımlar Rehberi'ni", 1977'de ise "Yolsuzluk ve Rüşvet Kodunu" kabul etmiştir. Öte yandan, çokuluslu şirketlerin üretimlerini emeğin ucuz olduğu ülkelere kaydırabilme yeteneğine karşı ICFTU, bu şirketlerin gücünü kontrol etmek veya dengelemek için girişimler başlatmıştır. Bu girişimler sonucu, 1975'de ICFTU'nun 9. Kongresinde uluslararası sendikal talepleri içeren ve çokuluslu şirketlerin davranışlarının yasalarla düzenlenmesini öngören "Çokuluslu Şirketler Şartı" kabul edilmiştir.¹⁷ Bu şart, çokuluslu şirketlerin kamusal denetime açık olmasını öngörmekte, sosyal yükümlülüklerini tanımlamakta ve ayrıca çokuluslu şirketlerin denetim ve kontrolü için uluslararası sözleşme yapılmasını da talep etmektedir.

Bu dönemde az da olsa "öz-düzenleme" şeklinde yeni düzenleme biçimlerinin de yer aldığı görülmektedir. Bunlardan en meşhuru "Sullivan Prensibi"dir. Özel kesimin başlattığı bir girişim olan bu prensip, Güney Afrika'da ırkçı rejimi dönüştürmek için ticari imkânları kullanmayı amaçlamaktaydı. Bunlara ek olarak, Özellikle ABD'de bazı şirketler de, öz-düzenleme öngören, kendi sosyal sorumluluk ve davranış kodlarını oluşturmuştur. Bunların en meşhur olanları Caterpillar ve Coca-Cola Davranış Kodlarıdır. Her ne kadar kapsam ve hedefleri sınırlıysa da bu davranış kodları, çokuluslu şirketlere yönelik

16 J. Robinson, (1983), *Multinational Political Control*, Gower: London, s. 235.

17 F. Morgenstern ve B. Knapp, (1978), "Multinational Enterprises and the Extraterritorial Application of Labour Law", *International and Comparative Law Quarterly*, Vol. 27 No. 4, s. 779.

düşmanca bir atmosferin mevcut olduğu dönemde öz–düzenleme çabalarını yansıtmaktadır¹⁸.

C. 1990 SONRASI DAVRANIŞ KODLARI: GÖNÜLLÜ ESASTA UYGULAMA

1970’leri karakterize eden çokuluslu şirketlerin uluslararası örgütler tarafından kamusal düzeyde düzenlenmesi çabaları, 1980’lerde neo–liberalizm ve kuralsızlaştırma politikalarının uygulamaya konulmasıyla gözden düşmüştür.¹⁹ Başka bir ifadeyle, uluslararası ekonomik ve politik ortama yabancı yatırımlar ve çokuluslu şirketler lehine bir atmosfer hâkim olmuştur. Bunun neticesinde bir yandan, çokuluslu şirketlerin zararlı davranış ve eylemelerinin hesabını vermesi ve uluslar–üstü kurumlar tarafından hazırlanmış davranış kodlarına uyması yönündeki baskılar da azalmıştır. Ayrıca tüm dünyada yabancı sermaye yatırımlarını kısıtlayıcı politikalar terk edilmiş ve teşvik politikaları uygulamaya konulmuştur.²⁰ Bu değişim, ulusal düzeyde ev–sahibi ülkelerin çokuluslu şirketlere yönelik politikalarının liberalleşmesine yol açmıştır.²¹ Yabancı sermayeye yönelik bu politika değişikliği ulusal, bölgesel, çok–tarafli ve küresel olmak üzere her düzeyde gerçekleşmiştir.²² Tüm dünyada, yabancı sermayeye yönelik bu tutum değişikliğine bağlı olarak çokuluslu şirketleri küresel düzeyde bağlayıcı uluslararası kamusal kodlarla düzenleme girişimleri de 1980’lerde hızla ivme kaybetmiştir. Diğer yandan, UÇÖ’nün ve OECD’nin çokuluslu şirket davranış kodları yürürlükte kalmıştır. Ancak bu düzenlemeler örnek teşkil etmenin dışında bir anlam ifade etmemiştir. Bu dönemde BM, Çokuluslu Şirket Davranış Kodları’nda çeşitli değişiklikler yaparak işlerlik kazandırmak istemiştir. Ancak, gelişen ve gelişmiş ülkelerin çıkarlarının farklı olması nedeniyle bu konuda bir uzlaşma sağlanmamış ve kodlar taslak olarak kalmıştır. Nihayet 1992’de tamamen terk edilmiştir.²³

18 J. M. Kline (1985), **International Codes and Multinational Business: Setting Guidelines for International Business Operations**, London: Qorum Book.

19 J. Murray, (1999), *Corporate Codes of Conduct and Labor Standards*. s. 5, <http://www.itcilo.it/english/actrav/telearn/global/ilo/guide/jill.htm>

20 S. J. Kobrin, (2005) “The Determinants of Liberalization of FDI Policy in Developing Countries: a Cross–sectional Analysis, 1992–2001”, **Transnational Corporations**, Vol. 14. s. 71;

M. Adler ve G. C. Hufbauer (2008), “Policy Liberalization and FDI Growth, 1982 to 2006”, **Working Paper Series Peterson Institute for International Economics**. WP08–7, s. 3.

21 M. Adler ve G. C. Hufbauer (2008), “Policy Liberalization and FDI Growth, 1982 to 2006”, **Working Paper Series Peterson Institute for International Economics**. WP08–7, s. 3.

22 P. E. Tolentino, (1999), “Transnational Rules for Transnational Corporations”, in J. Micchie and J. G. Smith, (eds), **Global Instability: the Political Economy of World Economic Governance**, London: Routledge, s. 186.

23 S. Van Eyk, (1995): **The OECD Declaration and Decisions Concerning Multinational Enterprises: An Attempt to Tame the Shrew**. Proefschrift Universiteit Utrecht. Nijmegen: Ars Aequi Libri. s. 13.

1980'lerde davranış kodlarına yönelik tartışmalar iş etiği ile bağlantılı olarak sadece ABD'de yer almış ve oldukça da cılız kalmıştır.²⁴ Bu ülkede iş etiği tartışmaları ile bağlantılı pek çok akademik yayın yapılmıştır. Bu konuda çok sayıda enstitü ile araştırma merkezi de kurulmuştur. Amerikan şirketlerinin iş etiğine ilgilerinin artması daha çok etik davranmayan şirketlere karşı açılan davalarda oldukça yüksek tazminat kararlarının çıkmasına atfedilmektedir. Bununla birlikte, 1990'lı yıllarda çokuluslu şirket davranış kodlarının formüle edilmesi ve uygulanmasına yönelik çabalarla beraber baskıların tekrar ivme kazandığı görülmektedir. Ancak bu kez 1970'lerin aksine, uluslararası örgütler, hükümetler, sivil toplum kuruluşları ve çeşitli lobi gruplarının yanında şirketlerin bizzat kendileri de bu yeni dalganın itici gücü olmuştur.

Bu dönemde özellikle şirketlerin gönüllü olarak uygulama taahhüdüyle kendi davranış kodlarını geliştirmesi oldukça yaygınlık bir uygulama olarak dikkat çekmiştir.²⁵ Bu girişimler, esasen bir Anglo Sakson geleneği olan öz-düzenleme modelini ön plana çıkarmıştır.²⁶ Ayrıca, çokuluslu şirketler açısından şeffaflık ve hesap verebilirlik yönünde bir ivme de yaratmıştır. Çokuluslu şirketlerin faaliyetlerini ve davranışlarını düzenlemek için "katı yasalar" çıkarmayı tercih etmeyen ABD gibi bazı gelişmiş ülkeler de çokuluslu şirketlerin sosyal ve çevresel sorumluluklarını daha çok benimseyeceği gerekçesiyle öz-düzenlemeyi teşvik etmektedir.

1990'dan itibaren, çokuluslu şirketlerin öz-düzenlemeye dayalı davranış kodları geliştirmelerinde sivil toplum kuruluşları ile tüketici derneklerinin başlattıkları kampanyalar, çokuluslu şirketlerin davranışlarıyla ilgili toplumsal algılamalar ve bu şirketlerin tutum değişikliklerinin rolü son derece önemlidir. Nitekim sivil toplum kuruluşlarının kampanyaları sayesinde kamuoyu bazı çokuluslu şirketlerin insan hakları ihlallerinden ve yol açtıkları çevre felaketlerinden haberdar olmuştur²⁷. Kamuoyunun, şirketlerin etik olmayan davranışlarından haberdar olmasıyla, suç işleyen şirketin toplumsal imajının sarsılması, borsa ve marka değerinin düşmesi ve tüketici boykotlarını tetiklemesi bazı çokuluslu şirketlerin kendi davranış kodlarını geliştirmesinde itici

24 C. Langlois ve B. Schlegelmilch, (1998), "Do Corporate Codes of Ethics Reflect National Character? Evidence from Europe and the United States", *Journal of International Business Studies*, Vol. 21, No. 4, s. 528.

25 A. Kolk ve R. Van Tulder (2002), *International Codes of Conduct: Trends, Sectors and Effectiveness*, Erasmus University: Rotterdam, s. 7.

26 K. Singh, (2007) Corporate Accountability: is Self-Regulation the Answer? *Countercurrents*, Vol. 24, No. 4, s. 3. <http://www.countercurrents.org/singh240407.htm>

27 A. Kolk ve R. Van Tulder (2002), *International Codes of Conduct: Trends, Sectors and Effectiveness*, Erasmus University: Rotterdam, s. 7

bir rol oynamıştır. Bu dönemde, çok sayıda çokuluslu şirket kendi davranış kodunu geliştirmiştir. Ancak uygulamada karşılaşılan bazı sorunlar ve yoğun eleştiriler nedeniyle bu kodların yanı sıra uygulama açısından daha etkili olduğu düşünülen başka kodlar da geliştirilmiştir. Bağlayıcı olmayan ve gönüllü esasta uygulama öngören bu kodlar çok sayıda işletmeyi kapsayan endüstri kodları, sivil toplum kuruluşlarının model kodları ile işçi, işveren, sivil toplum kuruluşları ve hükümetleri de içeren çok paydaşlı kodlardır.²⁸

II. ÇOKULUSLU ŞİRKET DAVRANIŞ KODU TİPLERİ

1970'den beri çokuluslu şirketlerin faaliyetlerini yönetmek ve düzenlemek amacıyla çok sayıda farklı davranış kodları geliştirilmiştir. Bu kodların bazıları UÇÖ'nün Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İlkelerine Yönelik Üçlü Deklarasyon, OECD'nin Çokuluslu Girişimler Rehberi, BM Çokuluslu Şirketler Davranış Kodları Taslağı, UNCTAD'ın Çok-Taraflı Tarafsızlık İlkeleri ve Kısıtlayıcı Ticari Faaliyetleri Kontrol Kuralları, WHO/UNICEF'in Anne Sütü Muadili Bebek Mamaları Pazarlama Kodları gibi uluslararası örgütler tarafından geliştirilmiştir. Bazıları da, Uluslararası Ticaret Odaları, Sürdürülebilir Kalkınma Şartı, Hazır Giyim Endüstri Davranış Kodları, Avustralya İlaç Üreticileri Derneği Davranış Kodları gibi ticaret odaları veya sektörel örgütler tarafından geliştirilen kodlardır. Gönüllük esasına dayalı uygulama öngören davranış kodlarının geliştirilmesinde ise, çokuluslu şirketlerin bizzat kendileri, sivil toplum kuruluşları, ticaret odaları, sendikalar, danışmanlık şirketleri ve paydaşları ile yatırımcıları kapsayan oldukça farklı aktörler rol almıştır. Bir kısım davranış kodları da, Nike Davranış Kodları ve Shell Davranış Kodları gibi, çokuluslu şirketlerin bizzat kendileri tarafından geliştirilmiştir.

Bu kodların neredeyse tamamı, tekstil ve hazır giyim, spor giyim, ayakkabı ve elektronik gibi birkaç sektörde geliştirilmiş olup genellikle çalışma şartları ve çevre konularına yoğunlaşmaktadır. Çalışma şartlarına öncelik veren kodlar genellikle, düşük ücret ve kötü çalışma şartlarının karakterize ettiği küresel ter-atölyeleri ile gündeme gelen ve markaların tüketici açısından önemli olduğu ayakkabı, hazır giyim, spor eşyaları, oyuncak sektörlerinde yaygındır. Buna karşın, çevre sorunlarına öncelik veren kodlar da kimya, ormancılık, petrol ve madencilik sektörlerinde mevcuttur. Çokuluslu şirket davranış kodlarını geliştirenler açısından beş farklı grupta toplamak mümkündür. Bun-

28 J. Murray, a.g.e., s. 5.

lar uluslararası kamusal davranış kodları, sanayi ve ticaret odaları ile meslek örgütleri kodları veya endüstri örgütü kodları, çok-paydaşlı kodlar, model kodlar ve özel şirket kodlarıdır.

A. ULUSLARARASI ÖRGÜT KODLARI

1. Birleşmiş Milletler Çokuluslu Şirketler Davranış Kodları Taslağı

Uluslararası düzeyde, BM ile organları çokuluslu şirket davranış kodları geliştirilmesinde öncülük yapmıştır. 1974 yılında BM, Çokuluslu Şirketler Komisyonu, çokuluslu şirketlere yönelik bir kod hazırlama yetkisi ile kurulmuştur.²⁹ Bu kod, gelişen ülkelerin çokuluslu şirketlerin davranışlarını ve sorumluluklarını düzenlemeye yönelik bir standart getirme girişimidir. Gelişmiş ülkelerle çokuluslu şirketler için ise, gelişen ülkelerin hükümetlerinin gelişen ülkelerde yatırım yapmış çokuluslu şirketlere ve yatırımlarına keyfi el koyma ve millileştirme çabalarına karşı koruyucu bir düzenlemenin ifadesidir. BM Çokuluslu Şirketler Davranış Kod'unun müzakereleri, Çokuluslu Şirketler Komisyon'un rehberliğinde 1975'de başlamıştır. 15 yıllık bir zaman ve kaynak harcadıktan sonra ancak 1990'da taslak bir kod geliştirilmiştir.³⁰ Bu kod, uluslararası ekonomik ve sosyal işbirliğini güçlendirmek, çokuluslu şirketlerin ev-sahibi ülkelerde ekonomik kalkınma ve büyüme hedeflerine pozitif katkı yapmasını sağlamak, bu şirketlerin faaliyetlerinin olumsuz etkilerini en aza indirmek için temel bir araç olarak tasarlanmıştır.

UÇÖ ve OECD kodları gibi, BM kodu da yasal olarak bağlayıcı bir araç olarak tasarlanmamış ve gönüllü esasta bir uygulama öngörülmüştür. Ancak, diğer kodlarla mukayese edildiğinde, çokuluslu şirketlerin düzenlenmesi, coğrafi kapsamı ve uygulanması açısından daha teferruatlıdır³¹. Bu kod kapsamında çokuluslu şirketlerin yerel hukuka, kültüre ve insan haklarına saygı göstermeleri ve rüşvet vermekten sakınmaları istenmektedir. Kodlar çokuluslu şirketlere ulusal ekonomik ve kalkınma hedefleriyle uyum içinde olma, kısıtlayıcı ticari uygulamalardan ve vergi kaçırmaktan sakınma gibi önemli yükümlülükler getirmektedir. Nihayet kod, çokuluslu şirketlerin mali bilgilerini faaliyet gösterdikleri ülkede kamuya açıklamakla yükümlü kılmaktadır.

29 W. Fikentscher, (1982), "United Nations Codes of Conduct: New Path in International law", *American Journal of Comparative Law*, Vo. 30; No 4. s. 577. (sa. 577-604

30 J. Kline, (1985), *International Codes of Conduct and Multinational Business*, New York: Quorum Books,

31 G. R. Bassiry, (1990), "Business ethics and the United Nations: A Code of Conduct" *SAM, Advanced Management Journal*, Vol. 55. s. 38.

Böylesine kapsamlı ve zengin oluşu, bu kodun hem güçlü hem de zayıf yönünü oluşturmaktadır. Zira kodun kapsamının son derece geniş olmasının başarılı bir şekilde uygulanabilme imkânını zayıflattığı, bu nedenle kodun, emek, mülkiyet, çevre vs. gibi pek çok konuya odaklaşmak yerine şirketler hukukuyla sınırlandırılması gerektiği ileri sürülmektedir.³² 15 yıl süren müzakerelerde taraflar arasında pek çok genel ve özel konuda da anlaşmazlık sürmüştür. Batı–Avrupa ülkeleri, kodun geliştirilmesi ve Çokuluslu Şirketler Komisyonu’nun çalışmalarını desteklerken ABD ve Japonya ise muhalefet etmiş ya da en iyi haliyle hiç destek vermemiştir. Harcanan bu kadar zaman ve kaynağa rağmen, taslak kod 1990’da BM Ekonomik ve Sosyal konseyine gönderilmiş, ancak burada kabul edilmediği için Genel Kurul’a gönderilmemiştir. Nihayetinde bu süreç, anlaşmazlıklar nedeniyle kabul edilebilir bir kod geliştiremeden 1993 yılında sona ermiştir. Ancak, her ne kadar başarısız olsa da BM kodu kendinden sonraki kodlar için bir ilham kaynağı ve sıçrama tahtası oluşturmuştur³³. Nitekim bazı yazarlar, Taslak Kodu bir “moral otorite” olarak görmekte ve çokuluslu şirketler ile devletlerarasındaki ilişkileri önemli ölçüde etkileyeceğini iddia etmektedirler.

2. OECD Çokuluslu Şirket Rehberi

OECD, gelişen ülkelerin çokuluslu şirketleri bağlayacak uluslararası kodlar geliştirme çabalarına bir alternatif olarak ABD’nin girişimleriyle 1976’da Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu Şirketler Rehberi” başlıklı bir davranış kodu hazırlamıştır. Bu kodlar üye ülkeler arasında özellikle ABD’nin Batı Avrupa’da liberal yatırım ortamının aşındırılması tehditlerine karşı endişelerini yansıtmaktadır³⁴. Pek çok çokuluslu şirketin ve yabancı yatırımların köken ülkesini temsil eden OECD’nin amacı, bağlayıcı olmayan kodların bağlayıcı olanlardan daha etkili olacağını göstermektir. Dolayısıyla OECD kodları üye ülke hükümetleri ve çokuluslu şirketler açısından bağlayıcı olmayıp gönüllü temelde uygulanmaktadır. Bu kodlar, 24 OECD üyesiyle birlikte 8 üye olmayan (Arjantin, Brezilya, Estonya, İsrail Letonya, Litvanya, Slovenya ve Şili) ülkeler tarafından da kabul edilmiştir³⁵.

Bu rehberin iki temel amacı mevcuttur. Bunlardan birincisi, çokuluslu şirketler ile hükümetlerin hak ve yükümlülüklerine yönelik bir çerçeve oluş-

32 S. Asante (1993), “the Concept of Good Corporate Citizen in International Business,” A. A. Fatrous (ed) *Transnational Corporations, the International Legal Framework*, London: Routledge, s. 177–178.

33 H. Keller, a.g.e., s10.

34 J. M. Kline a.g.e., s. 55.

35 Singh, a.g.c.s. 3

turmak ve bazı çokuluslu şirketlerin negatif etkilerini düzenlemektir. İkincisi ise, OECD'nin pazarlık gücünü artırmak ve buna bağlı olarak, çokuluslu şirketlere yönelik diğer standartları (özellikle BM Çokuluslu Şirket Davranış Kodlarını) büyük ölçüde etkilemektir.³⁶ Kodlar temel olarak OECD bünyesinde faaliyet gösteren ve köken ülkesi OECD olan çokuluslu şirketlere, "iyi uygulama" için tavsiye standartlar belirlemektedir. Çokuluslu şirketlere faaliyet gösterdikleri ülkelerin genel hedeflerini dikkate alması, yerel toplumla ve ticari gruplarla işbirliği yapması, rüşvetten ve uygun olmayan politik faaliyetlerden uzak durması gerektiğini genel bir politika olarak tavsiye etmektedir³⁷. Diğer bir ifadeyle, çokuluslu şirketlerin faaliyet gösterdikleri ülkelerin politikaları ile uyum içerisinde olması ve pozitif katkıda bulunması genel bir hedef olarak belirlenmektedir.

Şirket kodları ile mukayese edildiğinde, OECD kodları istihdam, çalışma ilişkileri, çevre, bilgilendirme, vergileme ve rekabet gibi pek çok konuyu kapsamaktadır.³⁸ Kodların istidamla ilgili bölümünde, istihdam ve terfilerde ayrımcılık yapılması yasaklanmaktadır. Ayrıca, çokuluslu şirketlerin çalışanların sendikal ve sosyal koruma haklarına saygılı olmasını öngören genel standartlar getirmektedir. Bu kodlar çevre korumasıyla ilgili olarak da bu şirketlerin faaliyet gösterdikleri ülkelerde çevrenin korunmasına özen göstermeleri ve çevre ile ilgili sağlık problemleri yaratmaktan kaçınması gerektiğini ifade etmektedir.

OECD Kodları, 1979, 1982, 1984, 1991 ve 2000 yıllarında revize edilmiştir. 2000'de yapılan revizyonda "Çevrenin Korunması" başlıklı yeni bir bölüm ile birlikte bir uygulama prosedürü ve çokuluslu şirketlere tedarik zinciri sorumluluğu da eklenmiştir.³⁹ İnsan haklarına yönelik bazı yeni hususlar da bu revizyonda koda dâhil edilmiştir. Çokuluslu şirketlerin faaliyet gösterdikleri ülkelerde, bu ülkelerin uluslararası yükümlülükleri çerçevesinde paydaşların ve tüm insanların haklarına saygı göstermeleri gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, çocuk emeği, zorla çalıştırma, çevre yönetiminin iyileştirilmesine yönelik olarak bazı yeni hükümler ilave edildiği gibi şeffaflık ve bilgilendirme konularındaki hükümler de takviye edilmiştir.⁴⁰

36 K. Sauvart ve V. Aranda (1994) 'The International Legal Framework for Transnational Corporations', in: A. Fatouros (ed.): *Transnational Corporations: Codes of Conduct*, London: Rutledge s. 46.

37 H. Keller, (2008), "Corporate Codes of Conduct and their Implementation: the Question of Legitimacy, in Wolfrum, R. and Röben, Volker (eds.), *Legitimacy in International Law*, Springer Berlin Heidelberg, s. 226.

38 W. M. Evans (1998), "International Codes of Conduct for Multinational Corporations", in R. F. Duska (ed) *Education, Leadership and Business Ethics*, Norderland, Kluwer, s. 257:

39 K. Singh, a.g.e., s. 4

40 Keller, a.g.e., s. 230

Öngördüğü hükümlerin muğlak bir şekilde tasarlanmış olmasından dolayı OECD kodunun ilkelerinin evrenselliği tartışmalıdır. Ancak kimi yazarlar, bunların evrensel etik ilkeler olmaya aday olduğunu düşünmektedir.⁴¹ Kimileri de, OECD kodlarının yasal olarak bağlayıcı olmasa da, üye ülkeler tarafından kabul edilmesiyle yasal bağlayıcılık kazandığını iddia etmektedir. Buna karşın bazı yazarlar ise, OECD kodları da dâhil olmak üzere diğer kodların, yeni ticaret kanunlarının çıkarılmasına ve geliştirilmesine ilham kaynağı olduğunu ileri sürmektedir. Bunlar, her ne kadar orijininde gönüllü esasta olsa da, bu kodların uygulanmasının zaman içinde uluslararası hukuk geleneğine dâhil olacağını belirtilmektedir.

3. Uluslararası Çalışma Örgütü Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika Üçlü Bildirgesi

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (UÇÖ) çokuluslu şirketlere yönelik emek ve çalışma yaşamı ile ilgili politikası, büyük ölçüde bu örgütün 1977'de kabul ettiği "Uluslararası Çalışma Örgütü Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İlkeleri Üçlü Bildirge"sine dayanmaktadır. Bildirgenin temel amacı, "çokuluslu şirketlerin, faaliyetlerini sürdürürken neden olabilecekleri sorunların azaltılması veya çözümlenmesi ile ekonomik ve sosyal gelişmeye pozitif katkılarının artırılmasıdır".⁴² Bildirge, hükümetlerin, sendikaların ve işveren örgütlerinin ortak çabasının (üçlü işbirliği) bir ürünü olup, tüm taraflarla birlikte çokuluslu şirketleri muhatap almaktadır. İmzalayan ülkeler açısından bağlayıcı olan UÇÖ'nün diğer sözleşmeleri ve tavsiyelerinin aksine, Bildirge sendikaların baskı ve çabalarına rağmen bağlayıcı olmayan bir metin olarak doğmuştur.

Bildirge, 58 maddeden oluşmaktadır. Bunlar genel hükümlerle birlikte istihdam, eğitim, çalışma şartları, çalışma yaşamı, endüstri ilişkileri gibi sosyal politika ile ilgili bölümleri ve düzenlemeleri içermektedir. Bildirge, Evrensel İnsan Hakları Beyannamesine, BM'nin kabul ettiği Sözleşmelere ve UÇÖ temel Sözleşmesine vurgu yapmakta ve tarafların bunlara saygılı olmasını tavsiye etmektedir⁴³. Bildirgenin kapsamına, çokuluslu şirketlere ek olarak şubeleri ve onların ticari ortakları da dâhil edilmektedir.

41 W. M. Evans, a.g.e., s. 257.

42 ILO, (1977), Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprise and Social Policy, <http://www-old.ilo.org/actrav/actravenglish/telearn/global/ilo/guide/triparti.htm#Preamble>

43 H. Keller, (2008), "Corporate Codes of Conduct and their Implementation: the Question of Legitimacy", in W. Rüdiger ve R. Volker (eds.), *Legitimacy in International Law*, Springer Berlin Heidelberg, s. 231.

Bildirge, UÇÖ sözleşmelerinin sahip olduğu raporlama ve denetim süreçlerine tabi olmayıp, uygulamaya yönelik sorunların hükümetler tarafından rapor edilmesi şeklinde bürokratik bir raporlama sürecine sahiptir. Bu süreç çerçevesinde, UÇÖ hükümetlere Bildirgenin uygulaması ile ilgili tartışmaları değerlendirmek üzere bir anket göndermektedir. Hükümetler bu anketi sosyal taraflarla birlikte doldurmakta ve UÇÖ sekreterine göndermektedir. Daha sonra bu ulusal raporlar, Çokuluslu Şirketler Komitesi Direktörüne sunulmaktadır. Bildirgenin uygulanması konusunda anlaşmazlık olması durumunda taraflar, ilgili maddenin yorumlanması için istekte bulunabilmektedir. Ancak, ulusal raporların genellikle muğlâk, özellikle bilgi vermekten yoksun olduğu bilinmektedir. Bildirge ilkelerinin daha sıkı uygulanması için sendikaların baskı ve girişimleri de henüz bir sonuç vermemiştir.

4. BM Küresel Sözleşme (Global Compact)

Küresel Sözleşme, BM genel sekreteri Kofi Annan'ın çabalarıyla hayat bulmuş bir şirket davranış kodudur. 31 Ocak 1999'da yapılan Dünya Ekonomik Formunda konuşan Annan, işveren temsilcileri, UÇÖ ve sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte iyi-şirket davranış modelini teşvik etmek için uluslararası girişim başlatmaya çağırmıştır. Bu girişimin, çevre ve toplumla ilgili evrensel ilkelere bağlı olması ve gönüllü temelde işlemesi öngörülmüştür. Bu evrensel ilkeler, “Evresel İnsan Hakları Beyannamesi, UÇÖ'nün 1998 tarihli “İşte Temel İlke ve Haklar Beyannamesi”, “Rio Kalkınma ve Çevre Deklarasyonu” ve “BM Yolsuzlukla Mücadele Sözleşmeleri”ni esas almaktadır. Küresel Sözleşme, 2900 kişi ile çok sayıda ülkeden gelen paydaşların katılımıyla oluşturulmuş dünyanın en büyük gönüllü “şirket vatandaşlığı” girişimidir.

Küresel Sözleşme, sözleşmeye üye olan şirketlerin 10 evrensel ilkeye uygun hareket etmelerini sağlamak için üç araç kullanmaktadır. Bunlar, Öğrenme Formu, Politika Diyalogları ve Ortalık Projeleridir.⁴⁴ Öğrenme formu, sözleşmeye üye olan bir şirketin evrensel ilkeleri uzlaşmaya dayalı olarak şirket politikalarına nasıl dönüştüreceği konusunda bir izlek geliştirmeyi öngörmektedir. Bu konuda BM “iyi uygulama” modelini yayınlamaya standart oluşturmaktadır. Politika Diyalogu, politik ve sosyal gerilim ile çatışmanın karakterize ettiği ülkelerde faaliyet gösteren çokuluslu şirketler için ortak sosyal sorumluluk anlayışı geliştirmeyi amaçlamaktadır. Nihayet, ortaklık

44 J. G. Ruggie, (2003), “The United Nations and Globalization: Patterns and Limits of Institutional Adaptation”, *Global Governance*, Vol. 9. s. 311. s. 301-321

projeleri ise gelişen ülkelerde en çok ihtiyaç duyulan yerde kapasite oluşturmaya katkıda bulunmayı hedeflemektedir.⁴⁵ Küresel Sözleşme'nin yürütücü kurumu diğer BM organları ile birlikte hareket eden küçük bir sekreterliktir. Bu sekreterlik, Küresel Sözleşme Bürosu olarak adlandırılmaktadır. Şirketler BM Genel Sekreterine bir mektup gönderip taahhütte bulunarak Küresel Sözleşmeye katılmaktadır. Sözleşmeye katılan şirketler, sözleşmenin ilkelerini desteklemek için kullandıkları yöntemleri ve sonuçlarını yıllık raporlarında göstermek zorundadır. Bu raporlar Sözleşme Bürosuna gönderilmektedir.

Küresel Sözleşmeye şimdiye kadar pek çok uluslararası ticaret örgütü, sendika, sivil toplum kuruluşu gibi paydaşlar ve şirket (ulusal ve çokuluslu) katılmıştır.⁴⁶ 2008'in ilk altı ayında 701 şirketin katılımı ile Küresel Sözleşmeye katılan şirket sayısı 4,619 yükselirken, paydaşlarla birlikte sözleşmenin toplam katılımcısı 5,892'ye ulaşmıştır.⁴⁷ Küresel Sözleşme Bürosu, Sözleşmenin şeffaflığını ve saygınlığını arttırmak için 2004'de sözleşme yönetişimini gözden geçirmiştir. Bunun sonucunda "Bütünsellik Ölçütlerini" uygulamaya koymuştur. Buna göre, şirketlerin, 10 temel ilkenin hayata geçirilmesi konusundaki gelişmeleri takip etmek için her yıl paydaşlarla işbirliği yapması gerekmektedir. Belirtilen sürede bu konudaki raporunu teslim etmeyen şirketlerin üyelikleri düşürülmekte ve Sözleşme

45 J. G. Ruggie, a.g.e., s. 311.

46 Singh, a.g.e., s. 5.

47 UN Global Compact (2008), "630 Companies Delisted as Part of Integrity Measures" http://www.unglobalcompact.org/newsandevents/news_archives/2008_06_25.html

Küresel Sözleşme	
Küresel sözleşme şirketlerin, insan hakları, çalışma ve çevre gibi alanlarda oluşmuş evrensel değerlere sahip çıkmalarını, desteklemelerini ve hareket etmelerini öngörmektedir.	
TEMEL İLKELER	
İNSAN HAKLARI	
1. Prensi	Şirketler uluslararası olarak kabul edilmiş insan haklarının korunmasını desteklemeli ve saygı göstermelidir.
2. Prensi	Şirketler, insan hakları ihlalleriyle işbirliği yapmaktan sakınmalıdır.
EMEK	
3. Prensi	İşverenler, örgütlenme özgürlüğünün ve etkin toplu pazarlık yapma hakkının tanınmasını desteklemelidir.
4. Prensi	Zorla çalıştırmanın her türü kaldırılmalıdır.
5. Prensi	Çocuk emeği etkin bir şekilde ortan kaldırılmalıdır.
6. Prensi	İstihdam ve meslek açısından ayrımcılık kaldırılmalıdır.
ÇEVRE	
7. Prensi	İşverenler, çevresel sorunlara ve meydan okumalara karşı tedbir olabilecek yaklaşımları desteklemelidir.
8. Prensi	Daha fazla çevresel sorumluluğu teşvik etmek için girişim başlatmalıdır.
9. Prensi	Çevre dostu teknolojilerin geliştirilmesi ve kullanılması teşvik edilmelidir.
YOLSUZLUK KARŞITLIĞI	
10. Prensi	İşverenler, tehdit ve zorbalıkla iş yaptırmak ve rüşvet dâhil olmak üzere her türlü yolsuzluğa karşı çalışmalıdır.

web sitesinden isimleri silinmektedir. Bu konuda BM verileri, 2008’de toplam 630 şirketin üyeliğinin düşürüldüğü göstermektedir.

Bununla birlikte Küresel Sözleşmeye yönelik ciddi eleştiriler de mevcuttur. Bunlar, Sözleşmenin uygulama açısından etkin ve yeterli olmadığını, ilkelerinin muğlak olduğunu iddia etmektedirler. Ayrıca, üye şirketlerin etkin bir şekilde değerlendirilmediği, bazı şirketlerin Sözleşmenin sağlayacağı imkânları istismar etmesinin de mümkün olduğu ileri sürülmektedir. İyi niyetle uygulamak amacıyla üye olan şirketlerin yanında, bazı çokuluslu şirketlerin Sözleşme ilkelerini benimsemeksizin, Sözleşmeyi bir hakla ilişkiler aracı gibi görerek veya saygınlıklarını artırmak amacıyla katıldıkları iddiası pek çok yazar tarafından dile getirilmektedir. Dolayısıyla Sözleşmeye katılan tüm şirketlerin, sözleşme ilkelerine sadakat göstermeleri, insan haklarına yönelik

tutumlarını değiştirmeleri söz konusu değildir.⁴⁸ Bunun nedeni şirketlerin Sözleşmenin ilkelerine uymalarını sağlayacak ve denetleyecek etkin bir mekanizmanın öngörülmemesidir. Bir başka neden de Sözleşmenin gönüllü esasta uygulanması nedeniyle şirketlerin hangi faaliyetlerinde hangi ilkelere uyacaklarını belirleme konusunda tamamen serbest olmalarıdır. Dolayısıyla gelişen ülkelerde çevreye zarar veren ve insan haklarını ihlal eden bazı çokuluslu şirketlerin Küresel Sözleşmeye üye olduğunu görmek mümkündür. Öte yandan Küresel Sözleşme ve benzeri girişimlerin çokuluslu şirketlerin BM politika ve tavsiye oluşturma süreçlerini etkileme ile bu alanda güçlerini artırma tehlikesi de mevcuttur. Nihayet kimi yazarlar, Küresel Sözleşmenin sosyal ve çevresel standartları iyileştirmesinden çok, çokuluslu şirketlerin imaj oluşturma ve göz boyama girişimlerine hizmet edeceğine inanmaktadır.⁴⁹

5. Özel Davranış Kodları

Özel davranış kodları, şirketlerin bizzat kendileri tarafından üretilen, şirketlerin etik ve hukuk politikalarına yönelik yükümlülüklerini yazılı olarak ifade eden metinlerdir. Öz–düzenlemeye dayalı kodlar olarak da adlandırılan özel–davranış kodları 1980 sonrası dünya ekonomisinde gerçekleşen değişimin bir sonucudur. Bu dönemde neo–liberalizmin yeni ideolojik dalgasının etkisiyle devletlerin çokuluslu şirketlere yönelik politikaları, kanunla düzenlemeden kuralsızlaştırmaya kaymıştır. Ticaretin serbestleşmesi ve komünizmin çökmesiyle, çokuluslu şirketlerin faaliyet gösterdikleri coğrafi alan birkaç kat genişlemiş, ekonomik ve politik ortamda köklü değişiklikler meydana gelmiştir. Bu dönemde yabancı yatırımlar dünya ticaretinden çok daha fazla artmış, çokuluslu şirketlerin doğası ve faaliyetlerinin niteliği de önemli ölçüde değişmiştir. Küresel değer zincir veya üretim ağlarının pek çok sektörde gelişmesi bu değişimin bir ifadesidir.⁵⁰ Bu, çokuluslu şirketlere, mülkiyet sahibi olmaksızın küresel düzeyde üretim ağlarını kontrol edebilme yeteneği kazandırmaktadır. Tekstil, hazır giyim, ayakkabı ve elektronik gibi bazı sektörlerde “küresel değer zinciri/üretim ağlarının” kontrolü, Levi’s, Nike, Wall Mart, HP C&A gibi marka sahibi çokuluslu şirketlerin elinde bulunmaktadır.⁵¹ Bu ağlara sahip olan perakendeci çokuluslu şirketler, üretimin pek çok boyutunu

48 W. B. Woldemeleket (2008), *Liability of Transnational Corporations for Indigenous Peoples Human Rights Violations*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi) University of Tromsø, s. 76.

49 K. Singh a.g.e., s. 6

50 G. Gereffi, J. Humphrey ve T. Sturgeon, (2005), “The Governance of Global Value Chain”, *Review of International Political Economy*, Vol. 12, No: 1, s. 79.

51 G. Gereffi, (2001), “Beyond the Producer–Driven / Buyer–Driven Dichotomy: The Evolution of Global Value Chains in the Internet Era”, *IDS Bulletin*, Vol. : 32, No: 3, s. 4

da kontrol etmektedir. Üretim maliyetlerini düşürmek için emeğin ucuz olduğu ülkelerde taşeron ve tedarikçi işletmeleri bünyesinde barındıran küresel üretim ağlarında çalışma şartlarının son derece kötü ve çevreye zararlı etkilerinin de oldukça fazla olduğu ifade edilmektedir.⁵² Bu bağlamda çokuluslu şirketlerin bu konularda sorumluluk almaları gerektiği sıkça tartışılmıştır.⁵³ Bu tartışmalara bağlı olarak 1990'lı yıllardan itibaren bu ağların yoğun olduğu sektörlerde öz-düzenlemeye dayalı şirket davranış kodlarının yaygınlık kazandığı bilinmektedir.⁵⁴

Özel şirket davranış kodlarının yaygınlaşmasının bir başka nedeni de, şirketlerin marka, isim ve saygınlık gibi "soyut değerlerin" (intangible assets) öneminin artmasıdır. Soyut değerler günümüzde şirketlerin satışları ile değerini etkilemektedir. Bu etkinin gelecekte daha fazla olacağı tahmin edilmektedir. Günümüzde geleneksel işletmelerde "soyut değerlerin" toplam değerinin % 43'nü oluşturduğu ve gelecekte toplam değerinin % 65'ni oluşturacağı tahmin edilmektedir.⁵⁵ Pek çok küresel şirket, marka ile imaj yaratmak için reklâm ve promosyona büyük harcamalar yapmaktadır. Bu, şirketleri emek ve çevre politikalarına karşı oldukça hassas duruma getirmektedir.⁵⁶ Bu şirketlerle ilgili olarak basın ve yayın organlarında çıkan olumsuz haberler veya bazı gruplarla örgütlerin başlatacakları kampanyalar, bunların yaratmaya çalıştıkları marka ve şirket imajına ciddi zararlar verebilmektedir. Böylesi girişimlerden endişe duyan bu şirketler, sosyal sorumluluk ve etik konularında aktif olmak gereği hissetmektedir.⁵⁷

Nihayet, özel şirket davranış kodlarının yaygınlaşmasında emek ve çevre sorunlarına yönelik toplumsal bilincin artması da oldukça önemlidir. Çevre sorunlarına yönelik kamusal bilinç ve duyarlılık 1970'li yıllardan sonra artmıştır. Gelişmiş ülkelerde toplum, şirketlerin faaliyetlerinin çevre üzerine etkisine karşı kayıtsız kalmamaktadır. Bu konularda çıkarılan yasalar da; şirketleri çevreye verdikleri zararlardan sorumlu tutmaktadır. Bu nedenle pek çok şirket kendi davranış kodlarını hazırlamak zorunda kalmıştır.

52 T. H. Moran, (2002), **Beyond Sweatshops: Foreign Direct Investment and Globalization in Developing Countries**, Washington: Brookings Institution Press, s. 10-23.

53 R. Pearson ve G. Seyfang, (2001), "New Hope or False Dawn: Voluntary Codes of Conduct, Labour Regulations and Social Policy in Globalizing World", **Global Social Policy**, Vol. 1. No. 1, s. 50-55

54 Jenkins, a.g.e., s. 7.

55 C. Gonella, A. Pilling, s. Zadek, ve V. Terry (1998), **Making Values Count: Contemporary Experience in Social and Ethical Accounting**, Auditing and Reporting, Research Report 57, London: ACCA,

56 N. Kline, **No Logo**, London: Flamingo, s. 75-80.

57 Keller, a.g.e., s. 13.

Özel davranış kodları, özellikle tekstil, hazır giyim, ayakkabı ve elektronik sektörlerinde yaygındır. Çokuluslu şirketler gelişen ülkelerdeki faaliyetlerinde çalışma şartları ile çalışma ilişkilerini genellikle bu kodlar vasıtasıyla düzenlemeyi amaçlamaktadır. Bu konuda ilk girişim Levi's'den gelmiştir. Şirket, 1992 yılında bir şirket davranış kodu geliştirmiş ve deniz aşırı taşeron ilişkilerini de "etik ve işçi hakları yönetimi" kapsamına almıştır.⁵⁸ GAP, Nike, Levi's ve Rebook gibi şirketler kendi davranış kodlarını, gelişen ülkelerde çalışma şartları ve işçi haklarına yönelik olarak geliştirmiştir. Body Shop, BP, Nokia, Pepsi, Petro-Canada, Rino-Tinto, Royal Dutch /Shell, Statoil, Volkswagen, Xerox gibi şirketler de kendi etik kodlarını geliştirmiştir.

Bu kodların geliştirilmesinde "iyi bir vatandaş şirket" gibi davranma isteği önemli bir yer tutmakla birlikte, şirketlerin asıl amacının uzun dönemde kârlarını artırmak olduğu göz ardı edilmemelidir.⁵⁹ Genellikle özel davranış kodları bir şirketin, insan haklarına bakışı, şirket çalışanlarının davranışlarını düzenleyen kurallar, tüketiciyi koruma, rüşvet karşıtlığı, çevre koruma gibi konulara yönelik norm ve düzenlemelerden oluşmaktadır.⁶⁰ Bu davranış kodları oldukça farklı şekil ve büyüklüktedir. Gönüllü esasta uygulanmaktadır. Bu kodlar, kodu benimseyen şirketi ve çalışanlarını bağlamaktadır. Bu kodların çokuluslu şirketin taşeronlarına uygulanması yönünde yoğun baskılar mevcuttur. Amerikan hazır giyim ve ayakkabı şirketleri, davranış kodlarını ticaret yaptıkları ülkelerdeki taşeron ve tedarikçilerine de uygulamaktadır. Çalışma şartları ile işçi hakları konularında taşeron ve tedarikçileri de sorumlu tutmaktadır.⁶¹ Benzer olarak, bazı çokuluslu petrol şirketleri de, kendi davranış kodları uyarınca taşeronları ve tedarikçileri için de sorumluk kabul etmektedirler. Bazı şirketler de gelişen ülkelerdeki şubeleri, taşeronları ve tedarikçilerine kendi davranış kodlarını dayatmaktadır. Bu kodların ihlali halinde ilgili şirkete 10.000 dolara kadar ceza verilebilmekte veya siparişler iptal edilmektedir.⁶²

Bir yandan 1990'lı yıllarda öz-düzenlemeye dayalı davranış kodları geliştiri-

58 A. Kolk, R. V. Tuler ve C. Weltersi, (1999), "International Codes of Conduct and Corportae Social Responsibility: Can Transnationals Regulaet Themselves", **Transnationa Corporations**, Vol. 8 No. 1 s. 145.

59 Baker, Mark. 1993. 'Private Codes of Conduct: Should the Fox Guard the Henhouse?', **University of Miami Inter-American Law Review** Vol. 24, No 3. s. 404

60 S. D. Murphy (2005), "Taking Multinational Codes of Conduct to the Next level", **The George Washington University Law School Public Law and Legal Theory Working Papers** No 114, s. 11.

61 N. Krug, (1998), "Exploiting Child Labor: Corporate Responsibility and the Role of Corporate Codes of Conduct", **New York Law School Journal of Human Rights** 14: 651-76. s. 670

62 B. Williams (1997), 'Oxy's Strategy on Environment, Community Issues Key to Success of Project in Ecuador's Rain Forest', **Oil and Gas Journal**, 21 April, 45-9.

ren şirket sayısı artarken, diğer yandan da bu kodların uygulanmasına yönelik ciddi sorunlar ve eleştiriler de gündeme gelmeye başlamıştır. Özellikle sendikalarla sivil toplum kuruluşları, kendi davranış koduna sahip olan şirketlerin hızla artmasına karşın, bunların çevre ve çalışma şartlarıyla ilgili sosyal performansında gözle görülür bir iyileşme olmadığını ileri sürmektedirler.⁶³ Bu kesimler, çokuluslu şirketlerin bu girişimlerini bir “hakla ilişkiler oyunu” olarak nitelemektedirler. Bunlara göre, özel şirket veya işveren örgütlerin davranış kodları, şirketlerin sosyal sorumlulukları konusundaki görüşlerinin samimi bir ifadesi değildir. Aksine, bu girişimler, çevre ve çalışma şartları gibi konulardaki eleştiriler karşısında markasıyla şirket itibarını korumak gibi ticari kaygılar ile hükümetlerin düzenleme yapmasını engelleme isteğinden kaynaklanmaktadır. Kimi yazarlar bu kodların yaygınlaşmasını, “gerçekte sorumsuzca davranan bir endüstrinin, toplumu sorumlu davrandığına inan-dırma” girişimi olarak görmektedir.⁶⁴

6. Çok-Paydaşlı Davranış Kodları (Multi-Stakeholder)

1990’larda sivil toplum kuruluşları ve tüketicilerin baskıları, özel davranış kodlarının pek çok açıdan yetersiz kalması, çokuluslu şirketlerin sosyal ve çevresel performanslarını iyileştirmeye yönelik anlayışta önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Sonuç olarak bu değişiklikler yeni kurumsal düzenleme biçimi gelişmiştir. 1995’den itibaren şirketlerin öz-düzenlemesi yerine öne çıkan bu yeni düzenleme anlayışı, “sivil düzenleme”yi esas alan “çok-paydaşlı girişim” olarak isimlendirilmektedir.⁶⁵ Sivil düzenleme, şirketlerin giderek yükselen bir şekilde faaliyetlerini etkileyen veya faaliyetlerinden etkilenen çoklu paydaşlara karşı daha fazla sorumlu olması gerektiği fikrine dayalıdır. Bu yaklaşım, şirketlerin artan hareket kabiliyetlerinin mutlaka yükselen sorumlulukla dengelenmesi, şirketlerin finans, karlılık ve piyasa payı gibi tek bir amaç yerine sosyal ve çevresel amaçları da içeren “üçlü bir hedef” takip etmesini öngörmektedir.⁶⁶

Bu dönemde çevreye duyarlılığın gelişmesi, bu konuda baskıların artması

63 Keller, a.g.e., s. 13.

64 J. Braithwaite (1993), “Responsive Regulation in Australia”, in P. Grabowski ve J. Braithwaite eds, *Bussines Regulation in Australia’s Future*, Canberra: Australian Institute for Criminology s. 91.

65 P. Utting, (2001), “Regulating Business via Multistakeholder Initiatives: a Preliminary Assessment, in UN-NGLS ve UNRSD (eds.) *Voluntary Approaches to Corporate Responsibility: Readings and a Resource Guide* Geneva, Switzerland, s. 34.

66 P. Utting, (2001), a.g.e., s. 67.

kuşkusuz “sivil düzenleme” yaklaşımının benimsenmesinde etkili olmuştur. Küreselleşme döneminde, yönetişimin çoklu aktörlerin sorumluluğunda olması gerektiği, karmaşık küresel problemlerin çözümünde ise farklı aktörlerin yeteneklerinden yararlanmanın önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bu nedenle işletmeler ile sivil toplumun işbirliği yapması için meşru ve yeterli gerekçelerin bulunduğu düşüncesi de sivil düzenlemenin gelişiminde anahar bir rol oynamıştır.⁶⁷ Nihayet, öz–düzenlemeye dayalı şirket kodlarının bir “halkla ilişkiler” aldatmacası veya “göz boyama” olduğu şeklinde kanaatlerin yaygınlaşması da sivil düzenlemenin gelişmesinde önemli bir etkidir.

Çok–paydaşlı girişimlerin, çokuluslu şirketler dünyasında yüksek kaliteli bir diyalog yarattığı,⁶⁸ daha güçlü bir uzlaşma sağladığı, bilgi ve uzmanlıkların paylaşımını kolaylaştırdığı iddia edilmektedir. Bu nedenle sivil toplum ve işveren örgütleri ile sendikaların ve bazen hükümetlerin de katılımıyla oluşan çok–paydaşlı girişimler, daha koordineli ve daha etkili sosyal ve çevresel sivil düzenleme kodları geliştirebilmektedir.⁶⁹ Çok–paydaşlı yaklaşım, eski kamusal yönetişimin iflas etmesiyle ortaya çıkan düzenleme boşluğunun doldurulması gerektiği bir zamanda hükümet–dışı aktörlerin de katılımı ile yeni küresel kural oluşturma yaklaşımı olarak görülmektedir. Bu yaklaşım, çokuluslu şirketlere yönelik kamusal ve öz–düzenleme yaklaşımlarının sınırlamalarını aşmanın “üçüncü bir yolu” olarak değerlendirilmektedir. Bünyesinde ticari–organizasyonlar dışında kurumlarla aktörleri barındıran bu kodların, son 50 yılda geliştirilmiş en yenilikçi kurumsal tasarım ve yönetişim yöntemi olduğu da ileri sürülmektedir.⁷⁰ Bu yaklaşım özellikle ABD ve İngiltere gibi ülkelerin yanı sıra Dünya Bankası gibi kurumlar tarafından da teşvik edilmektedir⁷¹.

1990’ların sonundan itibaren bu tip davranış kodlarının sayısı hızla artmıştır.⁷² Özel–davranış kodlarının aksine, bu tip davranış kodları, çok sayıda paydaşın (şirketler, endüstri örgütleri, sivil toplum kuruluşları, sendikalar ve bazen de hükümetlerin) katılımına dayanmaktadır.⁷³ Bu kodlar, standart oluşturma,

67 J. Nelson ve s. Zadek (2002), “Partnership Alchemy: New Social Partnerships in Europe,” <http://www.copenhagencentre.org/partaleh.pdf>

68 J. Roberst (2003), “The Manufacture of Corporate Social Responsibility: Constructing Corporate Sensibility”, *Organization*, Vol: 10, No 2, s. 261.

69 L. W. Fransen ve A. Kolk (2007), “Global Rule Setting for Business: A Critical Analyses of Multi–Stakeholder Standards” *Organization*, Vol. 14, No 5. s. 688. (s. a 668–684)

70 B. Cashore, G. Auld ve D. Newsom, (2004), *Governing through markets: Foreset Certification and the Emergence of Non–State Authority*, New Haven City CT. Yale Univeristy Press. s. 4.

71 J. Braithwaite ve P. Drahos, (2000), *Global Business Regulation*, Cambridge, Cambridge University Press.

72 M. Uruminsky (2003), “Self–regulation in the Workplace: Codes of Conduct, Social labeling, and Socially Responsible Investment”, *ILO MCC Working Paper* 1. s. 18.

73 D. Vogel, (2007), “Private Global Business regulation”, *Annual Review of Political Science*, No 11, s. 269.

paydaş diyalogu, sosyal ve çevresel yönetim sistemleri, daha da önemlisi sosyal ve çevresel sorunlarla ilgili sertifikalandırma ile bağımsız denetim mekanizmalarını içermektedir.⁷⁴ Bu kodların geliştirilmesi, gelişen sosyal sorumluluk sürecinde daha tutarlı bir yaklaşım olarak görülmektedir. Hazırlanma sürecinde oldukça geniş bir dizi çıkar grubunun işbirliği yapması, bu kodların diğer kodlara göre saygınlığını ve uygulanma ihtimalini de arttırmaktadır.⁷⁵ Hazırlanma sürecine katılımlarının ve katkılarının olması, bazı sivil toplum kuruluşlarının bu kodların uygulanması için özel çaba harcamalarına yol açmaktadır.⁷⁶

Yapılan araştırmalar, sendikaların kodların geliştirilmesinde rol almasının, müzakere masasında sendikalarla çokuluslu şirketler arasındaki güç dengesini, sendikalar lehine etkilediğini göstermektedir.⁷⁷ Son dönemlerde sendikalar, şirketler ve sivil toplum kuruluşları tarafından davranış kodu geliştirmede önemli bir ortak olarak görülmektedir. Üyelik yönetimiyle işleyen bu kodların çoğunlukla çalışma şartlarıyla çalışma ilişkilerine odaklandıkları dikkat çekmektedir. Bu kodların şirketler tarafından uygulanması tamamen isteğe bağlıdır. Ancak, bir kez kabul edildikten sonra uygulayan şirketin faaliyetleri ve sosyal performansı sürekli olarak izlenmektedir.

Bu kodların içerik ve uygulanması, büyük ölçüde farklı paydaşların sağladıkları liderliğe bağlıdır. Böylesi bir hibrit sistemde ortaklar, başlangıç ve kapsamı önemli ölçüde etkilemektedir.⁷⁸ Büyük şirketlerin egemen oldukları yerde etkileri oldukça geniştir. Bu nedenle üyeler arasında çıkar farklılıklarının uzlaştırılması bazen sorun olmaktadır. Özellikle tartışmalı konularda paydaşlar arasında daha dengeli bir yapının olması durumunda, uzlaşma sağlanmasının oldukça zor olduğu bazı raporlarda ifade edilmektedir.

Çok sayıda çoklu paydaş davranış kodu mevcuttur. Bunlar: Adil Ticaret Girişimi (Fair Trade Initiative), Sosyal Şeffaflık 8000 (Social Accountability 8000), Temiz Giysiler Kampanyası (Clean Clothes Campaign), Adil Emek Örgütü (Fair Labor Association), Orman Kâhyaları Konseyi (Forest Steward-

⁷⁴ Vogel, a.g.e., s. 270

⁷⁵ I. Mamic, (2004), *Implementing Codes of Conduct: how Business Manage, Social Performance in Global Supply Chain*, ILO, Geneve, s. 43.

⁷⁶ H. Keller (2008) a.g.e., s235.

⁷⁷ A. Wawryk, (2003), "Regulating Transnational Corporations through Corporate Codes of Conduct, in F. F. George (ed), *Transnational Corporations and Human Rights*, Gordonsville: Palgrave McMillan. s. 69.

⁷⁸ A. Lapointe ve C. Gendron (2003), "The Regulatory Limits of Corporate Codes of Conduct", ESGg UQAM Working Paper No. 19. s. 11.

ship Council), Küresel ittifak (Global Alliance), Küresel Sullivan İlkeleri (Global Sullivan Principles), Küresel Sözleşme (Global Compact), Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative), ISO 14001 ve İşçi Hakları Konsorsiyumu”dur (Workers Rights Consortium).

7. Endüstri veya Meslek Örgütleri Kodları

Bir sektör veya meslek örgütü kodu, bir sektör örgütüne üye şirketlerin davranışına yönelik standartlar, kurallar ve öz–düzenleme sağlayan sosyal sorumluluk ilkeleridir. Bu tip kodlar, bir endüstri örgütü tarafından başlatılıp, izlendiği ve uygulandığı için genellikle gönüllü olma eğilimindedir. Ancak yasal olarak bağlayıcı olamayan bu tip kodların uygulanması, bazen üyeliğin bir şartı olabilir. Bu nedenle böyle bir endüstri örgütüne üye olan şirketlerin zorunlu olarak bu tip kodlar uygulamaları söz konusu olabilmektedir. Bu tip kodların en popüler olanı, “Uluslararası Kimya Endüstrisi Sorumlu Bakım” kodudur. Bu kod kimya endüstrisinde, çevre, işçi sağlığı ve güvenliği konularını düzenlemektedir. Bir başka örnek de “Amerikan Petrol Enstitüsü Çevre Yönetim Programıdır”. Bu kod Amerikan Petrol Enstitüsü’nün kuralları gereği üyeler için zorunlu ve bağlayıcıdır⁷⁹. Bazen endüstri örgütü, davranış kodlarını üyeliğin bir şartı olarak uygulamak yerine, üyelerin gönüllü esasta uygulamasını da isteyebilir. Bu tip kodların bir örneği, “Uluslararası Maden Endüstrisi, Madencilik ve Çevre Rehberidir”.

Endüstri kodlarının uygulamada genellikle gönüllülük esasına dayanması, bunlara özel kodlara benzer bir takım üstünlükler kazandırmaktadır. Öncelikle, bu kodların hazırlanması ve uygulanması görece olarak daha kolaydır. Böyle bir kodu uygulayan şirketlerin, hükümet ve tüketiciler nezdinde saygınlık kazanacağı ve kârlarının artacağı da açıktır. Bunları geliştirip uygulamanın bir endüstri için en önemli faydası, devletin “komuta–kontrol” dayalı bağlayıcı yasalarla bu endüstriyi düzenlemesine gerek kalmamasıdır. Endüstri kodları, her bir endüstrinin özel gereksinimlerini dikkate alarak tasarlanmaktadır. Bu nedenle, şirketlere yüksek esneklik ve düşük maliyetli yenilikçi yöntemler sunabilmektedir.⁸⁰ Ayrıca bu kodların geliştirilmesi, çok sayıda özel şirket kodlarının geliştirilmesini gereksiz hale getirmektedir. Buna bağlı olarak denetim ve uyum sorunları da ortadan kalkmaktadır. Bir endüst-

79 API, (2008), Environmental Stewardship Programe, <http://api-ec.api.org/envir.com> (11.10.2008)

80 Deanna H. Matthews (2003) “Environmental Management Systems for Internal Corporate Environmental Benchmarking”, *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 10, No. 2, s. a 95 – 106

ride davranış kodlarının uygulanması, uyum, denetim ile raporlama açısından standartlaşma getirmekte, güvenilirliği de arttırmaktadır. Nihayet, endüstri kodlarının, gelişen ülkelerde zayıf olan çevre ile insan hakları yasalarını takviye etmesi ve bu yasaların uygulamasına pozitif bir katkıda bulunması da mümkündür.⁸¹

Bununla birlikte, bir endüstrinin halka ilişkilerinden sorumlu, üyelerinin çıkarlarını savunan bir endüstri örgütünün çevre ile insan haklarının korunmasıyla ilgili bir programı ne ölçüde etkin ve başarılı bir şekilde uygulayacağı konusunda ciddi endişeler de mevcuttur.⁸² Endüstri kodlarının uygulanması, o endüstrinin saygınlığını arttırmaktadır. Ancak bu kodların gönüllü esasta uygulanması durumunda, bazı şirketler bunları uygulamaksızın endüstrinin artan saygınlığından istifade edebilirler. Bu durum, kısa dönemde kodları uygulayan ve maliyetine katlanan şirketlerin rekabet açısından dezavantajlı bir konuma düşürebilmektedir. Ayrıca, uzun dönemde, kodları uygulama maliyetinden kaçan şirketlerin endüstrinin saygınlığına gölge düşürmeleri de söz konusu olabilir. Bu durumun kimya endüstrisinde yaygın bir sorun olduğu bilinmektedir. Gunningham'a göre, davranış kodlarına uzun dönemli yatırım yapma kapasitesinden yoksun ve medya kampanyalarına karşı duyarsız şirketler için davranış kodlarını uygulamama yönünde bir teşvik mevcuttur.⁸³

8. Sivil Toplum Kuruluşu Kodları (Model Kodlar)

Sivil toplum kodları, çoğunlukla belli bir sivil toplum kuruluşunun hangi davranışları şirket davranış kodları açısından "en iyi uygulama" olarak kabul ettiğini göstermek üzere tasarlanmaktadır.⁸⁴ Bu kodlar, pratikte uygulanmak için hazırlanmaz. Bunların amacı, daha çok şirketlerin ve ticaret örgütlerinin hazırlayacağı kodları etkilemek veya bunlar tarafından model alınmaktır. Bunların bir kısmının ortaya çıkış amacı da, davranış kodlarında tutarlı bir dil geliştirmesini sağlamaktır.⁸⁵ Ancak bu kodların diğer kodları ne kadar etkiledikleri konusunda yeterince bilgi mevcut değildir.

81 T. W. Walde, (1992), Environmental Policies Towards Mining in Developing Countries, Centre for Petroleum and Mineral Law and Policy, s. 34 http://www.dundee.ac.uk/cepmlp/infoserv/Downloads_Free/PP3.pdf (21.11.2008)

82 A. Wawryk, (2003), "Regulating Transnational Corporations through Corporate Codes of Conduct, in F. F. George (ed), **Transnational Corporations and Human Rights**, Gordonsville: Palgrave MacMillan. s. 69.

83 N. Gunningham, (1998), "The Chemical Industry" in N. Gunningham and P. Grabosky (eds), **Smart Regulation Designing Environmental Policy**, New York: Oxford University Press.

84 R. Jenkins, (2001), s. 15.

85 M. Urminsky a.g.e., s. 20

Öte yandan, sendikalar tarafından geliştirilen etik kodlar ise, genellikle sendikaların faaliyet gösterdiği sektörde, sektör kodlarını müzakeresinde rehber olarak kullanılmak üzere hazırlanır. Ayrıca, tüm sektörler için rehberlik etmesi amacıyla geliştirilebilmektedir. Bu konuda ICFTU kodu iyi bir örnektir. ICFTU'nun temel kodu, şirketlere, taşeronlara, endüstri ve işveren örgütlerine davranış kodları geliştirme konusunda yol göstermeyi amaçlamaktadır. Birkaç bilinen istisna dışında, model kodlar, genellikle bir dizi ilke ve minimum standartlar getirmekte veya davranış kodlarının uygulanmasında takip edilecek rehber rolünü üstlenmektedir.

Sivil toplum kuruluşu kodları özel kod niteliğindedir. Bu nedenle güçlü ve zayıf yönleri özel kodlara benzemektedir. Bu kodların hazırlanması oldukça kolay ve çabuktur. Bunlar yasal düzenlemelerin yetersiz veya uygulama mekanizmalarının zayıf olduğu ülkelerde şirketlerin davranışlarını değiştirmenin etkin bir aracı olabilmektedir. Bu kodlar, şirketlerin sosyal performanslarını kolayca ölçebilmekte, ulusal yasalardaki boşlukları da doldurabilmektedir.⁸⁶ Bu konuda CERES kodları oldukça iyi bir örnek teşkil etmektedir. Bu kodun ilkeleri, çevre yasalarının ötesinde hükümler getirmektedir. Şirketlerin, minimum standartlara uymanın ötesinde, bu konuda aktif rol almalarını gerektirmektedir.

Özel kodlarla mukayese edildiğinde model kodların bazı üstünlükleri mevcuttur. Çokuluslu şirketlerin kendi kodlarını geliştirmek yerine, bu kodları benimsemeleri veya bu kodlara uygun kodlar geliştirmeleri halinde, farklı şirketlerin performanslarının mukayese edilebilmesi, denetlenebilmesi ve takip edilebilmesi mümkün olacaktır. Ancak, bu kodların bazı sınırlamaları vardır. Geçmiş deneyimlere bakıldığında, çok az sayıda şirketin bu kodları kabul ettikleri görülmektedir. Kamuoyunun şiddetli tepkisi karşısında Güney Afrika'da faaliyet gösteren ABD şirketlerinin faaliyetlerini bir ölçüde meşurlaştıran Sullivan İlkeleri istisna olmak kaydıyla, şimdiye kadar hiçbir model davranış kodu, geniş bir kamusal destek sağlamayı başaramamıştır.⁸⁷ Bunun bazı nedenleri vardır. Bu kodları uygulamanın şirketlere getireceği mali yük, kendi kodlarını uygulamaktan çok da fazladır. Bu, kodları cazip bir seçenek olmaktan çıkarmaktadır. Şirketlerin çoğunlukla bağımsız bir kurumun denetimine direnme eğiliminde olmaları da bu kodların tercih edilmemesinin bir

86 A. Wawrky, (2003), a.g.e., s. 71.

87 J. Perez-Lopez, (1993), "Promoting International Respects for Workers Rights through Business Codes of Conduct", Fordham International Law Journal, Vol. 17, No 2, s. 4.

diğer nedenidir. Ayrıca, şirketler tek bir davranış kodunun katı ilkelerine uymak yerine, kendileri için en uygun olanı seçebilecekleri bir esnekliği tercih etmektedir.

Şirketler, insan hakları ve çevre konusunda daha az maliyet getiren kendi kodlarını veya endüstri kodlarını kullanma eğilimindedir. Daha yüksek maliyet getiren model kodları uygulamamakta, hatta direnmektedirler. Ancak, model kodların mevcudiyeti sivil toplum kuruluşlarına ve tüketici kampanyalarına bir endüstriye standartlarını artırma yönünde baskı yapma imkânı vermektedir.⁸⁸ Bu durumun bir örneği, ABD’de kereste üreten bir şirketin, oldukça bağlayıcı olan “Orman Koruyucular Konseyi” kodları yerine daha az bağlayıcı olan Sürdürülebilir Ormancılık Girişimi kodlarını uygulamaya karar vermesidir. Büyük ölçekli perakendeci şirket, kendisine karşı yürütülen kampanya karşısında “Orman Koruyucular Kodlarını” yeniden uygulamak zorunda kalmıştır⁸⁹. Nihayet, son olarak, model kodların, özel kodlar gibi, etkin denetim ve uygulama mekanizmaları mevcut değildir.

III. ÇOKULUSLU ŞİRKET DAVRANIŞ KODLARININ UYGULANMASI

Davranış kodlarının uygulanması, denetlenmesi ve sonuçlarının doğrulanması, son yıllarda pek çok araştırmanın yanında sivil toplum örgütü kampanyalarının da odağı haline gelmiştir. Davranış kodlarından sadece iki tanesinin uygulamaya yönelik düzenlemeleri mevcuttur. Bunlar, kamusal niteliğe sahip BM Taslak ve UÇÖ davranış kodlarıdır. BM kodları uygulanmasa da oldukça daha detaylı uygulama süreci öngörmektedir. Bu görev için örgütsel bir mekanizma düşünülmüş ve BM Çokuluslu Şirketler Merkezi kurulmuştur. Taslak kodlar uygulamaya yönelik olarak sıkı bir denetim, izleme ile hesap verebilirlik süreçlerini içermektedir.⁹⁰

Uluslararası Çalışma Örgütü, Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika Üçlü Bildirgesi ise sadece imzalayan devletleri bağlamaktadır. Bu kod, uygulamaya yönelik olarak hükümetlere periyodik raporlama yükümlülüğü getirmek-

88 Warky, (2003), a.g.e., s 72.

89 Gary Gereffi, Ronie Johnson Garcia and Erika Sasser, (2001), “The NGO–Industrial Complex”, Foreign Policy; Jul/Aug, No: 125, s. 61, sa (56–66)

90 W, Fikentscher (1982), “United Nations Codes of Conduct: New Paths in International Law” American Journal of Comparative Law, Vol. 30. No. 4. s. 581. s. a (577–604).

tedir. Bu anlamda ne şirketlerin ne de sendikaların herhangi bir yükümlülüğü mevcut değildir.⁹¹ Kod, bilgi toplanması ve paylaşılması temelinde işlemektedir. Bu kodun etkilerini değerlendirmek için periyodik olarak hükümetler, işçi ve işveren organizasyonlarına yönelik anketler düzenlemektedir. Bu bilgi ilgililerle paylaşılmaktadır. Ayrıca Bildirge'nin gelecekte takip edeceği eylemlere de yön vermektedir. Bu kod, UÇÖ'nun yönetici organında, tartışma ve bilgi-mübadesi için bir forum işlevi gören Çokuluslu İşletmeler Alt-komitesi vasıtasıyla tartışılmaktadır. Ancak UÇÖ Kodunda ne bir uygulama ne de şikâyet mekanizması mevcuttur. Bu nedenle, nasıl uygulanacağı konusunda OECD kodu gibi ulusal kontak noktası da öngörülmemektedir. Bununla birlikte uygulama konusunda ciddi bir anlaşmazlık olması halinde, taraflar, anlaşma sağlayamadığı hükümlerle ilgili olarak UÇÖ'den "ilgili hükmü yorumlamasını" isteyebilmektedirler. Ancak bu mekanizmanın sağlıklı çalışmadığı, Alt-Komiteye şimdiye kadar sadece 5 yorumlama talebinin gelmesinden anlaşılmaktadır.⁹²

OECD Kodları da, bağımsız denetim ve doğrulama mekanizmalarına sahip değildir. Ancak kodları imzalayan ülkelere kodların teşvik edilmesi, yönetimi, yorumlanması ve uyuşmazlıkların çözümü için "ulusal kontak noktası" oluşturma zorunluluğu getirmektedir. Sendikalar ve sivil toplum örgütleri, 2000 yılından beri çok sayıda çokuluslu şirketi OECD kodlarını çiğnedikleri gerekçesiyle bu ulusal kontak noktalarına şikâyet etmiştir. Ancak, ulusal kontak noktaları etkin çalışmamaktadır. Zira şimdiye kadar çok az sayıda şikâyet çözüme kavuşturulmuştur. Sivil toplum örgütleri ve sendikaların hazırladıkları raporlar, ulusal kontak noktalarının çokuluslu şirketler hakkındaki şikâyetleri inceleme hususunda teknik ve idari bakımdan etkin ve yeterli olmadığını göstermektedir.

Bununla birlikte, özel davranış kodlarının uygulanmasına yönelik literatür oldukça zengindir. Bu konudaki çalışmalar, davranış kodlarının yaygın olduğu spor giyim, elektronik, tekstil ve hazır giyim gibi birkaç sektöre odaklanmaktadır.⁹³ Bu çalışmalar, özel-davranış kodlarının uygulama, denetim ve doğrulama

91 A. A. Fatourus, (1980), "On the Implementation of Codes of Conduct: an Analysis of Future Experiences" American University Law Review, Vol. 30: s. 953. sa 941-62;

92 ILO (2004), "Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprise and Social Policy: an Employer Guide", s. 3. http://www.ioe-emp.org/fileadmin/user_upload/documents_pdf/papers/guides/english/guide_2004march_declaramne.pdf

93 R. Jenkins, R. Pearson and G. Seyfang (2002) **Corporate Responsibility and Labour Rights: Codes of Conduct in the Global Economy** (eds.), London: Earth scan. ; D. Wells (2007), "Too Weak for the Job: Corporate Codes of Conduct, non-Governmental Organization and Regulation of International Labor Standards", Global Social Policy, Vol. 7, No. 1, s. 51*74.

açısından yetersiz ve zayıf olduğunu iddia etmektedirler. Bunun nedeni, bu kodların hiçbir bağlayıcılığının olmaması, tamamen gönüllü esasta uygulanmasıdır. Bu kodların uygulama sorumluluğu, bu kodları hazırlayan şirketlere aittir. Dolayısıyla bu kodları ihlal eden veya uygulamayan bir çokuluslu şirketin bundan dolayı yargılanması söz konusu değildir. Ancak, bazı çokuluslu şirketler, iyi niyet ifadesi olarak bu kodları uygulamaktadır. Bazılar ise ancak kamusal baskılarla da bu kodları uygulamak zorunda kalmaktadır.

Özel davranış kodlarının etkin uygulanabilmesi için denetim (audit), izleme (observation) ve doğrulama (verification) mekanizmaları gerekmektedir. Davranış kodlarının uygulanmasını sağlamanın tek yolu bağımsız bir denetim, izleme ve doğrulama mekanizmalarının bulunmasıdır. Ancak, pratikte çokuluslu şirket davranış kodlarının büyük bir çoğunluğu böyle mekanizmalardan yoksundur. Dolayısıyla özel-davranış kodlarının büyük bir çoğunluğu uygulama yöntemi bulunmayan genel iş-ahlâkı ilkeleri olmaktan öteye geçmemektedir.⁹⁴ Nitekim 246 davranış kodunun içerik analizini yapan OECD araştırması, Tablo 1'den izlenebileceği gibi, bu kodların % 66'sının ve özel şirket kodlarının % 77'sinin uygulama ve izleme mekanizmalarının mevcut olmadığını göstermektedir⁹⁵. Ancak bunların çoğunun şirket-içi izleme mekanizmalarına sahip olduğu, bunun da yönetim sisteminin rutin ve düzenli görevleri arasında sayıldığı görülmektedir. 246 kodun sadece 24 tanesi bağımsız denetim, izleme ve doğrulama mekanizmaları oluşturma konusunda hükme sahiptir. 118 çokuluslu şirket davranış kodundan sadece 7 tanesi bu tip hükümler ihtiva etmektedir.

Öte yandan, 132 davranış kodunu inceleyen bir başka çalışma da benzer bulgulara sahiptir.⁹⁶ Buna göre, kodların % 41'inde bağımsız/dışsal denetim, izleme ve doğrulama mekanizmaları mevcut değildir. Şirketlerin % 44'ü kendi kodlarını kendileri denetlemektedir. Özel-şirket kodlarının sadece % 10'nu ve sektör kodlarının ise % 5'i dışsal denetim, izleme ve doğrulama mekanizmaları öngören hükümlere sahiptir. İngiltere'de şirket kodlarını inceleyen bir başka çalışma ise, hiçbir şirketin davranış kodlarında açık bir şekilde sistematik denetimden ve izlemeden bahsedilmediğini ileri sürmektedir.⁹⁷ Şirketlerin,

94 ILO (1998), **Party on the Social Dimension of Liberalized International Trade**, GB 273/WP/DL/1(rev), ILO, Geneva.

95 OECD, (2001), "Codes of Corporate Conduct: Expanded Review of their Contents", **Working Papers on International Investments**, No. 6, s. 26.

96 A. Kolk, R. Van Tulder and C. Welters (1999), "International Codes of Conduct and Corporate Social Responsibility: Can Multinational Corporation Regulate Themselves", **Transnational Corporations**, Vo. 8 No 1, s. 168.

97 C. Ferguson, (1999), A Review of UK Company Codes of Conduct, **DFID Social Development Division**, s. 20

davranış kodlarını uygulamaya bağımsız denetimi dâhil etmek istememesi, davranış kodları konusunda samimi olmadıklarını göstermektedir.

Özetle, davranış kodları paydaşlara referansla dolu olmasına rağmen bu kodların önemli bir kısmının, kısa dönemli kârlara odaklandıklarını ve faaliyetlerinden etkilenen paydaşlarını ve onların çıkarlarını dikkate almadıklarını söylemek mümkündür.⁹⁸ Bu da, kimi yazarların çokuluslu şirketlerin davranış kodlarını uygulamasını “halkla ilişkiler” girişimi olarak görmelerini haklı çıkarmaktadır.⁹⁹ Sonuç olarak, bağımsız bir denetim ve izleme olmaksızın çokuluslu şirket davranış kodlarının yaygın bir şekilde uygulanıp uygulanmadığından emin olmanın bir yolu yoktur.

Tablo 1 Davranış Kodlarının Kapsadığı Ana Uygulama Boyutları

Kodlar	Tüm Kodlar	Şirket	Endüstri	Çok-Paydaş
Kod sayısı	246*	118	92	32
İletişim Yöntemi	147	66	59	20
Sadece İçsel	75	41	23	11
Sadece Dışsal	39	11	22	6
Her ikisi de	33	14	14	3
Eğitim ve Öğretim	52	18	23	10
Kod Yönetim Yapısı	66	21	30	13
Aktive İçsel İzleme / Denetim	108	62	25	20
Yerinde Teftiş	44	35	4	5
Raporlama İmkânı	80	33	36	10
Resmi Şikâyet Mercii	23	2	18	3
Cezalar ve İtaatsizlik Durumunda Diğer Yaptırımlar	95	50	37	25
Performans Değerleme	92	34	34	21
Performansı Raporlama	111	45	34	21
Sadece İçsel raporlama	30	21	4	4
Sadece dışsal raporlama	33	7	18	7
Her iki raporlama	48	17	12	8
Kodların Gözden Geçirilmesi	55	17	28	8
Performansı sürekli iyileştirilmesi	47	17	18	12

Kaynak: OECD, (2001), “Codes of Corporate Conduct: Expanded Review of their Contents”, Working Papers on International Investments, No. 6, s. 26.

Çokuluslu şirket davranış kodlarına uymamanın belli yaptırımlar gerektirmesi de başarılı bir uygulamanın ön şartıdır. Tablo 1’de OECD envanterinden de görüleceği gibi, sadece 95 kod, itaatsizlik durumunda belli yaptırımlar öngörmektedir. Bazı çokuluslu şirketler, taşeronlarının kodlara uymaması

98 G. Seyfang, (1999), “Private Sector Self Regulation for Social Responsibility: Mapping Codes of Conduct”, Social Policy Research Programme Working Paper No 1. University of East Anglia, s. 4.

99 D. Wells, (2007), “Too Weak for the Job”, *Global Social Policy*, Vol. 7 No 1. s. 51.

durumunda sözleşmelerini iptal etmektedir. Ancak, bu durumda da kodlarla korunmak istenen işçiler zarar görebilmektedir. Bu nedenle kodların düzgün işleyen izleme mekanizmaları kadar itaatsizlik durumlarının ele alınmasına yönelik prosedürlerin de belirlenmesi gerekmektedir.

A. ÇOKULUSLU ŞİRKET DAVRANIŞ KODLARININ SINIRLAMALARI

Çokuluslu şirket davranış kodlarının uygulamadan olduğu kadar kendi niteliklerinden kaynaklanan pek çok zayıflığı ve yetersizliği mevcuttur. Bu kodların nerdeyse tamamı gönüllü esasta uygulanmaktadır. Hazırlayanlar tarafından içselleştirilmemesi ve tasarım aşamalarında yeterli katılımın olmaması, etkin bir uygulama olasılığını azalmaktadır. Kodların yasal olarak hiçbir bağlayıcılığının olmaması, çabuk ve etkin sonuçlar alınmasını da zorlaştırmaktadır. Şirketlerin kendi geliştirdikleri ve bir başka kurumun geliştirdiği davranış kodlarına uymaması durumunda, yasal olarak yapacak hiçbir şey yoktur.¹⁰⁰ Ancak, sosyal sorumluklarını ihmal eden şirketlerin kamusal baskılarla bu sorumluluklarını yerine getirmelerini sağlamak mümkündür. Diğer yandan, çok sayıda farklı çokuluslu şirket davranış kodu mevcuttur. Bunlar, içerik ve kapsam açısından birbirinden oldukça farklıdır. Bu, çok sayıda farklı uygulamanın ve standardın bulunması anlamına gelmektedir. Bu da, kodların performanslarını değerlendirmeyi ve bunları mukayese etmeyi nerdeyse imkânsız hale getirmektedir.

Davranış kodlarının yıllardır gündemde olmasına rağmen uygulayan şirketlerin ve sektörlerin sayısının oldukça az olması da bir başka sorundur. Nerdeyse son çeyrek asırdır gündemde olmasına ve tartışılmasına rağmen bu tip kodları kabul eden ve uygulayan şirketler kadar sektörlerin de (tekstil, hazır giyim, elektronik ve spor ayakkabı ile giysi) sınırlı olması, uygulamanın da ne kadar sınırlı kaldığını göstermektedir.¹⁰¹ Gelişmiş ülkelerdeki medya ve sivil toplum kuruluşlarının kampanyalarının gündemini, bu sektörler oluşturmaktadır. Küresel bir standart olarak sunulan SA8000 kodu tüm sektörlerde uygulanabilecek bir içeriğe sahiptir. Ancak bu kod, sadece oyuncak ve hazır giyim sektörlerinde uygulanmaktadır.¹⁰² Gerek şirketlerin ve gerekse de sektörlerin büyük bir kısmının, bu tip kodları uygulama eğiliminde olduklarını söylemek

100 Singh, a.g.e., s. 6

101 A. Kolk ve R. V. Tulder, (2005), "Setting New Global Rules: TNCs and Codes of Conduct", *Transnational Corporations*, Vol. 14, No 3, s. 15

102 Keller, a.g.e., s. 56.

mümkün değildir. Bu kodlar, şirketlerin imajı ve marka değerinin önemli olduğu sektörlerde yaygın olarak uygulanmaktadır. Bu sektörlerde hem üretim maliyetlerinin ürünün satış fiyatı içindeki oranı hem de ürünün görece satış fiyatı düşüktür. Buna karşın, ürünlerin nihai satış fiyatının çok yüksek olduğu otomobil ve dayanıklı tüketim malları üreten sektörlerde davranış kodlarının uygulanması hem çok yeni hem de çok yetersizdir.

Gerçekte çokuluslu şirket davranış kodlarının sadece birkaç sektörle değil, aynı zamanda ihracat yapan bazı şirketlerle sınırlı olduğu söylemek mümkündür. Bunun nedeni, tekstil, hazır giyim, spor ayakkabı ve elektronik gibi sektörlerde üretim, emek yoğunudur. Üretimin ya tamamı ya da önemli bir kısmı deniz aşırı taşeron ve tedarikçilerinden temin edilir. Çokuluslu şirketlerin küresel üretim ağlarına bağlı olarak faaliyet gösteren ter atölyeleri olarak isimlendirilen bu tedarikçi ve taşeron işletmelerde son derece kötü olan çalışma şartları mevcuttur. Bu şartlar gelişmiş ülkelerin sendikalar ve sivil toplum kuruluşları tarafından sıkça gündeme getirilmekte ve kampanyalar düzenlenmektedir. Dolayısıyla gelişmiş ülkelerde davranış kodlarının uygulanmasına yönelik baskılar bu sektörleri esas almaktadır. Gelişen ülkelerde küresel piyasalara doğrudan veya dolaylı üretim yapan şirketlerin büyük bir çoğunluğuna yönelik bu tip baskılar mevcut değildir.

Çokuluslu şirket davranış kodlarının bir başka yetersizliği de, bunların kapsamı ve derinlikleri ile ilgilidir. Bu açıdan bakıldığında pek çok davranış kodu, UÇÖ'nün temel standartlarının bile gerisinde kalmaktadır. Bunlar, ulusal düzenlemelerde mevcut örgütlenme ve toplu pazarlık özgürlüğü gibi temel standartları bile göz ardı etmektedir. Bu kodları uygulayan çokuluslu şirketlerin büyük bir kısmı, deniz aşırı tedarikçi, taşeron ve kiralama faaliyetlerinin tamamen kodların kapsamı dışında tutmaktadırlar. Bazılar da sadece ilk kademe taşeron ve tedarikçilerini kapsama dâhil etmektedir. Daha aşağı katmanlardaki taşeron ve tedarikçileri ise kapsamamaktadır. Bu şirketlerle bir türlü bağlantısı olan ev işçileri gibi marjinal işçi gruplarını dikkate almamaktadır. Bu, çokuluslu şirketlerin davranış kodlarına karşı evrensel bir yaklaşımı henüz geliştirmediklerini göstermektedir. Bu konuda, SA8000, Etiksel Ticaret Girişimi ve Temiz Elbise Kampanyası, Küresel Sözleşme ve İşçi Hakları Konsorsiyumu gibi çok-paydaşlı kodların gelecek vaat ettiği ifade edilmektedir. Bu kodlar, spor ayakkabı ve hazır giyim sektörlerinde açık bir şekilde taşeronlar ve tedarikçilere yönelik hüküm ve tavsiyeler içermektedir. Ancak, çok-paydaşlı kodları imzalayan şirketler bu hükümleri uygulamak zorunda

değildir. Ayrıca bunlar, çocuk emeğini, iş yerinde ayrımcılığı ve zorla çalıştırmayı yasaklamakta, örgütlenme ve toplu pazarlık hakkı gibi temel çalışma standartlarını kapsamaktadır.¹⁰³

Çokuluslu şirket davranış kodlarının özellikle neo-liberal politikaların etkisiyle küreselleşme ve kuralsızlaştırma periyodunda hızla yaygınlaşması, bunların gerçek amaçlarını ve meşruiyetini de tartışmalı hale getirmektedir.¹⁰⁴ Davranış kodları çevre sorunları ve küresel değer zincirinde çalışan işçilerin çalışma şartlarını iyileştirmeye yönelik samimi bir girişimin ifadesi mi, yoksa kamusal düzenleme taleplerini boşa çıkarmak ve çokuluslu şirketlerin faaliyetlerine yönelik eleştirileri savuşturmak amacıyla mı geliştirilip uygulandığı tartışılmaktadır.¹⁰⁵ Zira kodların uygulanmasının bazı ülkelerde çalışma şartlarını daha da kötüleştirdiği ve sendikaların pazarlık gücünü de zayıflattığı rapor edilmektedir. Bu, çokuluslu şirketlerin davranış kodlarını farklı yerlerde farklı derecelerde ciddiyetle ve samimiyetle uyguladıkları, evrensel bir bakış açısı geliştiremedikleri anlamına gelmektedir.

Davranış kodlarının bazı başarılı uygulamaları mevcuttur. Ancak pek çok çokuluslu şirketin faaliyetlerinin, özellikle gelişen ülkelerde, çevre, insan hakları ve çalışma yaşamı üzerinde olumsuz etkilerinin devam ettiği bilinmektedir.¹⁰⁶ Çokuluslu şirketler davranış kodlarını “ortak genel prensip ve yöntem” olmaksızın geliştirilmektedir. Ayrıca çok farklı ekonomik, politik ve yasal bağlamlarda uygulanmakta ve değerlendirilmektedir. Bundan dolayı, davranış kodlarının geliştirilme, uygulanma ve nihayetinde değerlendirme biçimleriyle ilgili ciddi endişelerin, çekincelerin olması kaçınılmazdır.¹⁰⁷ Küreselleşmeye bağlı olarak artan çevresel ve sosyal sorunlar karşısında bu kodların uygun içerikler ve uygulama mekanizmaları geliştirmemeleri halinde, işlevsiz kalmaları, meşruiyetlerinin zayıflaması ve nihayetinde kaybedilmesi söz konusu olabilir.¹⁰⁸

Daha önce de belirtildiği gibi, davranış kodlarının etkinliğinin zayıf olması resmi uygulama mekanizmalarının olmayışına bağlanmaktadır. Uygulama ve

103 Keller, a.g.e., s. 56

104 S. Schaller (2007), *The Democratic Legitimacy of Private Governance: An Analysis of the Ethical Trading Initiative*, **Institute for Development and Peace INEF Report**, No: 91, s. 12.

105 J. C. Anderson, (2000), “Respecting Human Rights: Multinational Corporations Strike-Out” **University of Pennsylvania Journal of Labor and Empirical Law**, No 463. p. 532.

106 W. H. Meyer ve B. Stefanova, (2001), “Human rights, the UN Global Compact and Global Governance”, **Cornel International Law Journal**, Vol. 34. No. 2. s. 501–503.

107 J. Diller (1999), “A Social Conscience in the Global Marketplace? Labour Dimensions of Codes of Conduct, Social Labelling and Investor Initiatives”, **International Labour Review**, Vol. 138 No. 2, s. 101. Sa (99–129).

108 M. B. Baker, (1993) “Private Codes of Corporate Conduct: Should the Fox Guard the Henhouse?” **Inter-American Law Review** Vol. 24. s. 403. sa 399–433.

denetim prosedürlerine sahip kodların sayısı oldukça azdır. Dolayısıyla ortada ciddi bir meşruiyet ve inandırıcılık sorunu vardır. Kodlara yönelik dışsal izleme mekanizması ile bu saygınlık krizinin aşılabacağı düşünülmektedir. Ancak ampirik veriler, SA8000 gibi oldukça saygın kodların denetlenmesinde bile, denetçilerin yetersizliği, gerçeklere dayalı bilgi noksanlığı, raporların mahremiyeti, standartların esnekliği gibi çok sayıda ciddi eksik ve aksaklıkların bulunduğuna işaret etmektedir.¹⁰⁹ Bunlar ek olarak, “sertifikasyon ve denetim endüstrisinin hızla büyümesi, sosyal denetimin ticari bir sektör haline geldiğini göstermektedir. Bu davranış kodlarını uygulayan şirketlerin kendi sosyal ve çevresel performanslarını denetlemesi için özel şirketlere ödeme yaptıkları anlamına gelmektedir. Bu da davranış kodlarının saygınlığına gölge düşürmektedir.

SONUÇ

Çokuluslu şirketlerin davranışlarının etik kurallarla düzenlenmesi 1970’lerden beri politik ve sosyal gündemi işgal eden önemli bir konudur. Çokuluslu şirketlerin, faaliyet gösterdikleri ülkelerde, darbe yaptırmak, çevreye zarar vermek ve insanların ölümüne yol açmak gibi bir takım yasadışı faaliyetlere karışmaları, bu şirketlerin küresel düzeyde düzenlenmesini gündeme getirmiştir. Çokuluslu şirketleri düzenlemeye yönelik girişimlere “çokuluslu şirketlerin davranış kodları” denilmektedir. Bu girişimler yabancı yatırımlara yönelik mevcut ekonomik ve politik atmosfere bağlı olarak birkaç farklı dalgadan oluşmaktadır. Çokuluslu şirketlerin düzenlenmesine yönelik en ciddi girişim, 1970’lerin gerilimli ortamında gerçekleşmiştir. Bu dönemde, özellikle ITT’nin Şili’de binlerce insanın ölümüne yol açan askeri darbeyi desteklediğinin bir soruşturma sonucu anlaşılmasından sonra, gelişen ülkeler, BM bünyesinde çokuluslu şirketleri düzenlemeye yönelik bağlayıcı çokuluslu şirket davranış kodu geliştirmeye çalışmıştır. 15 yıl süren çalışmalardan sonra bu girişim, gelişmiş ülkelerin muhalefeti nedeniyle sonuçsuz kalmıştır. Bu dönemde OECD ve UÇÖ’nun da kendi davranış kodlarını geliştirdikleri görülmektedir. Şirketler açısından bağlayıcı olmayan bu her iki kod da halen yürürlüktedir.

1980’lerde, neo-liberal politikaların uygulamaya konulması, gelişen ülkeler-

109 LARIC (1999), “No Illusion against global Cosmetic SA8000”, *China Labour Bulletin*, Asia Monitor Center p. 5; O’Rourke, D. (2000), “Monitoring the Monitors: A Critique of Pricewaterhouse Labour Monitoring”, <http://natureberkeley.edu/orourke/PDF/pwc.pdf>

de çokuluslu şirket karşıtı politikaların sonu olmuş, davranış kodlarına yönelik girişimler büyük bir hız kaybetmiştir. 10 yıllık bir aradan sonra çokuluslu şirket davranış kodlarının yeni bir dalgası 1990’da başlamıştır. Bu kez itici güç, liberal politikalar ile birlikte, tüketici boykotları ve lobi kuruluşlarıdır. Üretimlerini gelişen ülkelere kaydıran pek çok çokuluslu şirket, bu ülkelerdeki çevre ve emek politikaları nedeniyle yoğun eleştirilere ve tüketici boykotlarına maruz kalmıştır. Çokuluslu şirketlerin çok sayıda taşeron ve tedarikçi şirketi kontrol ettikleri küresel üretim zincirinin gelişmesiyle, bu şirketlerin üretimin kalitesi kadar çalışma şartları ve çevre konularında da sorumluluk alması yönündeki talepler de artmıştır. Bazı sektörlerde çokuluslu şirketlerin sahip olduğu marka değeri ve şirket itibarını kaybetme riski onları tüketici boykotu ve medya kampanyalarına karşı daha duyarlı hale getirmiştir. Bunun yanında, iletişim imkânlarının gelişmesi ve sivil toplum örgütlerinin bu tip boykot ve kampanyalarıyla tüm dünyayı internet üzerinden örgütleyebilme yeteneği, çokuluslu şirketleri öz-düzenlemeye dayalı kendi davranış kodlarını geliştirmek zorunda bırakmıştır. Bu dönemde endüstri örgütleri ve sivil toplum kuruluşları da çok sayıda davranış kodu üretmiştir. Bu yeni dalga kapsamında özel davranış kodlarına ek olarak, sivil toplum örgütleri, sendikalar, hükümet ile çokuluslu şirketlerin faaliyetlerinden etkilenen diğer paydaşların katılımı ile “çok paydaşlı” sivil davranış kodları geliştirilmiştir.

Davranış kodlarının sanıldığığının aksine spor ayakkabı, hazır giyim ve oyuncak sektörü gibi bir kaç sektör ile sınırlı kalması ve çok az sayıda çalışanı kapsamaması, bu kodların ne kadar faydalı olduğunu tartışmaya açtığı gibi, bağlayıcı esasta kamusal kodlar geliştirme gereğini de gündeme getirmiştir. Bu açıdan bakıldığında, davranış kodlarının çokuluslu şirketleri küresel düzeyde düzenleme açısından yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Zira davranış kodlarının gönüllü esasta uygulanması karşısında pek çok gözlemci, şirketlerin bunları samimiyetle uyguladıklarına inanmamakta ve büyük ölçüde “halkla ilişkiler hilesi” olarak görmektedirler. Çokuluslu şirketlerin kendi davranış kodlarını uygulamadaki ciddiyetleri ise, büyük farklılıklar göstermektedir. Bir ülkede gösterdikleri hassasiyeti bir başka ülkede göstermeme eğilimindedirler. Kimileri, davranış kodlarını sadece kendi işletmelerinde ve şubelerinde uygulamaktadır. Bunlar deniz aşırı taşeron ve tedarikçilerine kod hükümlerini uygulamamaktadırlar. Kimileri de deniz aşırı operasyonlarında sadece ilk kademeye taşeron ve tedarikçileri davranış kodları kapsamına almaktadırlar.

Öte yandan, davranış kodları içerik, kapsam ve uygulama prosedürleri itiba-

riyle birbirinden oldukça farklıdırlar. Kimi kodlar tek bir sayfa ve birkaç ilke- den ibaretken kimileri de birkaç yüz sayfadan ve oldukça detaylı hükümler- den oluşmaktadır. Tüm kodlar dikkate alındığında, bu kadar çok sayıda farklı davranış kodunu ve bunların uygulamalarını değerlendirmek veya bunları tasnif ve mukayese etmek nerdeyse imkansızdır denilebilir. Özellikle özel- şirket davranış kodları dikkate alındığında, bunların hiçbir standart referans noktası veya genel olarak kabul edilmiş geliştirme, uygulama ve değerlen- dirme yöntemi olmaksızın oldukça farklı ekonomik, politik ve yasal şartlar- da hazırlandığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla uygulama açısından bazı başarı hikâyeleri mevcut olsa da, gönüllü davranış kodlarının bugünkü mevcut ha- liyle küresel çevre sorunlarına ve emeğin küresel düzeyde düzenlenmesine yönelik bir çözüm oluşturduğu söylemek mümkün görünmemektedir. Daha da kötüsü, zaman içinde davranış kodlarının bugünkü haliyle kalması duru- munda, sosyal ve çevresel sorunlara yönelik olarak artan talepleri karşılaya- mayacaktır. Bu nedenle belki de meşruiyetleri sorgulanacaktır. Kısaca kodlar saygınlıklarını yitirme riski ile karşı karşıyadır. Kısacası davranış kodlarının öz-düzenlemeye dayalı davranış kodları ve çok-paydaşlı kodlar istisna tutu- lacak olursa, pek çok açıdan yetersiz olduğu ve bağlayıcı kamusal kodların bıraktığı yönetim boşluğunu dolduramadığı görülmektedir. Bu boşluğu ise kamusal davranış kodlarından başka bir düzenlemenin şimdilik doldurması mümkün gözükmemektedir.

KAYNAKLAR

- Adler M. ve G. C. Hufbauer (2008), "Policy Liberalization and FDI Growth, 1982 to 2006", **Working Paper Series Peterson Institute for International Economics**. WP08-7, s. 3.
- Anderson, J. C. (2000), "Respecting Human Rights: Multinational Corporations Strike-Out" **University of Pennsylvania Journal of Labor and Empirical Law**, No 463.
- API, (2008), Environmental Stewardship Progame, <http://api-ec.api.org/envir>
- Archibugi, M. K. (2004). "Transnational Corporations and Public Accountability", **Government and Opposition**, Volume 39, Number 2, Spring 2004, s. 234-259
- Asante S.K.B (1993), "The Concept of Good corporate Citizen in International business," A.A. Fatrous (ed) **Transnational Corporations, the International legal Framework**, London: Routledge,
- Baker, M. (1993), "Private Codes of Conduct: Should the Fox Guard the Henhouse?" **University of Miami Inter-American Law Review** Vol. 24, No. 3 s. 399-433.
- Bassiry, G. R. (1990), "Business Ethics and the United Nations: A Code of Conduct" **SAM, Advanced Management Journal**, Vol. 55.
- Braithwaite J. (1993), "Responsive Regulation in Australia", in P. Grabowski ve J. Braithwaite (eds, **Bussines Regulation in Australia's Future**, Canberra: Australian Institute for Criminology.
- Braithwaite J. ve P. Drahos, (2000), **Global Business Regulation**, Cambridge, Cambridge University Press.
- Contractor, F. (1990), "Ownership Patterns of US Joint Ventures Abroad and the Liberalization of Foreign Government Regulation in the 1980s : Evidence form the Benchmark Survey", **Journal of International Business Studies**, Vol. 21. No 1.
- Diller J. (1999), "A Social Conscience in the Global Marketplace? Labour Dimensions of Codes of Conduct, Social Labelling and Investor Initiatives", **International Labour Review**, Vol. 138 No. 2, s. 101. sa (99-129).
- Evans, W. M. (1998), "International Codes of Cçduct for Multinational Corporations", in R.F. Duska (ed) **Education, Leadership and Business Ethics**, Nerderland, Kluwer, s. 257: (sa 249-272),
- Morgenstern, F. ve B. Knapp, "Multinational Enterprises and the Extraterritorial Application of Labour Law", **International and Comparative Law Quarterly** (1978), Vol. 27 No. 4. s. (769-793)
- Fatourus, A.A. (1980), "On the Implementation of Codes of Conduct: an Analysis of Future

- Experiences” **American University Law Review**, Vol. 30: sa (941–62)
- Ferguson, C., (1999), A Review of UK Company Codes of Conduct, **DFID Social Development Division**,
- Fikentscher, W., (1982), “United Nations Codes of Conduct: New Paths in International Law” *American Journal of Comparative Law*, Vol. 30. No. 4.sa (577–604).
- Fransen L. W. ve A. Kolk (2007),”Global Rule Setting for Business: A Critical Analyses of Multi–Stakeholder Standards” **Organization**, Vol. 14, No 5, s. (668–684)
- Gereffi G., Ronie Johnson Garcia and Erika Sasser, (2001), “The NGO–Industrial Complex”, Foreign Policy; Jul/Aug, No:125, s. (56–66)*
- Gereffi, G. (2001), “Beyond the Producer–Driven / Buyer–Driven Dichotomy: The Evolution of Global Value Chains in the Internet Era”, **IDS Bulletin**, Vol.: 32, No: 3.
- Gerreffi, G., J. Humphrey ve T. Sturgeon(2005), “The Governance of Global Value Chain”, *Review of International Political Economy*, Vol.: 12, No: 1, s. 78–104.
- Gladwin T. N. and I. Walter, (1980), **Multinational Under Fire**, New York: Jhon Wiley and Sons.
- Gonella, G.C. A. Pilling, S. Zadek, ve V. Terry (1998), **Making Values Count: Contemporary Experience in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting**, Research Report 57, London ACCA,
- Gunningham, N. (1998), “The Chemical Industry” in N. Gunningham and P. Grabosky (eds), **Smart Regulation Designing Environmental Policy**, New York: Oxford University Press.
- Hamilton, G. (1984), **The Control of Multinationals: What Future for International Codes of Conduct in the 1980s?** ILO: Geneva., .
- Henderson D., (2001) **Misguides Virtue: False Notion of Corporate Social Responsibility**, London: Institute of Economic Affairs.
- ILO (1998), **Party on the Social Dimension of Liberalized International Trade**, GB 273/ WP/DL/1(rev), ILO, Geneve.
- ILO (2004), ““Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprise and Social Policy : an Employer Guide”, http://www.ioe-emp.org/fileadmin/user_upload/documents_pdf/papers/guides/english/guide_2004march_declaramne.pdf
- ILO, (1977), Tripartite Declarataion of Principles Concerning Multinational Enterprese and Social Policy, <http://www-old.ilo.org/actrav/actrav-english/telearn/global/ilo/guide/triparti.htm#Preamble>

ILO, (2003) **Business and Code of Conduct Implementation: How firms use management Systems for Social Performance**, Genève:ILO

Jenkins, R. (2001), "Corporate Codes of Conduct: Self-Regulation in a Global Economy", UNRISD Technology, **Business and Society Program Paper**, No 2,

Jenkins, R., R. Pearson and G. Seyfang (2002) **Corporate Responsibility and Labour Rights: Codes of Conduct in the Global Economy** (eds.), London: Earthscan.

Jenkins, R. (2005), "Globalisation, Corporate Social Responsibility and Poverty," **International Affairs**, Vol. 81, No. 2, s. (525–540).

Keller, H. (2008), "Corporate Codes of Conduct and their Implementation: the Question of Legitimacy, in Wolfrum, Rüdiger and Röben, Volker (eds.), **Legitimacy in International Law**, Springer Berlin Heidelberg, s. (219–298)

Keohane, R. O. (2003), 'Global Governance and Democratic Accountability', in David Held and Mathias Koenig-Archibugi (eds), **Taming Globalization: Frontiers of Governance**, Cambridge, Polity Press, s. (130–57).

Kline, J.M. (1985), **International Codes and Multinational Business: Setting Guidelines for International business**, London: Qourum Boks.

Kline, N. (2002), **No Logo**, London Flamingo.

Kolk, A., R. V. Tuler ve C. Weltersi, (1999), "International Codes of Conduct and Corporate Social Responsibility: Can Transnationals Regulate Themselves", **Transnational Corporations**, Vol. 8 No. 1. s. (143–178).

Kolk A. ve R. Van Tulder (2002), **International Codes of Conduct: Trends, Sectors and Effectiveness**, Erasmus University: Rotterdam

Kolk A. ve R. V. Tulder, (2005), "Setting New Global Rules: TNCs and Codes of Conduct", **Transnational Corporations**, Vol. 14. No 3. sa.(1–27)

Kobrin, S.J. (2005) "The determinants of liberalization of FDI Policy in Developing Countries: a Cross-Sectional Analysis, 1992–2001", **Transnational Corporations**, vol. 14.sa.(67–104)

Korten, D. C. (2001), **When Corporations Rule the World**, Second Edition, Bloomfield: Kumarian Press,

Krug, N. (1998), "Exploiting Child Labor: Corporate Responsibility and the Role of Corporate Codes of Conduct", **New York Law School Journal of Human Rights** 14: s. (651–76).

Langlois C. ve B. Schlegemilch, (1998), "Do Corporate Codes of Ethics Reflect National Character? Evidence from Europe and the United States", **Journal of International Business**

Studies, Vol. 21, No. 4, sa (519–39)

LARIC (1999), “No Illusion against Global Cosmetic SA8000”, **China Labour Bulletin**, Asia Monitor Center pp. 1–14

Mamic, I. (2004), **Implementing Codes of Conduct: How Business Manage Social Performance in the Global Supply Chain**, ILO, Genève.

Matthews D. H. (2003) “Environmental Management Systems for Internal Corporate Environmental Benchmarking”, **Benchmarking: An International Journal**, Vol.10, No. 2, s.a 95 – 106

Meyer W. H. ve B. Stefanova, (2001), “Human rights, the Un Global Compact and Global Governance”, **Cornel International Law Journal**, Vol. 34. No. 2.

Murphy, S. D. (2005), “Taking Multinational Codes of Conduct to the Next level”, **The George Washington University Law School Public Law and Legal Theory Working Papers** No 114.

Murray, J. (1998) “Corporate Codes of Conduct and Labour Standards”, ILO ACTRAV WORKING PAPER, <http://www.ilo.org/public/english/dialogue/actrav/publ/codes.htm>

Nelson ve S. Zadek (2002), **Partnership Alchemy in Europe**, Copenhagen: Copenhagen Center.

OECD, (2001), “Codes of Corporate Conduct: Expanded Review of their Contents”, **Working Papers on International Investments**, No. 6.

O’Rourke, D. (2000),”Monitoring the Monitors:A Critiqu of Pricewaterhouse Labour Monotining”, <http://nature.berkeley.edu/orourke/PDF/pwc.pdf>

Pearson, R. ve G. Seyfang, (2001), “New Hope or False Down: Voluntary Codes of Conduct, Labour Regulations and Social Policy in Globalizing World”, **Global Social Policy**, Vol. 1. No. 1. s. 49–79.

Perez–Lopez, J., (1993), “Promoting International Respects for Workers Rights through Business Codes of Conduct”, **Fordham International Law Journal**, Vol. 17, No 2, sa.(1–47)

Roberst, J. (2003). “The Manufacture of Corporate Social Responsibility: Constructing Corporate sensibility”, **Organization**, Vol: 10 , No 2, s. (240–265).

Robinson, J. (1983), **Multinational Political Control**, Gower: London.

Ruggie, J. G. (2003), “The United Nations and Globalization: Patterns and Limits of Instututional Adaptation”, **Global Governece**, Vol. 9. No 2. sa.(301–321).

Sauvant K, ve V. Aranda (1994) 'The International Legal Framework for Transnational Corporations', in: A. Fatouros (ed.): **Transnational Corporations: Codes of Conduct**, London: Rutledge.

Sauvant, K. (1981), **Changing Priorities on the International Agenda: the new international economic order**, Oxford: Pergamon.

Schaller, S. (2007), **The Democratic Legitimacy of Private Governance: An Analysis of the Ethical Trading Initiative**, Institute for Development and Peace INEF Report No: 91.

Schmidheiny, S., R. Chase ve L. De Simone, (1997), Signals of Change: Business Progress towards Sustainable development, Geneva: WBCSD, s 4. <http://www.undp.org/pppue/pppueold/library/files/book1/schmidh2.html#top>

Seyfang, G., (1999), "Private Sector Self Regulation for Social Responsibility: Mapping Codes of Conduct", **University of East Anglia, Social Policy Research Programme Working paper No 1**.

Sikkink, K. (1986), "Codes of Conduct for Transnational Companies: The Case of WHO/ UNICEF Code" **International Organization**, Vol. 40 No 4.

Singh, K. (2007) Corporate Accountability: is Self-Regulation the Answer? *Countercurrents*, 24/4, s. 5. <http://www.countercurrents.org/singh240407.htm>

Sloman, J. (2007) **Economics and the Business Environment**, Pearson Education.

Tolentino P. E., (1999), "Transnational Rules for Transnational Corporations", in ed, J.Micchie and J. G. Smith, **Global Instability: the Political Economy of World Economic Governance**, Florance KY, USA: Routledge.

UN Global Compact (2008), "630 Companies Delisted as Part of Integrity Measures" http://www.unglobalcompact.org/newsandevents/news_archives/2008_06_25.html

UNCTAD, (1996), **WIR: Investment, Trade and International Policy Arrangements**

UNCTAD, **WIR 2007: Transnational Corporations, Extractive Industries and Development**, 2007, UN, Geneva.

UNCTAD, "Multinational Corporations in the Least Developed Countries", 2002, s. 3. <http://www.globalpolicy.org/reform/2002/modelun.pdf>

Uruminsky, M. (2003), "Self-regulation in the Workplace: Codes of Conduct, Social labeling, and Socially Responsible Investment", **ILO MCC Working Paper 1**.

Utting, P. (2001), "Regulating Business via Multi-stakeholder Initiatives: a preliminary Assessment, in UN-NGLS ve UNRSD (eds.) **Voluntary Approaches to Corporate Responsibility: Readings and a Resource Guide** Geneva, Switzerland.

- Van Eyk, S. C. (1995), **the OECD Declaration and Decision Concerning Multinational Enterprise: an Attempt to Tame the Shrew**,
- Vogel, D. (2007), "Private Global Business regulation", **Annual Review of Political Science**, No 11, s.a 261–281.
- Walde, T. W. (1992), Environmental Policies Towards Mining in Developing Countries, Centre for Petroleum and Mineral Law and Policy, http://www.dundee.ac.uk/cepmlp/infoserv/Downloads_Free/PP3.pdf (11.12.20089)
- Wawryk, A. (2003), "Regulating Transnational Corporations through Corporate Codes of Conduct, in F. F. George (ed), **Transnational Corporations and Human Rights**, Gordonsville: Palgrave MacMillan. (sa.53–78)
- Wells D. (2007), "Too Weak for the Job: Corporate Codes of Conduct, non-Governmental Organization and Regulation of International Labor Standards", **Global Social Policy**, Vol. 7, No. 1, s. (51–74).
- Williams B. (1997), 'Oxy's Strategy on Environment, Community Issues Key to Success of Project in Ecuador's Rain Forest', **Oil and Gas Journal**, 21 April, (45–90).
- Woldemeleket W. B. (2008), Liability of Transnational Corporations for Indigenous peoples human rights violations, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi) Uniniveristy of Tromso.
- World Bank, (2003), **Strengthening Implementation of Corporate Social responsibility in Global supply Chain**, Washington: World Bank.
- Young, L. (2005), IPE–Multinational Corporations, <http://www2.montana.edu/lmyoung/presentations/POLS400/presentations/IPE–Mutlinationals2005.ppt>, (Erişim: 07.07 08)

Üçüncü Bölüm
TÜRKİYE'DE İŞ AHLÂK

7. TÜRKİYEDE İŞ AHLÂKI GELENEĞİ

Ahmet Tabakoğlu *

GİRİŞ

Etik kurallar veya ahlâk kuralları kültürlere göre değişmekle birlikte evrensel ve değişmez yönleri de olan ve insanlararası ilişkilerde “iyi” ve “kötü” biçiminde nitelenen söz ve davranışlardır. İş ahlâkı, ahlâk kurallarının hayata geçirildiği en önemli alandır ve iş hayatında ortaya çıkan meselelerde kendini gösterir.

Felsefe, iktisat ve siyaset ile kamu yönetiminde etik tartışmalarının kökeni, çok eskilere dayanmaktadır. İktisat ve ekonomi kelimeleri tutumlu olmak, dengeli olmak gibi anlamlar taşırlar. Ahlâk ilmi felsefenin bir bölümü olarak doğmuştu ve yine ahlâk ilmi günümüz iktisat ilminin kaynağı gibi görünmektedir.

Zira ekonomi tabiri Yunan düşüncesinde ahlâk ilminin alt bölümleri olan *ethique* (ahlâk düşüncesi, insanın kendisini yönetmesi), *économie* (oikonomia, ev yönetimi) ve *politique* (kent yönetimi) kavramlarından ikincisini oluşturmaktadır. Geleneksel düşüncede bu yaklaşım oldukça önemliydi. Nitekim kütüphanelerimizde ahlâk konusuyla ilgili ve yukardaki kavramların Türkçeleştirilmesiyle yazılan veya tercüme edilen birçok eser vardır. Bu kavramlar sırasıyla *ilm-i ahlâk* (*ethique*), *ilm-i tedbîr-i menzil* (*économie*, *oeconomicus*) ve *ilm-i tedbîr-i medîne* (*politique*)dir. Türkçe’deki bu tür felsefi-tasavvufi kitapların en tanınmışları Kınalızâde Ali Efendi’nin *Ahlâk-ı Alâî*, Cemaleddîn Aksarayî’nin *Ahlâk-ı Cemâlî*, Amasyalı Hüsâmeddîn oğlu Ahmed’in Çelebi Sultan Mehmed’e (1413–1421) sunduğu *Mir’âtü’l-mülûk* adlı eserleridir.

Ahlâk bir yönüyle yaşanan bir şeydir. Etik ise, bunlar üzerindeki düşünceler ve ilkelerdir. Şüphesiz, yukarıda da değinildiği gibi, ahlâk kelimesinin etik kelimesinin karşılığı olduğu söylenebilir. Ancak günümüzde böyle bir eğilim de vardır. Son zamanlarda etik, siyaset, yönetim, iş ve meslek hayatında uyulması gereken kurallar ve ilkeler bütünü biçiminde daha yoğun olarak kullanılmakta ve ele alınmaktadır.

* Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İİBF, Öğretim Üyesi.

İş ahlâkı işverenlerle işgörenlerin ahlâkı demektir. Yani hem çalışanların hem de çalıştıranların uymak durumunda oldukları ahlâka işaret etmektedir.

İktisat gibi çalışma iktisadı da ahlâka dayanmalıdır. İşçi ahlâkının temeli işini iyi yapması, müteşebbis ahlâkının temeli ise işçinin hakkını vermesidir. Oysa günümüzün tüketicinin korunması, asgarî ücret ve gelir dağılımı gibi konuları incelediğimizde iş ahlâkının çok gerilerde olduğunu görebiliriz.

Modern anlamıyla bu alandaki tartışmaların yoğunlaşması, 1970'lerin başına rastlar. Siyaset ve kamu yönetiminde yozlaşma, uzun süre az gelişmiş ülkelere özgü bir hastalık gibi görülürken, 1970'lerde Batı ülkelerinde ortaya çıkan büyük yolsuzluklar, kamuoyunun dikkatlerinin etik sorunu üzerine yoğunlaşmasını sağlamış; etik kurallar ve standartlar ile bunları belirleyecek ve gözetecek düzenleyici–denetleyici kurumların oluşturulması çabaları hızlanmış; bu çabalara ulusal devlet kurumlarının yanında, sivil toplum örgütleri ve uluslararası kuruluşlar da katılmıştır. Bu yüzden Batı üniversiteleri ile işçi, işveren ve meslek birlikleri; iş ahlâkı alanında çalışmalar yapmak zorunda kalmışlardır. Ülkemizde, bu konuda akademik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.¹

Ancak bu tür çalışmalarda sistemin sorgulanmaktan çok, veri olarak alındığını görebiliriz: Farklı coğrafyaların, farklı dinlerin ve farklı kültürlerin iş ahlâkı üzerindeki etkileri; bir ekonomik ve sosyal dönüşüm noktası olan “Sanayi Devrimi” sonrası, dünya kapitalizminde iş ahlâkının biçimlenişi, Türk iş hayatı ve Türk işadammının özellikleri; iş ahlâkının, bugün küresel ve ulusal bazdaki sorunları ele alınmaktadır.

Günümüz kapitalizmi ahlâk açısından belli bir dengeye ulaşmıştır. Bu yüzden modern kapitalizm ahlâksızlığı akılsızlık olarak görür. Ahlâk ve erdem olmadan kalkınmanın gerçekleştirilemeyeceği ileri sürülür. Oysa modern kapitalizmin başlangıcını oluşturan merkantilizm ve sanayi devrimi dönemi, ırkların yokedilmeye çalışıldığı veya köleleştirildiği, kıtaların ıssızlaştırıldığı, uzun iş saatleri içinde kadın ve çocuk işçilerin düşük ücretlerle ve kötü çalışma şartları altında çalıştırıldıkları dönemlerdir. Modern kapitalizm zincirlerinden başka kaybedecek bir şeyi olmayan işçi sınıfıyla birlikte doğmuştur.

¹ Mesela bkz. Tathoğlu, 2005; Yine bkz. Nakvî, 1985; Macit Fahri, 2004; Bikun, 2004.

Bu dönemi geride bırakan ve sömürüyü dünyadaki Kuzey–Güney çelişkisinde yoğunlaştıran kapitalizme göre iktisat, kıt kaynakların sınırsız insan ihtiyaçlarını karşılaması için en verimli şekilde kullanılmasını amaç edinir. Ahlâk bir araç olarak burada kullanılmaya başlanır. Bilindiği gibi kişilerin kısa vadeli çıkarları ile toplumların uzun vadeli çıkarları çatışabilir. Bazı bireyler kısa vadeli çıkar maksimizasyonunu sağlamak için ahlâk dışı davranışlara sapa-bilirler. Bir toplumda bu tür davranışların artması ve genel kabul görmesi, toplumsal zayıflamaya neden olmaktadır. Günümüzde iş hayatında, ahlâk dışı davranışlar, haksız çıkar sağlama isteğinden kaynaklanmaktadır. Sorunlar sistemin işleyişini zora sokacak boyutlara ulaşmıştır.

Modern kapitalizm adil olmayan ve giderek te adaletsizliği artan bir sistem oluşturmuştur. Az gelişmiş (veya az kapitalistleşmiş) ülkelerde, gelir dağılımları artan oranda bozulmakta, ortak kamu yararı hiçe sayılmakta, vergi kaçırma, hortumlama, rüşvet ve adam kayırmacılık göze çarpmaktadır. Ülkelerin etik görünümüleri, iç ve dış kamuoyunda giderek daha çok önem kazanmakta ve ülkeler arası değerlendirmelerde en çok bakılan konuların başında gelmektedir.

Modern kapitalizm kazanmak, dövmek hatta öldürmek üzerine kurulmuştur. Geçmişin, zencileri vahşi hayvan gibi avlayıp emek piyasasına süren sömürgecilerinin, kadın ve çocuk işçileri acımasızca sömüren sanayicilerinin ve toplama kamplarında toplu imha gerçekleştirenlerin torunları günümüzde belki insan haklarını en çok savunanlardır. Bu hayat tarzı sermayeyi ve tekniği ön planda tutuyor, insan ise bunların işine yaradığı sürece değerlidir. İnsan, tekniğin ve sermayenin önünde olma hakkına sahip değildir.

Türkiye'nin ise etik davranışlara ilişkin görünümü uluslararası göstergelerde oldukça kötüdür. Bunun için ülkemizde etik davranış ilkelerini belirlemek, uygulamayı gözetmek ve etik kültürünü yerleştirmek amacıyla, 2004 yılında Kamu Görevlileri Etik Kurulu'nun faaliyete başlaması, önemli bir aşamadır, ama yeterli değildir. Çünkü Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeleri, Bakanlar Kurulu üyeleri, Türk Silahlı Kuvvetleri, yargı mensupları ile üniversitelerin yasal olarak etik düzenlemeye konu edilmemiş olması büyük bir eksikliklerdir.²

2 18–19 Kasım 2005 tarihlerinde yapılan İkinci Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu'nun sonuç bildirisinden.

I. TÜRKİYE’DE GELENEKSEL İKTİSAT VE İŞ AHLÂKI

Mensup olduğumuz toplum ve iktisat geleneği nizâm kavramına dayalı bir denge fikrini esas alır. Sosyal ve iktisadî çelişkiler Batıda olduğu gibi denge unsurlarını oluşturmamıştır. Bu sistemde modelinde sınıflaşma değil işbölümü, emek–sermaye çelişkisi değil emek–sermaye işbirliği vardır. Sömürü anlayışı değil hizmet anlayışı hakimdir.

Bu düşüncenin en önemli unsurlarını insan sevgisi, merhamet, adalet ve kul hakkı gibi ahlâkî ilkeler oluşturmaktadır. Kişinin toplumun çıkarlarını kendi çıkarlarından üstün tutması bunun asgarî şartıdır.

İktisat ahlâktan kaynaklanırsa belli bir kültürün izini taşıyabilir. Oysa, bilindiği gibi, günümüzde iktisadî tahlil ahlâk karşısında nötr olmak (a–moral) olmak iddiasındadır.

Geleneksel sosyo–ekonomik sistem içinde başkalarını kendine tercih, merhamet, hörmet, hizmet, samimiyet ve tevazu gibi kavram ve haller, ahlâk eğitiminin esasını oluşturmuşlardır.

Türkiye’de geleneksel iktisat zihniyetinin temelinde kul hakkını önemseyen toplumcu bir anlayış vardır. Sosyal adalet, dayanışma ve güvenliğin temeli olan hizmet ilkesi de bunu vurgular.³

Çağdaş Batı kapitalizmi oluşurken bunun tam zıddı bir yol izlemiştir. Kapitalizm insanları köleleştirerek, haklarını yiyerek ve gereğinde onları yok ederek oluşmuştur.⁴

Geleneksel iktisat anlayışımızda hukukî kurallar, genellikle, ahlâkî kuralların gerisinde emniyet sübabı vazifesini görürler. Mesela, zarara uğrayan kimse, zarar verenden hakkını almalıdır. Bu bir hukuk kuralıdır. Fakat affetmesi daha hayırlıdır. Bu ise bir ahlâk kuralıdır. Kişinin kazandığının sahibi ve maliki olması gerekir. Fakat bu mülkten diğer insanları da faydalandırması ahlâkî bir kuraldır.

3 “Müslümanlar, kendileri fakirlik ve ihtiyaç içersinde olsalar bile kardeşlerini kendilerine tercih ederler.” (Haşr, 59/9)

4 Mesela bkz. Sée, 1970, 43.

İnsandan istenen temel özellik, güvenilir olmaktır. Bunun için, Hz. Peygamber risalet ve nübüvvetten önce de Araplarca ‘emin’ (güvenilir) olarak biliniyordu. Yine Hz. Peygamber bu özelliğini tacir olarak da göstermişti.

Bin yıllık Türkiye iktisadıyla ilgili bilgilerin yerleştirileceği çerçeveyi belirleyen en önemli unsur adalettir. Adalet kelime anlamıyla denge demektir. İlk olarak kâinat ile ilgili adaletin sağlanmasında veya kainat görüşündeki denge- nin oluşturulmasında maddenin mananın emrine verilmesi önemli bir esastır. Çünkü ruh ebedi, madde geçicidir.⁵

Devletin varlığını sürdürebilmesi için gerekli olan gelir sağlama adalete dayanmalıdır. Nasıl ki, Aydınlanma döneminden itibaren Batı’da tabiat toplumun iş- leyişine örnek olarak alınmışsa geleneksel İslam toplumlarında da adalet ilkesi ön plana çıkarılmıştır.

Adaletin hedefi sosyal refahı sağlamaktır. devletin aldığı iktisadî kararlara ge- rekçe olarak ‘ibadullahın terfih–i ahvalleri’ yani sosyal refah gösterilir. Bu denge bozulduğunda yani devlet gelirlerini arttırma gereği ile adalet ve refah dengesi bozulduğunda bunalım ortaya çıkmaktadır.

Bireysel hayatı sosyal hayata bağlayan üç temel husus vardır: Sorumluluk, iyi niyet ve samimiyet.

Sorumluluk hayatın her safhasına şamildir ve herkesin kendi çapında sorum- lulukları vardır.⁶ Sorumluluk ferdî ve sosyal olarak ikiye ayrılır. Esas olan bireysel sorumluluktur.⁷ O halde sorumluluğu insanın çalışması ve emeği belirliyor. Şüphesiz buradaki emek kavramı en geniş anlamdadır. Sosyal so- rumluluk ise bir imtihan dünyası nüktesi içinde bunu tamamlar. Şahıs hem kendisinden hem de derece derece bütün toplumdan sorumlu olur. Bu, şahsî teşebbüs zihniyetini güçlendirmekle birlikte cemaatçi bir anlayışa yol açar.

Kişi kendisinden olduğu kadar toplumdan da sorumludur.⁸ Toplumda zulüm

5 Bu çerçevede insanın gayesi dünyadaki imtihan süresini en verimli bir şekilde ibadet (Allah’a kulluk ve Allah’ı bilmek) şuru içerisinde geçirmek olmalıdır: Zâriyât, 51/56. Hedef ise kalb–i selim (temiz kalb) elde etmek olmalıdır: Şuarâ, 26/88.

6 Hz. Peygamber şöyle buyurmaktadır: “Hepiniz çobansınız ve hepimiz güttüğünüzden sorumlusunuz. Devlet başkanı çobandır ve güttüklerinden (yönetilenlerden) sorumludur. Erkek (koca) ailesi içinde çobandır ve o da güttüklerinden (ailesinden) sorumludur. Ve hepimiz çobansınız ve hepimiz güttüklerinizden sorumlusunuz”: Buhârî, Ahkâm, I.

7 “Ve gerçekten de insan ancak kendi çalıştığını elde eder”: Necm, 53/39. Ayrıca bkz. Lokman, 31/33.

8 Kişi çevresinde ufak olsun büyük olsun bir fenalık gördüğünde eliyle, gücü yetmezse dili ile önlemelidir. Buna da gücü yetmezse onu kalbiyle kötülemedir. Ebu Davud, Salat, 1140; Melâhim, 4340.

ortaya çıktığında zulüm yapmayan ve fakat buna mani de olmayan kişi zulmedenler kadar sorumludur.⁹

Evrenin yaratılış sebebi insanın sınanmasıdır.¹⁰ Bu yüzden “homo economicus” (iktisadî adam) görüşü yabancıdır.

Davranışların değerini öncelikle iyi niyet belirler.¹¹ İyi niyet ve samimiyet, dindarlığın ve topluma bağlılığın ölçüsüdür.¹²

Bütün bunlar toplumun ayakta durmasının şartı olan umûmi ahlâkı koruma ve sağlıklı bir kamuoyunu gerçekleştirme amacındadır.¹³

Toplum–fert dengesi ferdin şahıs haline getirilip toplumun hizmetine verilmesiyle sağlanıyor. Bu zihniyet ahlâk anlayışının da temelidir. Hizmet, merhamet, hürmet, adalet gibi davranışlar bir yönüyle şahsiyet kazanmanın unsurları, bir yönüyle de toplumculuğun unsurlarıdır. En yakından başlayarak en genel anlamıyla bütün topluma yayılan bu unsurlar infâk gibi davranışlarla somutlaşmıştır.

İkinci olarak insanın dengesinin sağlanmasında aşırılıklardan kaçınmanın önemini vurgulamalıyız. Bu konudaki adalet ancak (aynı kökten gelen bir kelime olan) itidal ile sağlanır. Bütün bunları belirleyen de yine insanın emegidir. Dolayısıyla sorumlu olan yine insandır.

Üçüncü olarak toplumun dengesi konusunda getirilen ilke ve eğilimleri ele alabiliriz. Toplumun dengesi sosyal adalet kavramıyla açıklanabilir.

Şahsiyetin belirleyicilerinden olan mülkiyet, küçük ve yaygın olmalıdır. Büyük mülkiyet ve büyük sermaye kişilerin değil, devlet elinde olmuştur. Böylece gelir dağılımı bozulmamış, halk birbine düşman iki zümre oluşturmamıştır.

9 “Sizden sadece zulmedenlere isâbet etmekle kalmayacak fitneden sakınız” (Enfâl, 8/25).

10 Kur’an’da “Biz yeri, göğü ve arasındakileri boş yere yaratmadık” (Sa’d, 38/27) ve “Şurasını iyi biliniz ki, mallarınız ve çocuklarınız birer imtihan vasıtasıdır” (Enfal, 8/28) buyrulmuştur.

11 “Ameller (eylemler) niyete göredir. Kişiye niyetinin karşılığı verilecektir”. Buhârî, Bedu’l-vahy, 1; İman, 41.

12 Peygamberimiz şöyle buyurmuştur: “Şüphesiz ki, din samimiyettir. . . Allah’a, Kitabı’na, Elçisi’ne, müminlerin önderlerine (devlet başkanlarına) ve cemiyetlerine karşı olan samimiyet”. Ebu Davud, Edeb, 4944.

13 “Siz insanlar için meydana çıkarılmış en hayırlı bir ümmetsiniz. İyiliği emreder kötülükten vazgeçirmeye çalışırsınız. Çünkü Allah’a inanıyorsunuz” (Al-i İmran, 3/10).

Toplumculuk devletçilikle tamamlanır. Ancak bu devletçiliği iktisadî anlamda ve devletin üretime girmesi ve rant oluşturması şeklinde anlamamak gerekir. Bu, tamamen denetim anlamındadır. Hatta devlet mülkiyeti de *rakabe*, yani denetim demektir.

Geleneksel iktisat imtiyaz tanımaz. İşbölümü kabul edilmekle birlikte, bu olgu sınıflaşmaya dönüşmediğinden, bu hükmü hem sebebin hem de sonucun bir boyutu olarak görmek mümkündür. Kabiliyet ve gelir farklılıkları, işbölümünün ve sosyal hareketliliğin sebebidir. Kişiler ancak ilmi ve ahlâki yönleriyle üstünlüğe sahip olabilirler. Vakıflar gibi sosyal hizmet kurumlarının gelişmesi sınıflaşmanın oluşmadığının göstergelerindedir. Sosyal görevlerdeki farklılaşma hukukî ve siyasî imtiyazlara yol açmamalıdır. Hukukun herkese eşit olarak uygulanmalıdır.

Emek en yüce değer kaynağı ve temel üretim faktörü olarak kabul edilmiştir.¹⁴ Teşebbüs de emek kavramı içersinde ele alınır. Emeksiz kazanç asgari seviyede tutulmaya çalışılmıştır. Ribanın yasaklanışının temel sebebi budur. Belirtilen istisnalar dışında, emek-kazanç dengesinin bozulması konusunda büyük bir duyarlılık gösterilir. Haramlık şüphesi bulunmayan kazanç el emeğinin ürünü olan kazançtır.

Emeğe verilen önem, emeksiz kazançlara yani **ribaya** cephe alınmasına yol açmıştır. Bu ad altında toplanan her türlü faiz, zamanla oluşan rant ve spekülâtif kazançlar yasa dışı kabul edilmiştir. Buna karşılık kâr güdüsü girişim özgürlüğüne paralel olarak çok geniş çapta kullanılmıştır. Ribanın asgariye indirilmesinin yolu öz sermayeye dayalı bir ekonomi kurulması ve kredi kullanımının azaltılmasından başka bir şey değildir. Bu da (az sayılı) ortaklıkların teşviki ile olur.

Kapitalist ülkeler kalkınmalarını büyük ölçüde emek (önce köle sonra işçi) sömürüsüyle sağlamışlardır.

Sermayeye genellikle emekle birlikte üretim faktörü olma şansı tanınmış, üretim cihazının dışında atıl kalmaması öngörülmüş veya üretime bir kredi kaynağı olarak katılarak faiz gelirine bağlı kalmaması istenmiştir.

14 Kur'an'daki "Ve gerçekten de insan ancak kendi çalıştığını elde eder." (Necm, 53/39) âyeti bunu ifade eder. Hz. Peygamber de kazancın en üstününün el emeğinin ürünü olduğunu belirtir: "Hiç kimse elinin emeğinden daha hayırlı bir şey yememiştir." Buhârî, Büyü', 15.

Emek ile sermaye, işçi ile işveren arasındaki dengenin sağlanmasının ilk şartı hayat tarzlarında makul bir farklılıkla birlikte işçi ile işverenlerin birbirlerini rakip değil tamamlayıcı olarak görmeleridir.

Bir başka deyişle işçi–işveren ilişkileri mutlak değil nisbî ilişkilerdir yani bir kişi aynı anda hem işçi hem de işveren olabilir. Bu temel olgu İslâm toplumlarında sadece emeğiyle geçinen, Batıdakine benzer bir ‘işçi sınıfı’nın doğmasını önlemiştir. Sadece emeğiyle işe başlayan bir kimsenin, bir müddet sonra sermaye sahibi olmasının önünde hiç bir engel yoktur.

Yine özel mülkiyetin yaygınlaşmasını ve sermayenin belli ellerde toplanmasını sağlar. Böylece mülk sahibi olanlarla olmayanlar ayrımı ve dolayısıyla bu ayrımın tabii bir sonucu olan sosyal sınıflaşma ortaya çıkmaz. Emeğin teşkilatlanması sınıfsal karaktere bürünmemiş, işçi ile işveren, esnaf sisteminde, aynı çatı altında birleştirmiştir.

Vakıflar gibi sosyal hizmet kurumlarının gelişmesi sınıflaşmanın oluşmadığının göstergelerindedir. Sosyal görevlerdeki farklılaşma hukukî ve siyasî imtiyazlara yol açmamalıdır. Hukuk herkese eşit olarak uygulanmalıdır.

Özel mülkiyet açısından emeğin öncelikli bir yeri vardır. Miras, hibe, vasiyet gibi durumlar müstesna, temelinde emek olmayan mülkiyet meşru değildir. Ancak emek sarfetmenin, çalışmanın meşru olması da gerekir.

Emekle sermayenin üretim sürecine birlikte katılmaları, karşılıklı riziko yüklenmeleri ve çoğunlukla kâr ve zarara ortak olmaları işbirliği içinde olmalarını zorunlu kılar. Yani sermayeye emekten bağımsız statü tanınmaz. Böyle olması bu faktörlerin birbirleriyle çeliştiklerini kabul etmek anlamına gelirdi. Yine bu, sonuçta, sermaye tahakkümü demektir.

Rizikosuz ve emeksiz sermaye kazançları (ribâ) hem emek sömürsünü artırır hem de emeği üretim sürecinden koparır. Bu da çalışmadan kazanmayı özendiren bir durumdur ve sermayenin belli ellerde toplanmasının sebeplerinden birini teşkil eder. Oysa servetin yaygınlaştırılması ve zekat ilkeleri sermayeyi aşağı gelir gruplarına da yönelterek sosyal refahın toplam gelirle birlikte artmasını sağlar.

Sermaye kullanımı, temerküz, ribâ, karaborsa, tekel, kumar, sömürü ve israf yasakları gibi kayıtlarla toplumun bütün müteşebbis kesimlerine bırakılmıştır. Sadece devlet, özel sektör üzerinde bir denetim mekanizması kurar ve sermayenin bu şekilde kullanımı sosyal refahı yükseltir.

Toplu sözleşme düzeni, Batı'daki sanayi devriminin bir sonucudur. Grev vakıası temelde XIX. yüzyıl Avrupa'sındaki işçi sefaletinden kaynaklanmıştır. Grev ve dolayısıyla lokavta yol açan unsurlar kapitalizmin yapısında mevcut olduğu için grev ve lokavt bu sistem içinde kurumlaşmıştır.

Ücret, temelde emeğin kira bedelidir ve üretim ve gelirden aldığı paydır. Bu yönüyle bölüşüm konusu içinde yer alır. Bölüşüm konusu hem gelirin oluşması, hem harcanması ve hem de yeniden dağılımı safhalarına ayrılabilir.

Servet ve mülkiyetin yaygınlaştırılması; fiyat istikrarı; sermayenin atıl kalmaması; ribâ ve israf yasakları; üretime emek, sermaye ve riziko (daman) unsurlarından en az ikisinin katılması birinci safhanın konusudur. İnfâk ikinci safhanın, zekat ise üçüncü safhanın konularıdır.

Günümüzde emeğin hor görülmesinin temel sebebi insanın hor görülmesidir. İnsan bir beşerî sermaye, bir kaynak, bir işçi, bir tüketici, bir müşteri vs. gibi ele alınabilir ama bir "insan" olarak ele alınmaz. İnsanın insan yerine konmaması emek sömürsünün de yoğun olmasının göstergelerindedir. İslâm ülkelerinde bu daha da çok belirgindir.

Oysa kişi haklarıyla toplum haklarının çatıştığı noktalarda toplum haklarının tercih edileceği kurullaştırılmıştır. İnsanlar doğuştan 'hür ve eşit' tirlir.¹⁵ Bu, eşitlik kavramı ile 'işe en yakından başlama' ilkesi birbirini tamamlar. Toplumsal bütünlüğün bireylerin en yakın çevrelerinden, ailelerinden, akrabalarından ve komşularından başlayarak sağlanması amaçlanır.

Kapitalist devletin büyükleri ve büyümeyi teşvik politikası söz konusu olmadığı gibi küçük üreticiliğin ve girişimciliğin hakim kılındığını tarihî tecrübe ispatlamaktadır. Bu ilke aynı zamanda iktisadî güçlenmenin belli bir zümrenin değil; bütün toplumun görevi olduğunu gösterir. Burada sosyal adalet adeta bir finansman faktörü olarak kullanılmıştır. Emeği en yüce değer olarak

15 Hz. Peygamber "Bütün kulların hepsinin kardeş olduklarına tanıklık ederim" buyurur. Ebu Davud, Salât, 1508

gören, kanaati ön planda tutan, servet ve mülkiyetin yaygınlaştırılmasını sağlayan, sosyal refahı gerçekleştirmeyi amaçlayan bir sistem kurulmuştur.

Devletin iktisadî ve malî siyaseti dört temel hedefe yönelik olmalıdır: İsrafın bertaraf edilmesi, adil gelir bölüşümü ile servet ve mülkiyetin yaygınlaştırılması, ¹⁶ iktisadî bağımsızlığın sağlanması ve iktisadî istikrar.

Bu esaslar aynı zamanda ahlâkî ilkelerdir. Çünkü israf, üretimin en önemli faktörü olan emeğe ve insana saygısızlık anlamına gelir. Aynı zamanda tabiat ve çevreye de saygısızlık demektir.

Bu hedeflerin başında israfın bertaraf edilmesi gelir. Kapitalizmin temeli olan kitlevî üretim ve kitlevî tüketim israfın günümüzdeki başlıca kaynakları olarak gösterilebilir. Bunlar aynı zamanda kitlevî işsizlik ve tabiatın kitlevî tahribi demektir. Batı ülkeleri sömürgeleştirdikleri ülkelere hammadde sağlamak ve onları mamul madde satma yoluyla kalkınmalarını gerçekleştirmişlerdir.

Geleneksel ekonomi, bir ihtiyaç ekonomisidir. Kapitalizmin dayandığı kitlevî üretim olgusu benimsenmez. Buna karşılık **ihtiyaca göre üretim** fikrini uygular. İlk bakışta bu yaklaşımın yüksek bir üretim kapasitesi oluşturamayacağı düşünülebilir. Ancak **küçük üreticiliğin** hakim kılındığı bir sistem içinde herkesin ihtiyacını gidermeyi hedefleyen yüksek bir üretim seviyesi tutturulmuştur. İhtiyaçların başında halkın beslenme, giyinme ve barınma ihtiyaçları gelir. Bu yüzden tarım ve **küçük sanayi** sistemiyle savunma ihtiyaçlarını gidermeye yönelik sanayi faaliyetleri öncelik taşır.

Tüketimi arttırmaya eğilimli bir üretimi öngörülmez. Talebi ve ihtiyaçları tahrik edecek, dolayısıyla tüketimi iktisadîyatın motoru haline getirecek bir kapitalist üretim tarzı yabancıdır. İsraf kesinlikle yasaklanmıştır. Fazla üretim kapasitesi, lüks meta üretimine değil, sosyal, manevî ve kültürel olgunlaşmaya yöneltilmelidir.

Üretim ihtiyaca göre olduğundan tabii kaynakların israf edilmesi söz konusu değildir. Bu temel üzerinde oluşan üretim tarzı halkın beslenme, barınma, giyinme ve ulaşım konularındaki ihtiyaçlarını karşılar. Devlet bu konuda de-

¹⁶ Bu ilke şu ayete dayanır: “(Servet) içinizden yalnız zenginler arasında dolaşan bir iktidar vesilesi olmasın” (Haşr, 59/7).

netimle yükümlüdür. Böylece israf kültürü aşıl原因an reklamcılık, sürüm ve iktisadî kalkınma faktörü olarak sömürgecilik ve savaş, nihayet talebin daralmasıyla ortaya çıkan işsizlik belirmez. Ancak bugün İslam ülkelerinde israf yasağının umumi bir kültür yozlaşmasının da etkisiyle tahrip edilmesi önemli bir ilkenin devre dışı kalmasına yol açmıştır.

Kapitalizm, hevesleri sınırsız burjuva tipini oluşturmuş ve onu homo-economicus ismiyle modelleştirmiştir. Oysa üretim tarzının hedefi ise insanın tüketim ihtiyaçlarını gidermekle birlikte sonsuz maddî tatmin eğilimi yerine sonsuz manevî tatmin imkanlarını vermek olmalıdır. Yine harcamalarda ve tüketimde itidal savunulmalıdır. Harcama ve tüketim eğiliminin yaygın bir şekilde canlı kalması istenmiştir. Alkollü içki, kumar ve talih oyunlarının yasaklanması ile lüks ve israf yasağı toplumda az çok bir tüketim dengesi sağlar.

Adil gelir bölüşümü ile servet ve mülkiyetin yaygınlaştırılması: sermayenin ve firmaların büyümesini önleyerek küçük ve orta işletmeciliği yaygınlaştırır, orta sınıflaşmayı sağlar. Böylece toplumdaki kin ve intikam duygularının yeşermesini ve rantların ortaya çıkmasını büyük ölçüde önler. Geleneksel ekonomimizde büyük işletmelerin oluşmadığını biliyoruz. Devletin ekonomik fonksiyonları denetim ve güvenliği sağlama ile sınırlanmıştı. Büyüme, rantları ortaya çıkarır ve kul haklarını dikkate almamayı gerektirir.

İslâm toplumunda sosyal sınıflar, Batı anlamında, ortaya çıkmamakla birlikte iktisadî farklılaşma bir gerçek olarak kabul edilmiştir.¹⁷ İnsan doğuştan cinsiyet, yetenek, zeka gibi yönlerden farklı özellikler taşır. Öncelikle doğuştan gelen farklılıklara dayandırılabilir olan iktisadî farklılaşma iş bölümünün, sosyal hareketliliğin ve iktisadî faaliyetlerin canlılığının temelidir. Bu tabakalanma iktisadî faaliyetin canlılığı için gereklidir. Gelir, yetenek ve güç farklılaşmaları bir üstünlük sebebi değil dünya hayatındaki sınamanın aletleri olmalıdır.¹⁸ Bireylere üstünlük ilmi¹⁹ ve ahlâkî²⁰ ve anlamlarda tanınmıştır. Bu yüzden İslâm toplumlarında toprak aristokrasisi ile sanayi ve ticaret burjuvazisi oluşmamıştır.

17 “İnsanları derecelendirdik ki, birbirleriyle iş görsünler” (Zuhruf, 43/32).

18 “Allah, sizi yeryüzünün halifeleri yapan, bize verdiği şeylerde sizi imtihan etmek için derecelendirendir” (En'am, 6/165).

19 Hucûrât, 49/13.

20 Zümer, 39/9.

Tarihî tatbikattan çıkardığımız netice devletin siyasî nüfûza yol açan büyük toprak mülkiyetlerine mani olması gereğidir. Boş toprakların da işletmeye açılması özendirilmiştir. Büyük tarımsal topraklarda, kişilere kullanım hakkının tanınması yanında, kural olarak devlet mülkiyeti tanınmıştır. Daha Hz. Peygamber döneminde iktâ denilen bu uygulama sonraları tımar sistemi olarak yaşatılmıştır.

İktisat siyasetlerinin üçüncü önemli hedefi bağımsızlığın sağlanmasıdır. İktisadî bağımsızlık herşeyden önce bir teknoloji üreten ve bağımlı olmayan sınıfla gerçekleşir. Bunun için devlet, kendi ihtiyacına uygun teknolojiler üretebilmeli, yeterli bir savunma sanayiine sahip olmalı ve yine ihtiyaçları gidermeye yönelik bir sanayi sistemi oluşturmalıdır. Bu sanayi siyasetinin esası; kaynakların israf edilmemesi, çevrenin ve insanın olumsuz yönde etkilenmemesidir. Toplum bir tüketim çılgınlığı içine girmediği gibi yeryüzü kaynaklarını israf eden, sürekli enflasyon ortamı ve adaletsiz gelir dağılımı yaratan sanayileşmeye de yabancı olunmalıdır. Oysa kapitalist sistemde sanayileşme siyaseti alt ve üst gelir kümeleri arasındaki farkı çoğaltır. İnsanları tüketim sanayilerinin esiri haline getirir. Oluşan gelir fazlaları israf sanayilerinin daha da büyümesini sağlar. Eğlence ve fuhuş “kesimlerinin” gelişmesinin de sebebi büyük ölçüde budur. Üretim faaliyetleri ihtiyaçlara göre ayarlı olunursa ve tabiatın korunmasına büyük bir önem verilirse sanayi sistemi insana ve tabiata karşı bir tehdit oluşturmaz.

İktisat siyasetlerinin dördüncü hedefi iktisadî istikrardır. Bu ise zengin daha zengin fakirin daha fakir olmamasının yani sosyal adaletin sağlanmasının temel şartlarındandır.

İstikrarın üç önemli esası üretim ve arzın yüksek seviyede tutulması, istikrarlı para sistemi ile fiyat ve kalite denetimidir. Bu yüzden ilke olarak fiyatların teknelci eğilimlerin önlenmediği serbest bir piyasa ortamında oluşması istenmiştir. Teknelci eğilimler önlenemediği takdirde fiyatların serbest piyasada oluşabilecek fiyatın ne olacağı araştırılarak bir fiyat ve kalite denetim sistemi oluşturulmuştur. Bu sistem kamu otoritelerine malların üreticiden tüketiciye en kısa yoldan intikalini sağlama görevini yükler.

İstikrarlı ve reel para sistemi, belirsizlik ve bilinmezliklerin giderilmesi ilkesinin tabii bir sonucudur. Paranın sadece mübadele aracı olma fonksiyonu ön plana çıkarılmıştır. Yine madenî para sistemi asırlarca fiyat istikrarının en önemli amili olmuştur.

Fiyat ve kalite denetimi narh sistemi olarak yaşamıştır. Buna göre fiyatların, ilke olarak, tekelci müdahalelerin olmadığı bir piyasada serbestçe oluşması istenmiştir. Devlet veya tekelci güçler tarafından yapılacak müdahalelerin ticaret hacmini daraltacağı ve karaborsaya yol açacağı bilinmektedir. Özellikle ithal mallarına yapılacak böyle bir müdahale mal gelişini engeller. Ancak eksik rekabet şartları altında ve özellikle ihtikar ortamı oluştuğunda fiyatlar devlet denetimine tâbidir. Fiyat denetimi gibi narh sistemi içinde yer alan kalite denetimi ve standardizasyon da aynı zamanda bilinmezlik ve belirsizliklerin giderildiği reel ekonominin gereğidir.

Üretimin miktarı yanında kalitesi ve standartlara uygunluğu da denetim altında tutulmuştur. Fiyat denetimi ile birlikte narh sisteminin bir yönünü teşkil eden bu uygulama üretici ve tüketiciyi korumaya yönelikti.

Yine ticarî faaliyetlerde tüketiciyi aldatacak davranışlardan kaçınılması, mal fiyatlarını yapay olarak yükseltecek spekülâtif müdahalelerden uzaklaşılması istenmiştir. Mal komisyonculuğu yasaklanmış, malların üreticiden tüketicieye en kısa yoldan ulaşması amaçlanmıştır.

Kapitalizmin oluşturup idealize ettiği homo economicus'un temel sâiki ferdî menfaattir ve bunun somut şekli burjuvadır. Bizde ise toplum yararını kendi çıkarından üstün tutan, kanaatkâr fakat müteşebbis insan tipi idealize edilmiştir. Ahiler bunun somut örnekleridir.

II. FÜTÜVVET, AHİLİK ve İŞ AHLÂKI

Geleneksel iş ahlâkının esasları ve ahlâkî davranışların zihnî kökleri, işbölümü anlayışı içerisinde başka bir anlam kazanan, emeğiyle çalışan grupların yönetmelikleri mahiyetinde olan fütüvvetnâmelerde dile getirilmiştir.

A. FÜTÜVVET, İSLÂM ve TASAVVUF

Fütüvvet kelime olarak gençlik anlamına gelir ve eski Arap geleneğinde kahramanlık, misafirperverlik ve cömertlik anlamlarını da taşır. Bunun yanında mertlik, delikanlılık, yiğitlik, diğergamlık (altruizm), fedakarlık gibi anlamlar taşıyan islâmî-tasavvufî bir kavramdır.

Fütüvvet ve ahilik öncelikle bir gençlik ülküsüdür. Bu yüzden gençlik meselesi hem kavram hem de kurum olarak kültürümüz ve tarihimizde büyük bir yere sahiptir. İslâmî gelenekte fütüvvet ve ahiliğin ne denli önemli olduğu çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur.

Ancak fütüvvet her toplumda ve çağda görülebilen ve gençlerin bir arada olma, grup oluşturma ihtiyaçlarından kuvvet alıp gelişen kurumlardır.

Bu kavram, Batı'daki şövalyelik, İran'daki civanmertlik (bu kelime cömertlik şeklinde de okunmuştur), Japonların samurailik, eski Türklerdeki akılık ve alplik ülküleri gibi her toplumda görülebilen bir yiğitlik ülküsü olarak eski Arap toplumunda da mevcuttu. Önceleri sadece cömertlik, misafirperverlik ve kahramanlık boyutlarına sahip iken zamanla islâmî ve tasavvufî derinlikler kazanmıştır. Türklerin müslüman olmasından sonra da ahi teşekküllerinin kurulmasında manevi ve fikri tabanı oluşturmuş, Türklere özgü vasıflar kazanarak bu teşekküllerde yaşamış, etkisini günümüze kadar sürdürmüştür.

Yine bu kavram zamanla İslâmî bir muhteva kazanmıştır ve daha İslâm'ın ilk yüzyıllarında fityan denen fütüvvet yani gençlik birlikleri kurulmaya başlanmıştır. Bu birlikler özellikle kafa dengi bekâr gençlerin birarada bulunma ihtiyaçlarından kaynaklanmıştır. Hz. Peygamber'in gençlere özel bir önem verdiği biliniyor.

Tasavvuf hareketi başlarken fütüvveti de etkilemiştir. Hasan Basrî gibi ilk mutasavvıflar fütüvvet birlikleriyle yakından ilgilenmişlerdir. O kadar ki ilk sofilerden beri fütüvvetle tasavvuf arasında muntazam bir ilişki kurularak fütüvvet teşekkülleri adeta bir tarikat görüntüsü almışlardır. Hatta fütüvvet silsilesi tıpkı bir tarikat gibi Hz. Ali vasıtasıyla Hz. Peygamber'e ulaştırılmıştır.

Fütüvvet ehli çoğunlukla kavli ve seyfi olarak ikiye ayrılır. Seyfiler Hz. Ali'ye isnad edilirken kavlîler Hz. Ebû Bekir'e ulaştırılır. Kavlîler çok kere esnaf ve sanatkâr, seyfiler ise silahlı gençlik (fityan) birlikleri şeklinde karşımıza çıkar.

İslâm'ın yayılmasına paralel olarak fütüvvet ülküsü ve teşekkülleri bütün Orta ve Yakındoğu ile Kuzey Afrika'da görülmeye başlamıştır. Bu birliklerin haçlılar ve batfînîlerle mücadele ettikleri bilinmektedir.

Müslümanların zamanla müştereken kullandıkları fütüvvet ıstılahı tasavvuf aracılığı ile İslâmî anlayışla zenginleştirilmiş ve bu kelimenin öznesi olan fetâ denince faziletli insan tipi akla gelmiştir.

Kurân'da fetâ (çoğulu fitye veya fityan) kelimesi 7 yerde geçer. Yusuf sûresi 4 ve 62. ayetler. Kehf sûresi 10, 13, 60 ve 62. ayetler ve Enbiya sûresi 60. ayet). Sathî bir bakışla fetâ kelimesinin ve çoğullarının sadece genç adam manasıyla zikredildiği zannedilebilir. Yalnız bu kelime ile sıfatlananlar gözönüne alınınca bunun iffet, emanet, doğruluk, dindarlık, şefkat, dostluk, cömertlik, takva, vefa gibi vasıfların belirtilmesi için kullanıldığı neticesine varılabilir.²¹

Fütüvvet anlayışına temel teşkil eden hadisler nakledilmiştir. Mesela Kuşeyrî "Kul müslüman kardeşinin ihtiyacını giderdiği müddetçe Allah da onun ihtiyacını giderir"²² ve Muhyiddîn b. Arabî "Bir kavmin efendisi ona hizmet edendir"²³ hadislerini naklederler. Bir başka hadiste de "İnsanların en hayırlısı insanlara faydalı olandır" buyrulur.²⁴ Tasavvufî eserlerin fütüvvet bahislerinde ve fütüvvetnamelerde bu ilkeler işlenmiştir.

Fütüvvet ilkeleri X. yüzyıldan itibaren bağımsız eserlerde işlenmeye başlamıştır. Bu ilkeler bu eserlerde ve gerçek hayatta işlene işlene âdeta bütün İslâmî ve insanî faziletleri ihtiva eden bir mahiyet kazanmıştır. Sabır, samimiyet, cömertlik, yiğitlik, sözde durma, Allah'tan başkasına kul olmama, sürekli gelişme ve kendini yenileme, tevazu, geçimli olma, hürmet, merhamet, dürüstlük, iyi kalplilik hep fütüvvetin esasları arasında sayılmıştır.

Sonuçta fütüvvet ve ahilik anlayışı Kur'an'a ve Hz. Peygamber'in sünnetine dayandırılan ilkeleriyle İslâmî-tasavvufî düşünce ve hayat telakkisinin içinde yer alır. Bu anlayış tasavvufî eserlerde işlene işlene adeta bütün İslâmî ve insanî faziletleri barındıran bir mahiyet kazanmıştır.

Fütüvvet ilkelerinden herhalde en önemlisi sosyal dayanışma ve hizmet anlayışıdır. Bu konuda din farkı bile önemli değildir.

Özellikle "elini, belini ve dilini korumak" şeklinde ifade edilen ahlâklılık ve namusluluk ilkesi fütüvvetin ve dolayısıyla İslâmî gençlik düşüncesinin en önemli yanlarından biridir.

21 Erdebilî, 99b; Hartburî, 109.

22 Kuşeyrî, 1319, 112.

23 Muhyiddîn b. Arabî, 1269, 262

24 Cevdet, 1932.

Fütüvvetin Hz. Peygamber'in sünnetine tabî olmak olarak da ifade edilmesi bu ülkünün tamamen İslâmî bir hayat yaşamak anlamına geldiğine bir delildir.

Daha İslâmî dönemlerin başlangıcından itibaren tasavvuf ile yoğun bir etkileşim içerisinde bulunan fütüvvet birlikleri içinde IX. yüzyıldan itibaren esnaf birlikleri oluşmuş ve emekçi zümreler fütüvvetin sağladığı ortak yaşayış biçimi etrafında birleşmeye başlamışlardı. Zaten Abbasî hilafetinin başlangıcı olan bu devirde sınaî gelişme ve artan nüfusun şehirlerde toplanması birleşme ihtiyacını doğurmuştu.²⁵ Bir başka deyişle gençlerin, fütüvvet ülküsü çerçevesinde, bir iş ve meslek sahibi olmaları gerektiği fikri onları böyle bir iktisadî birlik oluşturmaya itmişti.

Yine aynı yüzyılda Türkistan'da, ahî unvanı taşıyan mutasavvıflara rastladığımız gibi, Türkistan'dan Anadolu'ya kadar olan sahalarda fütüvvet ülküsünün esnaf ve sanatkârlar arasında yaygın olduğu bilinmektedir.²⁶

B. FÜTÜVVET VE AHİLİK

Ahilik Orta-Asya'dan beri görülen akı yani cömertlik felsefesinin İslâmî fütüvvet geleneğiyle kaynaşması ile ortaya çıkmıştır. Burada önemli olan her toplumda görülebilen gençlik, yiğitlik, ahlâklılık, diğergamlık ülkülerinin belli geleneklerin tesiri altında özgün bir karaktere bürünmesidir.

Ahi düşüncesi her zümreden insana hitap etmekle birlikte özellikle esnaf birlikleri şeklinde müesseseleşmiştir. Bu birlikler sosyal güvenlik ve kooperatif kurumları özelliğini de barındırmaktadırlar. Bir başka açıdan devletin sınaî ve ticari kesimlerdeki uzantılarıdır. Devlet bu birlikler aracılığıyla sınaî üretimi vefiyatları denetim altında tutar, piyasaları düzenlerdi.

Ahilik, fütüvvetin Türkler arasında özellikle Anadolu'da aldığı isimdir. Ahilerin, Anadolu Selçuklu Devleti'nin son zamanlarında sosyal ve iktisadî yapının büyük sarsıntı geçirmeden intikalini sağladıklarını ve Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda hayatî rol oynamışlardı. Ahiler, Osmanlı Devleti'nin katiyetle teessüsünden itibaren esnaf birlikleri ve köy geleneklerinde canlılıklarını sürdürmüşlerdir.

²⁵ Massignon, "Sınıf", X, 555-556; "Guild, Islamic", VII-VIII, 214-216.

²⁶ Cevdet, 1932, 34, 47, 48, 153, 161.

Ahilik ve fütüvvet yerel bir olgu değildir. Anadolu'yu aşan Balkanları ve bütün yakın ve Ortadoğu'yu kapsayan iktisadi, kültürel ve medeni bir harekettir.

Geniş anlamıyla bir Asya ve Ortadoğu hadisesi olan ahilik, daha IX. yüzyıldan itibaren Anadolu'ya kadar olan sahalarda etkisini göstermiş ve nihayet XIII. yüzyılda Anadolu'da Nasıruddîn Mahmud el-Hoyî (Ahi Evren) (1175–1262) tarafından ahî esnaf teşkilâtı kurulmuştur.

Abbasî Devleti'nin son dönemlerinde görülen otorite boşluğu fütüvvet teşekküllerini de olumsuz yönde etkilemiştir. Bu yüzden Abbasî halifesi Nasır (1180–1225) sarsıntı geçiren ve fakat kökleşmiş geleneklere sahip gençlik ve emekçi birliklerinin devlet için büyük bir güç kaynağı olacağını düşünmüş ve fütüvvet teşekküllerini merkezî otoriteye bağlamıştı. Devrin ünlü sofileri kendisine yardımcı olmuş ve bir çok hükümdar fütüvvet teşkilâtına girmiştir.

Fütüvvetin Anadolu'da etkili hale gelmesi de bu dönemde, yani XIII. yüzyılda olmuştur. Halife Nasır Anadolu Selçuklu Sultanları, I. Gıyaseddîn Keyhüsrev (1205–1211), I. İzzeddîn Keykavus (1211–1220) ve I. Alaeddîn Keykubat (1219–1236) ile irtibat kurmuştur. Bu yüzyılın başlarından itibaren Suhreverdi, Muhyiddîn b. Arabî, Evhaduddîn Kirmanî, Ebu Cafer Yezdanyarî ve Nasıruddîn Mahmud (Ahi Evren) (1175–1262) gibi bir çok mutasavvıf Anadolu'da faaliyette bulunmaya başlamışlardır.²⁷ Bu dönemden itibaren ahilik Anadolu fütüvvet akımının unvanı olmuştur. Özellikle I. İzzeddîn Keykavus döneminde Anadolu fütüvvet ve ahiliği disiplinli bir teşkilat halinde belirmeye başlamıştır. I. Alaeddîn Keykubad zamanında da Nasır meşhur mutasavvıf Sühreverdi'yi sultana göndererek teşkilatlanma tamamlanmıştır.²⁸

Ahi Evren 1205'te Kayseri'ye yerleşerek burada bir debbağhâne kurmuştu. Şeyhi Evhadüddin Kirmânî ile birlikte bütün Anadolu'yu dolaşarak ahi teşkilatını kuran Ahi Evren şeyhinin ölümünden sonra bu teşkilatın önderi oldu.²⁹ Ahi Evren, aynı zamanda çeşitli eserleri olan bir âlim idi.

27 Anadolu'da ahi teşkilatının oluşmasından önce Azerbaycan'da esnaf ve sanatkarlar için ahi ünvanı kullanılıyordu. Özellikle Güney Azerbaycan, Ahlat, Bitlis ve Erciş çevresinde hüküm süren Ahlatşahlar (Sökmenoğulları) hanedanı (1100–1207) döneminde ahilerin bu bölgede yaygın olduklarını biliyoruz. Anadolu'daki ilk ahiler de Azerbaycan'dan ve Sökmen ilinden gelenlerdir. Teşkilatın kurucusu Nasıreddîn el-Hoyî (Ahi Evren) de bu Sökmen bölgesindedir. Bkz. Bayram, 2003, I, 94.

28 Selçuklu sultanlarının iskan siyasetinde ilim adamları, ticaret ve sanayi erbabı, vasıflı işgücü ile birlikte değerlendirdikleri sofî ve dervişlerin de fütüvvet-ahilik geleneğiyle yakın ilişkileri vardı. Bkz. Bayram-Debbağoğlu, I, 90; Cahen, 1979, 197.

29 Bayram, I, 93–4.

Ahi Evren'in şeyhi Evhadüddin Melâmî idi. Birçok tarikatte olduğu gibi müridlerin halktan bir şey talep ve kabul etmeleri yasaklanmış, aksine halka vermek ve cömertlik geleneği devam ettirilmişti. Bu Türkmen gençleri, iş ve meslek sahibi olmaya zorlayan bir başka unsurdu. Bunlar fütüvvet ilkelerine bağlıydılar. Zaviyelerde şeyh-mürît ilişkisi ve işyerlerinde de usta-çırak ilişkisi ile birbirlerine bağlanıyorlardı.

Fütüvvet-ahî zümreleri, büyük şehirlerde teşkilâtlanmışlardı. Her zümrenin eğitim ve eğlence imkânlarına da sahip bir sosyal tesis özelliğini taşıyan bir zaviyesi vardı. Bunlar özellikle esnaf ve sanatkâr niteliğine sahiptiler. Bu esnaf teşekkülleri o mesleğe ait bütün işleri yönetir, mensupları arasındaki ihtilafları halleder ve esnafla devlet arasındaki ilişkileri düzenlerdi. Bu birlikler, ürün kalitesi, ücretler ve fiyatlar konusunda yetki sahibidirler. Ahi zümreleri şehirlerde olduğu kadar köylerde ve uçlarda'da büyük bir nüfuza mâlikti. Özellikle XIII. yüzyılın ikinci yarısında devlet otoritesinin zayıfladığı dönemlerde ahiler siyasî bir âmil olarak daima hesaba katılmıştır. Bu dönemde büyük devlet adamlarının, kadınların, müderrislerin tarikat şeyhlerinin, büyük tacirlerin bu teşkilâta girdiklerini görüyoruz.

Ahiler, bu teşkilâtın kadınlardan oluşan bir yan kuruluşu olan bacı teşkilâtı, gaziler ve dervişlerle birlikte Osmanlı Devleti'nin temelini teşkil etmişlerdir. Bunlar Selçuklularla Osmanlılar arasındaki otorite boşluğu döneminde geçici bir süre için devlet fonksiyonlarını üstlenmişlerdi. Osmanlı Devleti'nin kuruluşundan sonra siyasî otorite, merkezî yönetimin yardımcısı olmuş, bir denge unsuru teşkil etmiş, iç işlerinde belli bir muhtariyete sahip "demokratik" bir kuruluş olarak hayatiyetini sürdürmüştür.

İlk Osmanlı sultanları, Fatih dahil, ahî önderleriydi. İlk Osmanlı vezirlerinin birçoğu da ahi idi. Fetihlerde de ahiler ve diğer tarikat zümreleri önemli görevler ifa etmişlerdir. Hatta ahilerin Yeniçeriler'in prototipi olduğu ileri sürülmektedir.

Ahi, Türkçe söyleyişle akı, cömert anlamına gelmektedir. Arapça bir kelime olan ahî kelimesi kardeşim anlamına gelmektedir ve tasavvuf erbabı arasında kullanılan bu kelime (çoğulu ihvan) ilk Arapça fütüvvetnamelerden beri kullanılmaktadır.

Ahiler, kendimize mahsus bir iktisat süjesi oluşmasına katkıda bulunmuşlardır. Hatta bizim medeniyetimizi Batı'dan ayıran en önemli özelliklerin ahi-

likten kaynaklandığı söylenebilir. Batı medeniyeti ve kapitalizmi yapan en önemli faktör burjuva zihniyeti iken bizim içtimaî-iktisadî hayatımızı büyük ölçüde ahi zihniyeti yönlendirmiştir. Bundan dolayı bizde kapitalizmi oluşturan sömürgeci faaliyetler, sınıf mücadeleleri görülmemiştir.³⁰

Ahi teşkilâtı küçük gruplardan oluşmaktadır. Teşkilâta veya mesleğe ilk giren gençler, yiğit veya çırak ismini taşıyordu. Bunların meslekî ve ahlâkî yönden eğitimlerini sağlamak üzere iki yol arkadaşı, bir yol atası, bir üstadı ve bir de pir görevlendirilir. Yiğitler veya çıraklar bu küçük gruplar içinde eğitilerek Ahi unvanını kazanırlardı. Günümüzde de küçük gruplar içinde eğitimin (ve tedavinin) oldukça önem kazandığını belirtelim.

Ahilikte ehliyet ve liyâkat çok önemlidir. Teşkilâtın ileri gelenlerinin oğullarının bile işe, çıraklıktan başlamaları ve eğitim kademeleri başarıyla geçmeleri gerekiyordu.

Fütüvvetnamelerde emekçi grupların tabi olmaları gereken ahlâkî kurallar belirtilirken, bunların iktisadî ve siyasî bakımdan bağımsız olmaları da vurgulanmaktadır.

C. FÜTÜVVETNAMELER VE AHLÂK

Fütüvvetnâmeler fütüvvet ülküsü, teşkilâtı, usûlü, ilkelerini belirten ve mensuplarına yönetmelik vazifesi gören eserlerdir. Elimizdeki fütüvvetnâmelerin başlıcaları şunlardır:

- 1) Sülemî, Kitabu'l-fütüvve (Elimizdeki ilk fütüvvetnâmedir: Süleymaniye Ktp. Ayasofya Kit. No. 2049 da kayıtlı Mecmuatü'r-Resâil fi't-Tasavvuf içinde. V. 78a-99a, S. Ateş tarafından neşredilmiştir. Ankara, 1977)
- 2) Ebu Hafs Ömer b. Muhammed Sühreverdî, Risaletü'l-Fütüvve (Aynı mecmuada v. 154a-158b) ve Kitabu'l-Fütüvve (Aynı mecmuada v. 158b-181b)

30 Sombart kapitalizmin Batı'ya sağladığı imkanları, "Zengin olduk, çünkü ırklar ve milletler bizim için tamamen öldüler, bizim için kutalar ıssızlaştı" ifadesiyle sömürgeciliğe bağlar. Bkz. Sée, 1970, 43; XVI. yüzyılın ilk yarısında İspanyol Cortez Aztek, Portekizli Pizarro İnkâ uygarlıklarını kısa sürede 'her türlü zulüm ve alçaklık'la yokettiler. Altın elde etmek için Aztek ve İnkaların yokedilmeleri hakkında bkz. Cipolla, 2003a, 2-3; 2003b, 75; "Coğrafi keşiflerden sonra Avrupa devletleri açgözlükte ve barbarlıkta birbirleriyle yarıştılar". Baharat ticareti için Portekizliler, Hollandalılar, İngilizler, İspanyollar ve Fransızlar insanları fakir düşürdüler, köleleştirdiler ve kimilerinin de 'kökünü kuruttular": Dalby, 2004, 11.

- 3) Abdullah el-Ensârî, Fütüvvetnâme (Aynı mecmuada, v.149a-154b)
- 4) Hartburî, Tuhfetu'l-Vasayâ (Aynı mecmuada, v. 108a-117b)
- 5) Necmeddîn Zerkûb, Kitabu'l-Fütüvve (Aynı mecmuada, v. 218b-235a)
- 6) İbn Ca'dveyh, Kitabu Mirati'l-Mürüvvet v. 38 b (Aynı mecmuada)
- 7) Nasırî, Fütüvvetnâme (Köprülü Ktp. nu. 1597)
- 8) Feridüddîn Attar, Fütüvvetnâme (İÜ, Ktp, Farsça Yaz. nu. 1288)
- 9) Yahya b. Halil b. Çoban Burgazî, Fütüvvetnâme (XIII. yüzyılda yazıldığı anlaşılan ilk Türkçe fütüvvetnâmedir. Millet Ktp. Ali Emîrî Kit. nu. 1154/198)
- 10) Seyyid Gaybî oğlu Şeyh Hüseyin (Fatih Sultan Mehmed zamanında yazılmıştır. Ankara Maarif Ktp. nu. 0.355/1-3. v. 73b-120b)
- 11) Seyyid Muhammed Hüseyin Razavî, Miftâhu'd-Dakayık fi beyâni'l-Fütüvve ve'l-Hakayık (Üsküdar Selim Ağa Ktp. Kemankeş Kit.nu. 491, v. 1b-25a)

Bunlardan başka kütüphanelerimizde birçok fütüvvetnâme bulunmaktadır. Bunların bir kısmı umumî mahiyette de olup bir kısmı da belirli bir sanat erbabı içindir.³¹

Sülemî ve Kuşeyrî gibi ilk fütüvvet yazarlarından itibaren yukarıda belirttiğimiz fütüvvetnâmelerde mutasavvıfların işledikleri fütüvvetin ilkeleri bulunmaktadır.

Fütüvvetnâme denen yönetmelikler tarafından tesbit edilen kurallar fütüvvet ilkelerinin daha somut hale getirilmiş şekilleriydi. Fütüvvetnâmelere göre ahilerin dünya malına rağbet etmemeleri gerekirdi. Çünkü Ahinin ve şeyhin dünyalığı çok olunca fütüvvet yolundan sapabilirler. Bunun için elimizdeki ilk Türkçe fütüvvetnâme olan Burgazî fütüvvetnâmesinde (XIII. yüzyıla ait) Ahinin kazancını ortaya koymasına gerektiği belirtilir. Buna göre herhangi bir ahinin ihtiyacından fazla serveti bulunmamalıydı. Ahinin ancak 18 dir-

31 Fütüvvet ve fütüvvetnâmeler hakkında geniş bilgi için bkz. Gölpınarlı, XI, 1952, 354; Aynı yazar, XVII, 1960, 27-155; Taeschner, XV, 1955; Aynı yazar, 1972, 209-210; "Fütüvvetnâme", Türk Dili ve Edebiyatı Ansiklopedisi, III, 262.

hemlik bir serveti olabilir. Ahi ve şeyh helâlinden kazanmalıdır. Hepsinin bir mesleği ve bir sanatı Hepsinin bir sanatı, bir mesleği olmalı, helalinden kazanmalıdır. Yoksullara yardım etmeli, cömert olmalıdır.

Fütüvvetnâmelerde en çok vurgulanan ilkeler şunlardır: Sosyal dayanışma ve hizmet, samimiyet, cömertlik, Allah'tan başkasına kul olmama, insan sevgisi, iyi niyet, irâde, bencillikten ve kibirden uzaklaşma; hürriyet ve kanaat, dürüstlük, sürekli gelişme ve yenilenme, tevazu, geçimli olma, hörmet, merhamet, dürüstlük, iyi kalplilik hep fütüvvetin özellikleri arasında sayılmıştır.

Fütüvvetnâmeler fütüvvetin Hz. Peygamberin sünnetine tâbi olmak olduğunu belirtiyorlar. Yani İslâmî bir hayat sürmek fütüvvet anlayışının temelidir. Fütüvvetin ve Türklerde aldığı şekil ile Ahiliğin en bariz unsurları olarak namusluluk (elini, belini ve dilini korumak) ile sosyal dayanışma ve hizmet anlayışlarını görüyoruz.³²

Âlimleri sevmeli, ilme saygı göstermelidir. Namazını kazaya bırakmamalıdır. Utanma duygusuna sahip olmalı, nefesine hâkim bulunmalıdır. İyi, anlayışlı ve temiz kimselerle sohbet etmelidir. Fakirleri sevmelidir. Alçakgönüllü olmalıdır. Beylerin, zenginlerin kapısına gitmemeli, aksine Padişah bile onun kapısına gelebilmelidir.

Görüldüğü gibi emekçi grupların tabi olmaları gereken ahlâkî kurallar belirtilirken, bunların iktisadî ve siyasî bakımdan bağımsız olmaları da vurgulanmaktadır.

Erdebilî'nin fütüvvetnâmesinde şöyle bir hadis naklediliyor: “Ey Ali, ümmetimin fityânının on alâmeti vardır: Doğru söz, ahde vefa, emaneti yerine getirmek, yalan söylememek, yetimi gözetmek, isteyene vermek, hediyeleşmek, yararlı işler yapmak, çekişmemek, Allah için sevme ye Allah için kızma.³³

Tasavvufu bütünüyle ilk defa yazılı hale getiren Sülemî, eserinde, fütüvvet-İslâm-tasavvuf ilişkilerini zaman zaman Hz. Peygambere dayanarak şöyle dile getirmektedir: “Fütüvvet uygunsuzluklardan kaçınmak, Allah'a tam manasıyla itaat etmek, kötü olan her şeyi terketmek, ahlâkî üstünlük ve gü-

32 Bu ilkeler için bkz. Msl. Kuşeyrî, 1319, 112; Muhyiddin b. Arabî, 1269, 262; Erdebilî, 100b.

33 Erdebilî, 100b.

zellikleri hem zahiren hem de bâtinen her halde muhafaza etmektir. İçinde bulunduğun her an seni fütüvvetin bir çeşidi ile ister. Hiçbir hâl fütüvvetsiz olmaz”

“Bil ki Allah seni gözetmeyi üzerine almıştır. Fütüvvetin aslı da daima dini gözetmek, sünnete uymak ve Allah’ın Peygamberine emrettiği şeye tâbi olmaktan ibarettir”

“Kalbi temizlemek fütüvettendir”

“Fütüvvet sirr ve kalple Allah’a hizmet etmektir. Allah’la sohbet etmek isteyen kimse O’nun kitabını okumalıdır. Allah’ın sözünü, sair izlerin üstünde tutmalı, emirlerine ve nehiyelerine uymalıdır. Allah’ın Resûlu ile sohbet isteyen kimse O’nun ahlâkına, sünnetlerine, edeplerine ve tavrına uymalı ve her şeyi O’nun sünnetine göre değerlendirmedir. Allah’ın dostlarıyla sohbet etmek isteyen kimse onların hareket ırzlarına uyar, edeplerini kendinde tatbik eder, yollarını tutar”

“Fütüvvet gizli ve açık olarak Allah’tan korkmaktır”

“Fütüvvet iki dünyaya ait hiçbir şeyin seni Allah’tan alıkoyamamasıdır”

“Fütüvvet ilminde marifeti, marifetinde mûkaşefeyi, mûkaşefesinde müşahedeyi–kimse marifetin hakikatine ulaşamamakla beraber–istemektir”

“Fütüvvet Allah için kâim olmak, Allah vasıtasıyla kâim olmak, Allah ile kâim olmaktır”³⁴

Sülemî’nin öğrencisi Kuşeyrî, Risale’sinde fütüvvete dair ayırdığı bölümde şu nakilleri yapıyor;

“Fütüvvet, Allah için nefsine düşman olmandır. Fetâ (fütüvvet sahibi) nefsin-den başka kimseye düşman değildir”

“Fütüvvet, sonunda düşebileceğin bir korkudan dolayı nefsin arzularını yerine getirmemendir”³⁵

34 Sülemî’nin naklettiği ifadeler için bkz. 79a–90b.

35 Kuşeyrî, 112–114

Sühreverdî V/XI. yüzyıla ait Farsça fütüvvetnâmesinde şöyle diyor: “Tarikat şeriatın özüdür. Hakikat tarikatın özüdür. Fütüvvet de hakikatın özüdür”.³⁶

Yine aynı yüzyılın Hanbelî müfessir, fakih ve sofisi Ensarî de fütüvvet ile tasavvuf ayrılmaz bir haldedir.³⁷ “Fütüvvet kendinde bir fazilet müşahede etmemen ve bir hakkın olduğunu zannetmemendir: Fütüvvetin üç derecesi vardır:

- 1) Düşmanlığı ve hatalardan gafil olmayı bırakmak ve başkalarına eza verme düşüncesini hatırdan çıkartmaktır.
- 2) Senden uzak durana yaklaşman, eza verene iyi davranman ve kötülük edenin özrünü, kızgınlığı tutarak değil, hoşgörü ile, sabırla değil sevgi ile kabul etmendir.
- 3) Allah’a yaptığın yolculukta bir rehberle takılıp kalmaman, birisine icabeti karşılık beklemek suretiyle mahvetmemen ve şuhûdunda şekle takılmamandır.

“Düşmanını af dilemeye muhtaç bırakan ve kendisinden özür dilemesinden utanmayan kimse fütüvvet kokusunu alamaz. Yine aklî istidlallerle hakikât ışığını arayan kimseye fütüvvet ebediyyen helâl olmaz”

Ensarî’nin eserini şerheden şöhretli Hanefî fakihî Kaşânî, fütüvveti şöyle tarif ediyor.³⁸ “Fütüvvet nefsin sıfatlarından temizlenmiş olan kalbin makamının ismidir”

Fütühat-ı Mekkiyesi’nde fütüvvete bir bâb tahsis eden Muhyiddîn b. Arabî şöyle der:³⁹ “Fütüvvet kuvvet makamına aittir. Kuvveti olmayanın fütüvveti de yoktur. Fetânın (gencin) nefsî arzulan terkedip efendisi olan yaratıcısına dönmesi gerekir. Çünkü o bir kuldür. Kulun da kendisinin değil efendisinin hükmünde olması gerekir”

Görüldüğü gibi fütüvvet İslâmî ve tasavvufî muhtevaya sahip kılınmak istenmiştir. İfadeye dökülen incelikler toplum hayatına yansıyan bir zihniyetin temellerini vermektedir. Fakat bununla da kalınmayarak gündelik hayat içer-

36 Sühreverdî, 159a.

37 el-Ensarî, 1327/1909, 24 ve aynı yazarın fütüvvetnâmesi, 149a.

38 Kaşânî, 109

39 Muhyiddîn b. Arabî, 269-273.

sinde işiyle gücüyle meşgul olan genç ve emekçi gruplara fütüvvet aracılığı ile ahlâkî davranış esasları verilmekten geri kalınmamakta ve zihniyet yapısının pratik bir hüviyete bürünmesi sağlanmaktadır.

Görüldüğü gibi ilk fütüvvetnâmelerden itibaren, fütüvvete İslâmî–tasavvufî muhteva kazandırılmaya çalışılmıştır. Böylece fütüvvet ile İslâmî hayat tarzı adeta aynileşmiştir.

1. Sosyal Dayanışma ve Hizmet

İslâm ve Osmanlı toplum yapısında toplumculuğun yani toplum çıkarlarının şahıs çıkarlarından önce gelmesinin esas olduğunu belirtmiştik. Sorumluluk anlayışının en yakın birimlerden başlayarak bütün toplumu kuşattığını, bir sosyal dayanışma türü ortaya çıkardığını buna ekleyebiliriz. Buradan hareketle hizmet fikri önemli bir ahlâk unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Acaba fütüvvet ahlâkının bu konuya yönelik unsurları nelerdir? Burada bazı örnekler verebiliriz:

“Fütüvvet insanın kardeşlerine (topluma) iyi davranması ve onların ihtiyaçlarını gidermesidir”

“Fütüvvet kulluk edeplerini korumakla birlikte halkın menfaati olan şeyleri yerine getirmektir”

“Kardeşlerden güvenilir birisinin evine davetsiz gidebilmek fütüvvettendir”

“Kardeşlerine kendi malından, sanki onların malı imiş gibi, sarfetme imkanı vermen fütüvvettendir (Resûlullah, Hz. Ebubekir’in malından kendi malı gibi tasarruf edebilirdi)”.

“Komşularıyla dayanışma içersinde olmak fütüvvettendir (Peygamberimiz buyurdu: Komşusu açken yatan mümin değildir)”

“Kendisi muhtaç olsa bile kardeşlere yardımdan geri durmamak fütüvvettendir (Ebu Said Hudri’den: Resûlullah’la birlikte bir seferde iken fazla azığı olan, deve üstünde bir adam çıkageldi. Hz. Peygamber buyurdu ki: Fazla azığı bulunan, o fazlayı azığı olmayana versin. Böylece zikredebildikleri kadar mal saydılar. Biz de fazla bir şeyde hiçbir hakkımız olmadığını gördük)”

“Fütüvvet kardeşlerin rahatını kendi rahatına tercih etmek ve onların karşılaştıkları güçlükleri üzerine almaktır”

“Fütüvvetin aslı kulun başkasının emrinde olmasıdır”

“Fütüvvet ele bir şey geçince dağıtmak geçmezse şükretmektir”

“Bir mecusî Allah’ın dostu İbrahim aleyhisselâm’a misafir olmak istedi. Bunun için Hz. İbrahim mecusînin Müslüman olması şartını koştu. Bunu kabul etmeyen mecusî çekip gitti. Bunun üzerine Allah, Hz. İbrahim’e şunu vahyetti: “Kâfir olduğu halde biz onu elli seneden beri doyuruyoruz. Dinini değiştirmesini istemeden ona bir lokma verseydin sanki ne olurdu” Hz. İbrahim bunun üzerine mecusînin peşine düştü. Onu buldu ve özür diledi. Mecusî bunun sebebini sorunca, Hz. İbrahim durumu anlattı. Bundan etkilenen mecusî de Müslüman oldu”.⁴⁰”

Kötülüğe iyilikle mukabele etmek fütüvettendir.

“Fütüvvet, ezadan çekinmek, nimeti dağıtmaktır”

“Fetâ (fütüvvet sahibi genç) yanında velinin veya kâfirin yemek yemesinde fark görmeyen kimsedir”.⁴¹

“Cömertlik fütüvettendir (Resûlullah buyurdu: Cennet cömertlerin yurdu)dur”⁴²

“Ziyaretleşmek gibi üstün ahlâk tezahürleri fütüvettendir” “Kardeşlere daima yakın olmak fütüvettendir (Resûlullah buyurdu: Mü’min cana yakın kimsedir. Yakınlık göstermeyen veya kendisi ne yakınlık gösterilemeyen kimsede hayır yoktur. İnsanların en hayırlısı insanlara en çok faydalı olabilmektedir)”

“Fütüvvet dünyevî sebeplerden birini kardeşine tercih etmemendir”⁴³

40 Sülemî, 79a–89a; Kuşeyrî, 112–114.

41 Sülemî, 79a; Kuşeyrî, 112.

42 Sülemî, 79b.

43 Sülemî, 79b; 87b.

2. İnsan Sevgisi

“Fütüvvet Allah’ın kulları hakkında iyi zan beslemek, onların haklarını titizlikle korumaktır”

“Fütüvvet her halükârda Allah’ın kullarına şefkat göstermektir”

“Fütüvvet bütün Allah’ın kullarını evliya olarak görmek ve onların şeriata uymayanlar hariç, hiçbir durumlarını kötü görmemektir”

“Fütüvvet insaf göstermene mukabil kimseden insaf beklememendir”

“Fetâ yaratılmışlar için hakkın razı olduğu şekilde bütün gücünü harcayan kimsedir”⁴⁴

3. İyi Niyet, Samimiyet ve İçi–Dışı Bir Olma

“Kardeşlerin hatalara düşmesini istememek fütüvvettendir (Hz. Muhammed buyurdu: Eğer sen Müslümanların hatalarını bulmaya çalışırsan onları hemen hemen kötülüğe sevk etmiş olursun)”

“Arkadaşların kusurlarını örtmek–bilhassa düşmanlar bu kusurları dillerine doladıktan zaman–fütüvvettendir”.⁴⁵

“Fütüvvet her halde müdahaneyi terketmektir”

“Fütüvvet kişinin içiyle dışının bir olmasıdır”

“Fütüvvet hizmet ve yardımseverlik hususunda gösterişi bırakmaktır”⁴⁶

4. İrâde, Bencillikten ve Kibirden Uzaklaşma

“Fütüvvet, insanın bütün hallerinde noksanlık görmesi ve içinde bulunduğu durumdan razı olmamasıdır”

44 Sülemî, 87a; Kuşeyrî, 112; Muhyiddin b. Arabî, 273.

45 Sülemî, 79b; Kuşeyrî, 114.

46 Sülemî, 94a, 95b.

“Fütüvvet, insanın kendisinde bir başkasına nazaran bir üstünlük görmemesidir”

“Fütüvvet öyle bir fazilettir ki onu yerine getirirsin fakat onda nefsinin bir payını görmezsin”⁴⁷

“Fütüvvet, nefsin aşın arzularını terk suretiyle afetlerden korunmaktır. Fütüvvet, kişinin dilini kötü konuşmaktan koruduğu gibi kulağını da kötü şeyler dinlemekten korumasıdır”⁴⁸

“Fütüvvet, kardeşler yanında mütevazı olmak ve kibirlenmemektir”⁴⁹

“Fütüvvet hasetten çekinmektir”

“Fetâ, hasmı olmayan kimsedir. Fütüvvet güzel huydan ibarettir”⁵⁰

“Fetâ’dan hiçbir boş hareket sadır olmaz. Fetâ bir hikmetten dolayı hareket veya sükûn halinde bulunur”⁵¹

5. Hürriyet ve Kanaat

“Fütüvvet, kâinatın sahibine kul olabilmek için, kâinattan ve içerisindeki her şeyden hür olmaktır”

“Fütüvvet, kimseye kul olmamak için az şeye razı olabilmek ve kanaat edebilmektir”⁵²

“Fetâ, bilgice ve yaşça daha büyük olanlara hürmet, küçük olanla ra merhamet gösterir. Eşit olanları ise

6. Dürüstlük, Hürmet ve Merhamet

“Fetâ, bilgice ve yaşça daha büyük olanlara hürmet, küçük olanlara merhamet gösterir. Eşit olanları ise kendine tercih eder”⁵³

47 Sülemî, 87a; Kuşeyrî, 112–113.

48 Sülemî, 87b, 97a.

49 Sülemî, 89b.

50 Sülemî, 90a; Kuşeyrî, 112.

51 Muhyiddîn b. Arabî, 270–1.

52 Sülemî, 85a, 88b.

53 Muhyiddîn b. Arabî, 270.

“Fütüvvet beş şeydir: Kuvvetli olmakla beraber tevazu, gücü yettiği halde affedebilmek, çok şeyi olmamasına rağmen cömertlik yapabilmek, minnet etmeden ihsanda bulunmak, ümmete samimi davranmak”

“Fütüvvetin aslı doğruluk, Allah’tan korkmak, güvenilir birisi olmak, namazı edâ etmek ve zinâdan kaçınmaktır”

“Fütüvvet, Hz. Peygamberin sünnetine tâbi olmaktır”⁵⁴

Ahiliğin temeli olan tasavvuf “iç” in temizlenmesine dayandığından eğitim ancak bir noktaya kadar haricî olabilir. Bundan sonra insanın kendisini aşması söz konusudur. Sağlam bir teşkilâtın buna ilâveten sağladığı güvenlik hissi, ahilerin dolayısıyla esnafın doğruluk ve kanaatkârlık hislerini güçlendirmekteydi.⁵⁵

III. SELÇUKLU ESNAF TEŞKİLATI

Anadolu’da Selçuklu döneminden beri sanayi ve iç ticaret kesimleri fütüvvet ve ahilik ilkelerine dayalı esnaf birlikleri tarafından teşkilatlanmıştır. Bununla birlikte, bu geleneğin tarımda çalışanlar ve kırsal kesimde etkili olduğu bilinmektedir.

Daha Büyük Selçukluların ele geçirdikleri veya gelip geçtikleri şehirlerde fütüvvet birliklerinin yani fityânın etkili olduğu biliniyor. Şehir teşkilatı yeniden kurulurken fütüvvet–esnaf birlikleri de oluşuyordu. Oysa Bizans Anadolu’sunda bu türden bir kurum yoktu.⁵⁶

Ahi zümreleri şehirlerde olduğu kadar, köylerde ve uçlarda da büyük bir nüfuza malikti. Özellikle XIII. yüzyılın ikinci yarısında Moğol istilasından sonra devlet otoritesinin zayıfladığı dönemlerde bu teşkilat varlığını hissettirmiş, şehir hayatında faal bir rol oynamış, siyasî bir amil olarak daima hesaba katılmıştır.⁵⁷

54 Erdebili, 100b; İbn Ca’dveyh, 35a, Kuşeyri, 113.

55 Ahilik konusunda genel bilgi için bkz. Tabakoğlu, 1984; Bayram–Debbağoğlu, 1, 89.

56 Turan, 1971, 297–8; 1980, 357; Cahen, 1979, 197.

57 Köprülü, 1972, 118. Ahiler ve bunların kadın kuruluşu bacılar genellikle Moğollarla mücadele halindeyken Mevleviler Moğolları sisteme kazanma yolları aramaktaydılar. Maamafih XIV. yüzyılın ikinci yarısında yazan Karamanlı tarihçi Şikarî, XIII. yüzyılın ikinci yarısının ortalarındaki Siyavuş isyanında Konya’daki ahilerin Karamanlılar’dan yüz çevirip Moğollar’dan yana çıktıklarını belirtiyor. Bkz. Werner, 1986, I, 111.

Fütüvvet ahi zümrelerinin büyük şehirlerde çeşitli gruplar halinde teşkilatlandıklarını ve her zümrenin ayrı bir zâviyesi olduğunu biliyoruz. Eğer bir sanat erbabı büyük şehirlerde bir zâviyeye sığmayacak kadar kalabalık olursa şehrin çeşitli yerlerinde zâviyeler açıyorlardı. Bazen de bir teşekkülü besleyemeyecek kadar az miktarda olan çeşitli meslek mensupları da bir araya geliyorlardı.⁵⁸

Büyük şehirlerde muhtelif sanayi ve ticaret erbabının belirli yerlerde kapalı veya açık çarşıları vardır. Esnaf buralardaki dükkanlarda çalışırdı. Meslekî ahlâkın dayanışmacı ve altruist olması fütüvvetin tesirinin derecesini gösterir. Esnaf teşkilatı üretim faaliyetleri yanında, devletle esnaf arasındaki ilişkileri de düzenlemekteydi. Ücretlerin tayini; mal cinslerinin, standartlarının ve fiyatlarının tesbiti de hep esnaf birliğine aittir.⁵⁹

Fütüvvet geleneğine bağlı bir teşkilat olarak Anadolu esnaf birlikleri Batı'daki benzerlerinden oldukça farklıydı. Roma ve daha sonra Bizans imparatorluklarında meslekler birbirinden ayrı olarak devletçe düzenlenmişlerdi ve devletin denetimi altındaydılar. Selçuklularla aynı zamanda Avrupa'da da oluşmakta olan korporasyonlar Roma esnaf birlikleri (Collegia) geleneğinden ayrılmışlardır.⁶⁰ Zira korporasyonlar İslâm esnaf birliklerine benzer şekilde kısmi bir özerkliğe sahiptiler; kendi kurallarını kendileri belirlemekte, üyelerini karşılıklı yardımlaşma ve dinî faaliyetler yönünden Collegia'nın etkilemeyeceği bir biçimde etkilemektedirler.⁶¹

Haçlı seferlerinden sonra, İslâm esnaf birliklerinin Batı esnaf birliklerinin, yani korporasyonların yeniden kuruluşunda etkili oldukları belirtilmelidir.⁶² Biraz da bunun tesiriyle arada, zihniyet ve teşkilat açısından, benzerlikler bulunmaktadır. Fakat kapitalizm adım adım bu sistemi ortadan kaldırmıştır. Osmanlılarda ise kapitalizme geçme söz konusu olmadan sistem ömrünü tamamlamıştır. Yine, burada, korporasyonların özerk yapılarıyla ortaçağ Avrupa şehirlerinin kurucuları olduklarını, İslâm esnaf birliklerinin ise sonuçta devlete bağlı yarı özerk kurumlar olduğunu vurgulamak gerekmektedir.

58 Arnakis, 1953, 238-9.

59 Köprülü, 1972, 117.

60 Roma'da, Mısır'da, Çin'de ve Hindistan'da eskiden beri esnaf birlikleri mevcuttu. Ancak bunların önemleri önce İslâm, sonra Katolik dünyasında olduğu kadar hiçbir yerde söz konusu olmamıştır. Bkz. Kessler, 1940, 124-6.

61 Cahen, 1979, 195.

62 Akdağ, I, 434.

İslâm esnaf birliklerinde, daha geniş olarak fütüvvet ve ahi birliklerinde iç disiplin fütüvvetname dediğimiz dinî-tasavvufî ilkelere dayalı yönetmeliklerle belirlenmiştir. Bunun yanında devletin hisbe (ihtisap) kurumu vasıtasıyla daha çok tüketicinin korunmasına yönelik bir denetimi vardır.

Selçuklu esnaf teşekküllerinde işe ilk girenlere çırak veya yiğit denirdi. Ahilik mertebesi daha sonra kazanılırdı. Ahilerin üzerinde sırasıyla nakipler, halife ve şeyh vardır. Şeyh esnaf birliğinin başkanıdır. şeyhü'l-meşayih (şeyhler şeyhi) ise bütün esnaf birliklerinin en üst makamı idi. Çıraklar çeşitli kişilerin nezaretinde meslekî ve manevî yönlerden yetiştirilirdi. Esnaf önderleri siyasî bakımdan da nüfuz sahibi kimselerdi.⁶³ Diğer yandan, ahilik köylerde de alpler (sipahiler) zümresi ile de ilişki kurmuştur.

XIII. yüzyılın ikinci yarısından XIV. yüzyılın başlarına kadar büyük devlet adamlarının, kadıların, müderrislerin, tarikat şeyhlerinin, büyük tâcirlerin ahi teşkilatına girdiklerini görüyoruz. Bu olgular ahiliğin bu geçiş döneminde sosyal itibarı çok yüksek bir kurum olduğunu göstermektedir.⁶⁴

Fütüvvet ilke ve kurumlarıyla yakın ilgisi olan ahiler Selçuklu ve Osmanlı sanayi ve iç ticaret kesimlerini oluşturan esnaf birlikleri halinde devam etmişlerdir. Bu birliklerde küçük ölçekli fakat yaygın bir sanayi sistemi oluşturmuşlar ve sınıf geleneğine imkân vermemişlerdir.⁶⁵

IV. OSMANLI ESNAF TEŞKİLATI

Ahî teşkilâtı Osmanlı Devleti'nin ve toplumunun oluşmasında büyük bir yere sahiptir. Yine ahiler, Osmanlı devleti'nin kuruluşunda gaziler, abdallar ve bacılarla birlikte önemli bir rol oynamış olmalıdırlar.⁶⁶ O kadar ki ilk Osmanlı sultanları, Fatih dahil, ahî önderleriydi. İlk Osmanlı vezirlerinin bir çoğu da ahî idi.⁶⁷ Hatta ilk Osmanlı yeniçeri birliklerinin ahilerden oluştuğu ileri sürülmüştür.⁶⁸

Rum gazileri daha çok cihad ve gaza ile meşgul olan, kırsal kesimde yerleşik

63 Cevdet, 1919, 122-3.

64 Köprülü, 1972, 154-6.

65 Massignon, "Guild-Islamic", VII-VIII, 214-216; "Sınıf", X, 555.

66 Âşıkpaşazâde tarihi, 1929, 213; Âşık Paşazâde, 2003, 298.

67 Bayram-Debbağoğlu, I, 89

68 Giese, 1925, I, 163.

alp ve alperen denen gruplardır. Rum abdalları Anadolu'nun Türkleşmesinde ve İslâmlaşmasında büyük rol oynayan, genellikle gezgin sofi ve dervişlerdir. Rum bacıları ise ahi teşkilatının bir yan kuruluşu olan silahlı kadın birlikleri olmalıdır. Bütün bunlar Moğol istilası ve Selçuklu devleti'nin yıkılış ve Osmanlı devleti'nin kuruluş döneminde Anadolu'nun savunulmasında ve sosyal düzenin devamında görev almışlardır.⁶⁹

XIV. yüzyılın ortalarında, Sultan Orhan zamanında Anadolu ve Ortadoğu'yu dolaşan Kuzey Afrika'lı gezgin İbn Battuta'nın bize ahiler hakkında verdiği bilgiler, bunların fütüvvet ilkeleriyle, tasavvufî hayatla ve esnaflıkla yakın ilgilerini belirtmekte, ahi birliklerinin hem şehirlerde ve hem de köylerde örgütlenen zenaatçı ve ziraatçı zümreler olduğunu teyid etmektedir.⁷⁰

Ahi teşekküllerinin devlet otoritesinin zayıfladığı bir dönemde Anadolu'nun her yerinde siyasî ve idarî müessiriyet sağladıkları ve devletin işlevlerini gördükleri bilinmektedir.⁷¹ Osmanlı devleti'nin katiyetle kurulmasından sonra ahilik siyasî ve idarî işlevlerini sadece esnaf birlikleri içerisinde sürdürmüştür.⁷²

Osmanlı sanayi ve iç ticaret kesimleri esnaf birlikleri halinde teşkilatlanmıştı. Bu birlikler, fütüvvet ve ahilik ilke ve kurumlarından kaynaklanan⁷³ İslâm ve Selçuklu esnaf birliklerinin devamıdır.

Devlet, esnaf düzenini dayandığı fütüvvet ve ahilik geleneğine bağlı haliyle korumak isterdi. Esnafın bu yolla kendi iç denetimini sağlaması devletin işini kolaylaştırıyordu.

Esnaf sistemi, kalite kontrol ve standardizasyonu ile fiyat istikrarını sağlayıcı, haksız rekabeti, aşırı üretimi ve işsizliği önleyici bir anlayışa dayanıyordu. Sistem yarı özerk yapısıyla devletin uyguladığı narh politikasının en önemli yürütme ve denetim cihazını oluşturmuştur.

69 Özellikle ahiler Moğollara ciddi direniş göstermişlerdir. Bkz. Turan, 1971, 440, 461, 561, 567, 593, 604, 619.

70 İbn Battuta 'ahi' tabirini sadece bu kurumun önderleri için kullanmaktadır. Bkz. 1322, 215-41.

71 İbn Battuta, 22-323; Cevdet, 1919, 160, 170, 208.

72 Ahiliğin Selçuklularda ve Osmanlı devleti'nin kuruluşunda oynadığı hayat rolün farkına XX. yüzyılın başlarında, özellikle Osmanlı devleti'nin kuruluşu tartışmaları sırasında varılmıştır. Osmanlı devleti'nin ilerleyen yüzyıllarında ahilik unutulmuş ve hatta olumsuz bir anlam bile kazanmıştı. Hatta M. Nuri Paşa XIX. yüzyılın sonlarına doğru yazdığı eserinde ahilerden mütegalibe (zorba) olarak bahseder. Bkz. 1294, I, 8. Yine bu bilgi aşınmasından dolayı Cumhuriyetin ilk yıllarında Ankara'daki Ahi Mesut (Ahi Evren döneminde yaşamıştır) yöresinin ismi Etimesgut olarak değiştirilebilmiştir.

73 Bu yüzden esnaf teşkilatına katılma tıpkı fütüvvete giriş gibi, şerbet içme, şedd kuşanma ve şalvar giyme ile olmaktadır. Bir çeşit kuşak olan şedd sonraları peştemal halini almış ve ustalara takılmaya başlanmıştır.

Bir teşekküle ilk katılanlar işyerini, diğer çırak ve kalfaları öğreninceye ve tanıyınca kadar küçük hizmetlerde bulunurlar. Bunları öğrendikten sonra dükkanda çalışmaya başlar. Bu arada bir haftalık alır. İşinde ilerledikçe aldığı para da artar. Yetiştikten sonra kalfalık imtihanına girer ve başarırsa kalfa olur. Asgari üç sene olan kalfalık süresi kalfanın usta olabilecek maharete ulaşmasıyla sona erer. Bir tarikat şeyhinin peştemal kuşatmasıyla usta olan bir sanatkâr esnaf şeyhliğine kadar yükselebilir.

Osmanlı sisteminde homo economicusun somut şekli olan burjuva değil toplum yararını kendi çıkarından üstün tutan, kanaatkar fakat müteşebbis insan tipi idealize edilmiştir. Anadolu'da iktisadî hayatı örgütleyen ahiler bu tipin somut örnekleri olmuşlardır. Sistem içersinde toplum çıkarını kendi çıkarından üstün tutan insan tipi, zaman içersinde zayıflasa da hayatiyetini sürdürmüşdür. Hatta Tanzimat döneminden beri bütün özlem ve çabalara rağmen Türkiye'de kapitalizmin muharrik gücü olan burjuva sınıfının oluşmamasının en önemli sebeplerinden biri de bu olmalıdır.

Osmanlı ekonomisi kendine mahsus bir piyasa mekanizması oluşturmuştur. Bu sistemde bir yandan mümkün olduğu kadar tam rekabet şartları gerçekleştirilmeye çalışılırken, bir yandan da rekabetin rekabeti öldürmesi engellenmek istenmiştir. Bunun için etkili bir piyasa denetimi sağlanmış ve ihtikar gibi tekelci eğilimlerle mücadele edilmiştir. Fiyat istikrarının sağlanması sosyal refah için elzem görülmüştür. Yine bu amaçla üretim, dağıtım ve tüketim, makro anlamda, planlanmıştır.

Osmanlı iktisat sistemi, kültürü sisteminin bir türevi olarak, talep yönlü değil arz yönlüdür. Fiyat istikrarını sağlamanın en önemli unsuru da budur. Sistem **küçük üreticiliğe** dayanmaktadır. Bu yolla ekonomi kendine yeterli hatta dış piyasaya yönelik bir sanayi ve tarım sistemine sahipti. Bu, hem insan hem de ekonomi için böyledir. Klasik Osmanlı zihniyetinde insan alıcı değil verici olmalıdır. Yani bencil değil diğergam (altruist) bir insan tipi ön plandadır.

Her kim olursa olsun işe çıraklıktan başlaması ve eğitimin kademelerini başarıyla geçmesi gerekiyordu. Ehliyet ve liyakat burada da önemliydi.

Burada çırakların meslekî eğitimleri yanında kültürel eğitimlerine de önem verildiğini belirtebiliriz. Meselâ: Saraçhanenin, Fatih zamanında, Fatih Medreselerinin civarında yapılması, sarraç çıraklarının sabahları burada okutulan derslere devamlarını sağlamak amacını taşıyordu.

Burada esnaf bir yandan mesleğinin inceliklerini öğrenirken bir yandan da ahlâk eğitimi almaktaydı. Gence bu yolda, günümüzün küçük gruplarda eğitim uygulamasını hatırlatan bir şekilde, yol atası ve yol kardeşi yardımcısıdır. Geleceği, yola (fütüvvet veya tarikat yoluna), birliğe, yardımlaşma sandığına, mesleğe, sanata ve ihvana ihânet etmedikçe birlik mensupları tarafından garanti edilmiştir.

Esnaf fütüvvet (gençlik) idealini benimsemekle birlikte çeşitli tarikatlere mensup olabiliyorlardı.⁷⁴ Yine esnafın öğretimine özen gösterilirdi. Çıraklık eğitimi için medrese ve okullarda bölümler açıldığını biliyoruz.⁷⁵

Osmanlı ekonomisi içinde sınaî ve ticarî kesimin teşkilâtlanıp esnaf birlikleri oluşturması, ahiliğin özellikle iktisadî bir kurum haline dönüşmesine yol açmıştır. Bu kurumun zayıflamasına yol açan olgular arasında ticaret yollarının Okyanuslara kayması sanıldığı kadar etkili olmamıştır. Zira Osmanlılar kapitülasyon gibi etkili politikalarla ticareti büyük ölçüde Akdeniz havzasında tutmayı başarmışlardır. Savaşlar zaman zaman Doğu ticaretiyle transit ticarete darbeler vurmuştur. Asıl önemlisi XVIII. yüzyıl sonlarındaki Sanayi Devrimi'dir. Bu yüzden iş hacmi daralmış ve geçim imkânlarını zorlaşmıştır. İslam Dünyası'nı saran zihnî gerilikten kaynaklanan teknolojik atalet bu vakıalarla birleşince Osmanlı ekonomisi kapitalizm karşısında sürekli olarak gerilemiş ve onun nüfuz sahasına girmiştir.

Yine esnaf birlikleri özerk ve 'demokratik' kuruluşlardı. Yani iç işlerinde büyük bir serbestliğe sahip idiler. Zenaat ve ticareti düzenlemeden anlaşmazlıkların giderilmesine kadar öncelik birliklere aitti. Esnaf teşkilatının zenaat ve ticareti düzenlemekte faal rolü vardı. Özellikle fiyat ve kalite denetimi ile standardizasyonun sağlanması demek olan narh sistemini bu teşkilat denetlerdi.

Bir şehirdeki esnaf teşekkülleri birbirleriyle temasta buldukları gibi, ayrı şehirlerdeki teşekküller de birbirleriyle teması temin etmişlerdir. Kısaca bu

74 Özellikle Melamîlik-Bayramîlik, Bektaşîlik ve Mevlevîlik fütüvvet, ahi ve esnaf zümreleriyle yakın ilişki kurmuşlardır. Tarikat ıstılahları esnaf için de kullanılmaktadır: Esnaf, ehli'l-hak (hak ehli) veya ehli't-tarik (yol, tarikat ehli) diye de anılmaktadır. Esnafıta katılan genç 'şeriat, tarikat, hakikat ve marifet cemaatine' katılmaktadır. Bkz. Arnakis, 1953, 246.

75 İstanbul'un fethinden sonra saraçhânenin Fatih camii'nin yakınında yapılması saraç çıraklarının sabahları Fatih medreselerine devam edebilmelerini sağlamak içindi. II. Mahmut tarafından da 1825 yılında neşredilen bir fermanla "İslâm ilkelerini öğrendikten sonra geçimi sağlamak üzere çalışmak gerektiği" vurgulanmış ve "esnafıta girebilmek için mektepte ilmi hal ve İslâm'ın şartlarını öğrenmek lazımdır. Bunu belirten bir izin tezkiresi olmadan kimse esnafıta kabul edilmemelidir" denilerek yeni mektepler açılmış ve esnafa asgari bir kültür ve bilgi sağlama işi düzene sokulmaya çalışılmıştır. Bkz. Ergin, 1922, 614-6

birlikler ayrı ayrı çalışan, fakat aralarında içtimaî bir birlik bulunan ihtisas teşekkülleri idi.⁷⁶

Esnaf birliklerinde çalışanları ustalar, kalfalar ve çıraklar oluştururdu. Yükselmek için ehliyet ve liyakat esastır. Bu yolda herşey sıralıdır, teşkilatın en büyüğü bile keyfi hareket edemezdi. Esnaflığa giren genç, mesleğinde uzmanlaşmadıkça ve zamanı gelmedikçe yükselmez ve ayrı dükkân açamazdı.

XVII. yüzyılda ustalığa yükseltme ve ayrı dükkân açma merasimi ortalama beş-altı yılda bir yapılırdı. Bu süre kuyumcularda yirmi yıla kadar çıkardı. Yine ihtiyaç olmadan ayrı dükkân açılmazdı. Böyle bir durumda ilgili esnaf kadından sanat icrası müsaadesi alır ve ayrı dükkân açılabilirdi. Sanattaki titizlik ve ilerleme güçlüğü, başıboşluğun sanata darbe vurmasını önleyen tahditler (daha doğrusu öncelikler) aynı zamanda uzmanlığa olan hürmeti de göstermektedir. Esnaf ve dükkân sayısı gibi, üretim araçları, iş aletleri ve tezgah adedi sınırlandırılmıştı. 'İhtiyaca göre üretim' fikri fiilen uygulanmaya çalışılmaktaydı. Esnaf ve tüccarın işsiz kalmaması ve aşırı üretim buhranlarının önlenmesi esas olmalıydı. Bunun için talep te sınırlıydı.

Esnaf birliklerinde meslekteki maharete ve eskiliğe dayanan bir kademeleşme mevcuttu. Fakat aynı dönemin Batı esnaf birliklerinde görülen tabakalaşma söz konusu değildir. Batı'nın sınıflı toplum yapısının sonucu olan bu durum Avrupa sendikacılığına yansımıştır. Osmanlı esnaf birliklerinde ise, sadece ahlâki ve meslekî üstünlükler ilerleme ve yükselme sebebidir. Zaten bunlara sahip olamayanlar esnaf arasında eskime fırsatını bulamazlar. İşyerlerinde aile ortamı ile hürmet ve sevgi esastır.⁷⁷

Esnaf teşkilatı devletin yarı-resmî bir kurumu olmakla birlikte özerk bir yapıya sahiptir. Esnaf içerisinde ortaya çıkabilecek ihtilaflar, davalar teşkilat içerisinde halledilir, mahkemeye nadiren başvurulurdu.⁷⁸

76 Esnaf teşkilatı için bkz. Ergin, 1922, I, 302-575; Uluçay, 1942, 32-4, 113-120; Hasan, 1932, 10-19; Kal'a, 1998. Bu konuda ayrıca Bkz. Küftükoğlu, 1999, 606-613.

77 Esnaf teşkilatında çalışma düzeni hakkında bkz. Massignon, "Sınıf", 556, "Guild-İslâmic", 214-6; Uluçay, 1942, 105-111; Ergin, 1922, 559-613; Gölpınarlı, 1949-50, 90-9; Hasan, 1932, 8-12.

78 Esnafın bir iç cezalandırma sistemi de vardı. Cezaya yolsuzluk veya erkan denirdi. Anlaşmazlıklarda yetkili esnaf şeyhi idi. Böylece güçlü bir iç denetim sistemi kurulmuştu. Ergin, 1922, 610-3; Gölpınarlı, 82. Yine müslüman olmayan esnaf ta teşkilat içerisinde aynı disipline uyuyorlar ve aynı geleneği sürdürüyorlardı. Mesela yakın zamana kadar İstanbul Kapalıçarşısı açılırken yapılan duaya müslüman olmayan esnaf ta katılırdı. Çarşının sosyal güvenliğini sağlayan sandığa onlar da para verir ve gereğinde sandıktan para alırlar veya yardımdan faydalanırlardı. Bkz. Gölpınarlı, 1949-50, 94.

Klasik dönem Osmanlı esnaf teşkilatı birçok meslek teşekkülünden oluşuyor ve üst yönetici olarak Kadı'nın idaresi altında bulunuyordu. Bu olgu devlet denetiminin derecesini gösterir. Üretilen ve piyasaya arz edilen ürünler kadı'nın bilgisi dahilindeydi. Araçların ortaya çıkışı önlenmiş, ürünlerin üreticiden tüketiciye en kısa yoldan ve en elverişli fiyatlarla intikal etmesi hedef alınmıştır.

Esnaf genellikle gedik sistemine tâbiydi. Bu, memurların kadro sistemine benzer. Yalnız gedik tabiri, XVIII. yüzyıldan itibaren kullanılmıştır. Bu sistemde ihtiyaç duyuldukça yeni kadrolar ihdas edilir, böylece ticaret kesiminin aşırı büyümesi engellenirdi.⁷⁹

Alım ve satış tekelleri, veya öncelikleri, esnaf düzeninin en önemli hususlarından. Bu tekeller esnafa fiyatları istedikleri gibi ayarlama imkânı vermiyor, aksine devletin üretim, mübadele ve fiyatları etkin bir şekilde denetlemesini sağlıyordu. Bu olgu, bir işbölümü disiplini de oluşturmuştu. Esnafın birbirlerinin üretim ve satış sahalarına taşmaları yasaktı.⁸⁰

Esnafın çalışma alanlarının belirlenmesi hem haksız rekabetin hem de işsizliğin önlenmesi açısından önemlidir.⁸¹

Esnafın işleyeceği hammadde tedarikinde güçlük çekmemesi için de tahsis siyaseti izleniyordu. Yani belli hammaddeler belli esnafa tahsis edilmişti. Bu anlamdaki bir tekelcilik aslında fiyatlara müdahale imkanı veren tekelciliği engelleyen bir husustur.⁸²

Esnafın iç düzeninde belli bir maharet ve kaliteye ulaşmadan usta olunamazdı. Kaabiliyetsiz ve ehliyetsizler esnafıktan çıkarılırlardı. Bunun yanında üretimin denetlenebilmesi için işyerleri dışında çalışılmaması istenirdi.⁸³

Esnaf sistemi, kalite kontrol ve standardizasyonu ile fiyat istikrarını sağlayıcı,

79 Eğer gerçekten halk ihtiyaç duyuyorsa kendiliğinden açılan dükkanlar kapatılmaz ve kadroya geçirilirdi. Bu durum öncelikle esnaf teşkilatının bir iç meselesi olarak halledilirdi. Bkz. Cevdet, Belediye, 7162: 1178/1764. Gedik usûlü vakıflara gelir kaynağı bulma amacıyla oluşturulmuştu: M. Nuri, IV, 100.

80 Cevdet, Belediye, 5020: 1198/1784.

81 Mühimme, 10, 157/237: 979/1572.

82 Belgeler tahsislere uyulmasını ve hammaddelerin muhtekirlere verilmemesini ısrarla belirtmektedirler: Cevdet, Belediye, 6366: 1204/1789. Bu tahsislerde, özellikle stratejik maddelerde devlete bir öncelik tanınmıştır. Bkz. Mühimme, 10, 225/344: 979/1572.

83 Cevdet, Belediye, 3735: 1136/1724.

haksız rekabeti, aşırı üretimi ve işsizliği önleyici bir anlayışa dayanıyordu. Sistem yarı özerk yapısıyla devletin uyguladığı narh politikasının en önemli yürütme ve denetim cihazını oluşturmuştur.

Esnaf teşkilatı nisbeten dışa kapalı bir nitelik taşır. Ancak Yavuz Selim'in Kahire ve Tebriz'den getirilen 1500 tüccar ve sanatkarı İstanbul'da iskan etmesi,⁸⁴ ticaret ve sanatkârlığın geliştirilmesi için zaman zaman dıştan tedbirler alındığını gösterir.

Sefer zamanlarında ordunun ihtiyaç duyduğu esnaf (kasap, ekmekçi, bakkal, berber, saraç, demirci, arabacı, nalbant, aşçı gibi) seferlere katılırdı. Bunlara orducu esnaf denirdi. Orducu esnaf ordugahta dükkan açıp askerlerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılardı. Bu faaliyetler için gerekli olan işletme kredisi mensup olunan esnaf birliği tarafından sağlanıyor ve buna ordu akçesi deniyordu.⁸⁵

Esnaf birliklerinin manevi merkezi Kırşehir'di. Debbagların ve hatta bütün esnafın piri sayılan Ahi Evren'in halefleri asırlar boyu Osmanlı esnafının birliğini sembolize etmişlerdir.⁸⁶ Bunlar zaman zaman bütün Osmanlı ülkelerini dolaşırlar, hatta Bosna-Hersek ve Kırım gibi uzak bölgelere gidip oralarda kalfalık, ustalık imtihanları yaparlar ve peştemal kuşatırlardı.⁸⁷

Osmanlı esnaf birliklerinin malî, adlî, idarî ve iktisadî özerklikleri, Türk toplumunun 'demokratik' vasıflarını aksettirmektedir. Tabiatıyla bunun Batı'nın sınıflı toplum yapısının bir sonucu olan demokratik kurumlarla ilgisi yoktur.

Esnaf birlikleri, şehir halkının önemli bir kısmının demokratik siyasî katılma araçlarıdır. Ancak bunu Batı esnaf birlikleriyle kıyaslamamak gerekir. Çünkü merkezî otoritenin zayıf olduğu feodalite çağında Batı esnaf birliklerinin varlıklarını koruyabilmeleri için büyük bir siyasî güçle cihazlanmaları gerekiyordu. Batı şehirlerinin bağımsızlıklarını elde etmelerinde korporasyonların yeri malumdur. Yine feodalite tarihe karışırken kurulan yeni düzende bu

84 İnalçık, 1973, 207.

85 Tabakoğlu, 1985, 276.

86 Ahi Evren'in postuna oturan (postnişin) bu zatlara Ahibaba da denirdi. Bazı yerlerde esnaf şeyhine Ahibaba vekili denmesi bu bağlılığın bir ifadesidir. Bkz. Hasan, 1932, 8. Bursa gibi bazı şehirlerde de Ahibaba vekilliğini tarikat şeyhleri yapıyorlardı. Bkz. Turgal, 1940, 102, 152.

87 Hamdija Kresevljakoviç 1887 yılına kadar Bosna'da mevcut bulunan debbag esnaf birliğine Ahi Evren'i temsilen Kırşehir'den şeyh (ahibaba) geldiğini bildirmektedir. Bkz. Gölpınarlı, 1949-50, 94; Taeschmer, 1955, 24; Arnakis, 1953, 246-7.

birlikler kendi çıkarlarını, siyasî iktidarları sayesinde korumuşlardır. Ancak ticarî kapitalizm bunları saf dışı etmiştir.

Anadolu'nun henüz istikrara kavuşmadığı dönemlerde ahilerin ne denli siyasî ve idarî nüfuza malik bulduklarını belirtmiştik. Osmanlı devletinin kurulmasından sonra sağlam bir teşkilatlanma ile beraber düzenin sağlanması esnafa artık denetleme görevi yükledi.⁸⁸

Esnaf gereğinde haklarını silahla alan bir teşkilat idi. Mesela, Yıldırım zamanında (1389–1402), Ankara ahileri silaha sarılarak dükkânlarını kapatmışlardı. Bazılarına göre, bu grev hareketinden yirmi gün kadar sonra da haklarını elde etmişlerdi.⁸⁹ Özellikle XVII. yüzyıldan sonra esnafın sık sık ayaklandığını biliyoruz. Bunlardan İstanbul'da vukubulan ve sadrazam, yeniçeri ağası, defterdar gibi önde gelen birçok devlet görevlisinin azil ve öldürülmesine yol açan ayaklanmayla 1730 Patrona isyanı önemlidir. İlkinde ayarı bozuk para tedavülü ve hükümetin bazı malları zorla satmak istemesi esnafın ayaklanmasına yol açmıştı. Sonunda hükümet, esnafın arzularını kabulden başka çare bulamamıştı.⁹⁰ 1730 Patrona ayaklanmasında esnaf meselelerinin etkili olduğu bilinmektedir.⁹¹

Bir esnaf ayaklanmasının başlıca sebepleri; halkın tahammülünün üzerinde bir yükümlülük getirilmesi, esnaf geleneklerine ters düşen uygulamalar yapılması veya kahyalar meclisinin kesinlik kazanan kararlarına uyulmamasıdır. Bu durumda dükkânların kapatılması söz konusudur. Sonuçta Padişah'ın kararına uyulur.⁹²

Madenî para rejimi fiyat istikrarını sağlayan en önemli amildir. Bu yüzden Osmanlı ekonomisinde görülen fiyat hareketlerinin günümüz şartlarına göre enflasyon olarak tanımlanması oldukça zordur. Burada 1326–1740 arasında Osmanlı akçesinin yıllık ortalama değer kayıp oranının % 0.2 de kaldığını tekrarlayabiliriz.⁹³

88 Burada, Evliya Çelebi'den naklen, Sultan Süleyman'ın ayaklanma alametleri sezdiği bir kısım askeri, esnafa tehdit edip ayaklanmayı önlediğini hatırlatabiliriz. Bkz. Cevdet, 1932, 208.

89 Tarus, 1947, 42; Ergin, 1922, 602; Esnafın üç sembolü vardı: Silah, bayrak ve davul (tabl ve kudüm). Bunlar, gezi, geçit resmî, merasim ve isyanlarda ortaya çıkarılırdı. Bkz. Uluçay, 1942, 104–5.

90 Naima, 1283, V, 101; İncalcık, 1973, 161; Barkan, 1984, 41.

91 Tabakoğlu, 1985, 218–220.

92 Ergin, 1922, 701–3.

93 Tabakoğlu, 2005, 293, 329.

Bunun yanında narh sistemi fiyat ve kalite denetimini sürdürmüştür. Bu çerçevede içinde Osmanlı ülkelerinde fiyatları yukarıya doğru çeken birkaç eğilim söz konusu olmuştur. Bunların başındaki XVI. yüzyılın sonlarından itibaren etkisini şiddetlendiren dünya maden akımlarıdır ki daha çok Amerika'dan Avrupa'ya ve Ortadoğu'ya intikal eden gümüşlerin ortaya çıkardığı fiyat hareketlerinden kaynaklanır. Bu, zamanımıza göre önemsiz de olsa bir fiyat artışı olgusunu ifade eder. Bunun sonucunda Osmanlı hesap birimi olan akçenin değerinde zaman içerisinde düşmeler olmuş, iç ve dış fiyat farklılıkları Batı'ya mal, doğuya ve güneye kıymetli maden akımı ortaya çıkarmıştır.⁹⁴

Tekelci eğilimlerin engellenmesi, mal arzının yüksek seviyede tutulması, malların üreticiden tüketiciye en kısa yollardan intikalinin sağlanması fiyat istikrarının önemli amillerini oluşturmuştur.

XVIII. yüzyıl başlarındaki iktisadî genişleme hemen hemen bir fiyat istikrarı içinde gerçekleştirilmiştir. Üretim ve ihracat artmış ve 1760'lara kadar hiçbir ciddi para operasyonu yapılmamıştır. Ancak iktisadî daralma ile birlikte para değerindeki düşmeler tescil edilir ve fiyatlar yükselmeye başlar. Fiyat artışları giderek hızlanan bir tempo ile 1760'lardan 1800'lere kadar % 200' ü geçer. 1790–1800 arasındaki fiyat artış hızı, o zamana kadar görülmemiş boyutta olmak üzere % 5 civarına yükselir.⁹⁵

İslâm iktisadının eksik rekabet şartlarında fiyatlara müdahale edilmesi gerektiği ilkesi Osmanlı iktisat düşüncesi ve tatbikatında büyük bir yere sahip olmuştur. Piyasaların yapısı böyle bir fiyat tesbiti (narh koyma, tes'ir) uygulamasını zaruri kılıyordu. Osmanlı siyaset yazarları narhın halkın refahı için zaruri olduğunu belirtmişlerdir. Bu husus belgelere de yansımıştır. Narh sistemi klasik dönem Osmanlı tarihinde fiyat politikasının esasını teşkil etmiştir.

Osmanlı narh uygulamasında temel ölçü arz ve talep şartları olup, tekelci eğilimlerin tesiri giderilmek istenmektedir. Bu şartlar değiştikçe tesbit edilen fiyatlar da değişiyordu. Özellikle ziraî ürünlerde arz şartlarının çok değişken olması böyle bir uygulamayı zorunlu kılıyordu. Yine talebin normalin üstünde yükseldiği Ramazan ayı öncesinde de fiyatların yeniden tesbiti gerekiyordu. Nihayet hassa pazarbaşının muhtesiblikçe onaylanmış bir narh defterini her ay İstanbul şehreminine teslim etmesi bir gelenektir.⁹⁶

94 Tabakoğlu, 2005, 292.

95 Genç, 2000, 215.

96 MM. 7534, 959: 984/1576.

Kuraklık, ulaşım zorlukları, üretimin harp, abluka vs. sebeplerden dolayı azalması sonucu arzda bir daralma olduğunda narh fiyatları yükseltilir, arzın genişlemesi halinde düşürülürdü. Para birimi olan akçenin değer kaybetmesi narh fiyatlarında topyekun bir yükselmeye, değer kazanması ise topyekun bir azalmaya yol açardı. Fakat bu yükselme veya düşme oranları her malda aynı olmazdı. Yine maliyeti yükselen malda, yeni fiyat tesbiti yapılırdı.⁹⁷

Narhların tesbiti kadıların başkanlığında kurulan komisyonların göreviydi. Bir malın fiyat tesbit komitesi ilgili esnafın şeyh, kethüda, yiğitbaşı, ehl-i hibre gibi yönetici ve uzmanlarıyla halkın temsilcilerinden oluşuyordu. Esnaftan fiyatların yükseltilmesi talebi geldiğinde komite huzurunda çaşni tutulur, yani bir üretim süreci oluşturulur; malın hammadde halinden nihaî mal oluncaya kadar geçirdiği safhalardaki maliyetleri, iş saatleri ve ücretler müşahede ile tesbit edilir,⁹⁸ yeterli kâr bırakması halinde fiyatların yükseltilmesine gerek duyulmazdı.⁹⁹

Ortalama kâr işin özelliğine göre genellikle % 10–20 arasında değişmektedir.¹⁰⁰ Maamafih kahve gibi ülkenin uzak bölgelerinden getirilen veya ithal edilen malların maliyetlerinin tesbitinde güçlükler olduğundan esnaf ile kadılık arasında bir pazarlık marjı bırakıldığı anlaşılıyor.¹⁰¹ Tesbit edilen narh gerekli belgelerle tesbit edildikten sonra kadı sicillerine geçirilir ve esnaf ile halka ilan olunurdu.¹⁰²

Narh toptancı (getürücü, misafir) ve perakendeci (mukim, oturucu) için ayrı ayrı tesbit edilirdi. Toptancıların dükkan açıp perakendecilik yapmaları yasaktı.¹⁰³ Malın toptancıdan perakendecilere intikali belli bir düzen içinde gerçekleştirilir, esnafın malsız kalmaması amaçlanırdı.¹⁰⁴

Malların ham, yarı mamul veya mamul olmaları, tedarik piyasalarının farklılığı fiyat tesbit yöntemlerinin de farklı olmasına yol açıyordu. Özellikle ham ve yarı mamul maddelerin fiyatlarının tesbitinde arz şartları önemlidir. Bunlarda

97 Kütükoğlu, 1983, 9–12.

98 MM. 1797, 59: 976/1569.

99 Cevdet, Belediye, 471: 1181/1768.

100 Kanunname-i ihtisâb-ı İstanbul, 340. Bazan bu oranın % 40 a kadar çıktığı olurdu. Ahmed Lütfi, 1304, 88.

101 Kütükoğlu, 1983, 16.

102 Kütükoğlu, 1983, 17–8; Ayrıca muhtesib her ay pazarbaşına bir fiyat listesi vermekle yükümlüydü. Bkz. Sahillioğlu, 1967, 37–8.

103 Mühimme, 7, 266/750: 975/1568. A. Refik, 1935, 103/46: 995 /1587.

104 Cevdet, Belediye, 6752: 1200/1785.

mamul maddelerde olduğu gibi deneme üretimi sonunda katma değerlerin belirlenip nihaî mal fiyatının tesbiti söz konusu değildir. Bunun için hemen hemen hepsi tabî ve ziraî kaynaklı olan veya ithal edilen hammaddelerin piyasada oluşan fiyatlarını, fahiş kâr olmamak şartıyla, kabulden başka çare yoktur. Buradaki narh fiyatı muhtemelen kâr oranı, arzın daralmasına paralel olarak, yükselen bir piyasa fiyatıdır.¹⁰⁵

Tıpkı ilk İslâmî uygulamalarda olduğu gibi piyasanın denetlenmesi kadı ve muhtesibin görevleri arasındaydı. Ticaret ahlâkına uymayan davranışlar öncelikle esnafın iç denetimi ile sonra da muhtesib ve kadının denetimleri ile karşılaşırdı. Mesela hadislerle yasaklanan fiyatları yükseltmek amacıyla müşteri kızdırtmak (neceş) gibi fiiller, kürek cezasıyla cezalandırılırdı.¹⁰⁶ Devlet, esnaf düzenini dayandığı fütüvvet ve ahilik geleneğine bağlı haliyle korumak isterdi. Esnafın bu yolla kendi iç denetimini sağlaması devletin işini kolaylaştırıyordu.¹⁰⁷

Ürünlerin kalite denetimi ve standardizasyonu hem üreticilerin hem de tüketicilerin uzun vadeli çıkarlarının korunmasıdır. Özellikle sınaî ürünlerin standardizasyonu önemli bir konudur. Tesbit edilen standartlar kadı sicillerine kaydedilmiş olup¹⁰⁸ ülkenin uzak bölgelerinde de bu standartlara uyulması, bu arada ölçü ve tartı birimlerinin damgalattırılması istenirdi.¹⁰⁹ Kaliteyi bozanlar¹¹⁰ ve mesleklerinde ehliyetsiz olanlar takip edilerek cezalandırılırdı.¹¹¹ Yine kaliteli mal üretimi için esnafın kredi kullanmamaları ve öz sermayelerini arttırmaları istenirdi.¹¹²

Fiyat ve kalite denetiminde bizzat esnaf teşkilatının iç denetimi önemlidir. Daha sonra muhtesib, kadı, sadrazam ve nihayet padişah denetimlerde bulunuyordu.¹¹³ Sistemi bozmak isteyenler kalebendlik ve cezirebendlik gibi cezalara çarptırılıyorlardı.¹¹⁴ Görüldüğü gibi sistem içinde fiyat ve kalite istikrarının sağlanması kanuni yollardan da garanti edilmek istenmiştir.

105 Cevdet, Belediye, 459: 1184/1770.

106 A. Refik, 1935, 110: 981/1573.

107 Cevdet, Belediye, 7279: 1144/1732.

108 Mühimme, 5, 542/1485: 973/1565.

109 Mühimme, 12, 220/460.

110 Mühimme, 5, 131/304: 973/1565.

111 Cevdet, Belediye, 4378: 1148/1736; Cevdet, Belediye, 3172: 1181 /1767.

112 Mühimme, 6, 79/162; 84/172: 972/1564; Mühimme, 6, 377 /800: 972/1564.

113 Cevdet, Belediye, 5935: 1183/1769.

114 Cevdet, Belediye, 3223: 1147/1734; Cevdet, Belediye, 4612: 1177 /1763.

Narh sistemi Tanzimatın getirmek istediği liberalist ekonomiye uygun değildi. Bu yüzden Tanzimat esnaf sistemini etkisizleştirdi ve narh sistemini kaldırdı.¹¹⁵

Ücret konusunun narh sistemiyle yakın ilgisi vardır. Çünkü emeğin fiyatı olan ücret narh sisteminin denetimi altındadır.

Özellikle Osmanlı Anadolu'sunda nüfusun az ve XVI. yüzyıldaki nüfus artışı hariç, durgun olduğunu hatırlarsak ücret seviyesinin yüksek olduğunu varsayabiliriz. Bu yüzden işsizlik olayı değil, işgücü eksikliği vardır.

Osmanlılar kalifiye işgücüne büyük önem vermişlerdi. Fetihler sonucu elde edilen kalifiye elemanlar İstanbul'a gönderilirdi.¹¹⁶ İspanya'dan yahudilerin getirilmesi Osmanlı ekonomisine büyük katkılar sağlarken İspanyol ekonomisinin çöküşünün en önemli sebeplerinden birini oluşturmuştu. XV. ve XVI. Yüzyıllarda bazı İtalyan teknisyenler Osmanlı hizmetine girmişti.¹¹⁷ Yine Yavuz Selim'in (1512–1520) Kahire ve Tebriz'den 1500 tüccar ve sanatkarı İstanbul'da iskan etmesi aynı amaca yönelikti. Bu arada ülkeye yeni teknoloji girişi için de yabancı kalifiye işçi istihdamından çekinilmiyordu.¹¹⁸

Osmanlı sanayi ve ticaret kesimlerinin çerçevesini oluşturan esnaf birlikleri rekabete değil, işbirliği, karşılıklı kontrol, imtiyaz ve tahsis ilkelerine dayanmış gibi bu ilkeler çalışma hayatının da esasını teşkil etmektedir. Bu şartlar altında iş ve çalışma hayatı belli bir disiplin altına alınmış, liberal–kapitalist sistemdeki gibi herkesin istediği mesleği, istediği yerde ve istediği şekilde yapmasına imkan verilmemiştir.

Ücretlerin yüksek seviyesini koruması, işverenin başka çözümler aramasına yol açmıştır. Mesela Bursa dokuma sanayiinde hür emek yerine köle istihdamının daha elverişli olduğunu biliyoruz. Bu şekilde iş süresi sonunda köleler serbest bırakılıyordu. Özellikle kalifiye iş gücünü oluşturan köleler çoğunlukla tedbir ve mükatebe yollarıyla hürriyetlerine kavuşuyorlardı. Tedbirde efendinin ölümüne bağlı bir hürriyet söz konusu iken mükatebe belli bir meblağ

115 Ortaylı, 1987, 164.

116 Mesela, Otlukbeli Savaşı'ndan sonra Fâtiḥ Sultan Mehmed, Akkoyunlu sultanı Uzun Hasan'ın sarayındaki sanatkârları İstanbul'a getirmişti. Diyanet İslam Ansiklopedisi, XXIII, 267

117 Cipolla, 2002, 9.

118 Ülkede 'fünûn ve sanayiin' geliştirilmesi maksadıyla ecnebi ustalar marifetiyle yaptırılan çuka fabrikasına dair bkz. Cevdet, İktisat, 275: 4 10 1219/II 1805.

ödeme, belli bir süre hizmet verme veya belli miktarda mal üretme karşılığında kölelere hürriyetlerini sağlayan bir sözleşmeydi. Bu usûl bazı sanayiciler için istihdam meselesine çözüm yolu oluşturuyordu. Ücret karşılığında işçi çalıştırılacağına, köle satın alınıyor, bedeli tutarında işi yerine getirmesi sağlanıp sonunda azad ediliyor ve yerine başka bir köle satın alınıyordu.¹¹⁹ Bu işlemlerin önemli bir köle borsasına sahip olan Bursa'nın iktisadî ve içtimai hayatında büyük bir yer tuttuğunu biliyoruz. Mesela XV. yüzyılın ikinci yarısında bu şehirdeki azatlı kölelerin şehir nüfuslarına oranları yaklaşık üçte biri buluyordu. Bunların taşınmaz mülk yatırımları ise hürlerin beşte ikisi civarındaydı.¹²⁰

Reel ücretleri bulmak için ücret tarihi yanında fiyat tarihi de bilinmelidir. Yalnız işçilere kimi zaman beslenme için ayrı tazminatlar verildiğini barınma ihtiyaçlarının ucuz olarak karşılandığını tekrarlayabiliriz. Verilerin eksikliğine rağmen, tazminatlarla birlikte hesaplanan giydirilmiş ücretler yanında çıplak ücretlerin de yüksek olduğunu belirtebiliriz.¹²¹

Tanzimatla Birinci Dünya Savaşı arasında geçen (1839–1914) sürede nominal ve reel ücretler artmıştır. Bu genel çerçeveye içerisinde ücret hareketlerinin dünya konjonktürü ile bağıntılı olduğunu görüyoruz.¹²² Bununla beraber refah seviyesi çevre ülkelerinkinden yüksekti.¹²³

Osmanlı ekonomisinde bir işçi sınıfı olmadığı gibi, sanayi devrimi döneminde de bir işçi sefaletinden söz etmek mümkün değildir. Belki de Osmanlı ekonomisinde sanayi devriminin oluşmamasının sebeplerinden biri de ücretlerin nisbî yüksekliğidir. Tanzimat'tan sonra görülmeye başlayan işçi hareketlerinin sebepleri arasında teknolojik işsizlik korkusu ile ücret ödemelerindeki gecikmeler vardır.

Osmanlı klasik döneminde sosyal güvenlik işlevini vakıflar görmektedir. Klasik dönem Osmanlı sosyal güvenlik sistemini incelerken devlet görevlileri (askerî zümre) ve halk kesimi (reaya) ayrımını yapabiliriz. Tanzimat'tan son-

119 Sahillioğlu, 1979–80, 76–80.

120 Sahillioğlu, 1979–80, 123.

121 Mesela asgari ücret alan bir işçi, çıplak ücretiyle günlük olarak 1551'de 1285 gr., 1640'ta 1427 gr., 1825'te ise 4130 gr. koyun eti alabiliyordu. Kalifiye işçilerin ücretleri için bu rakamlar sırasıyla 6425, 5711 ve 6425 gr. lara çıkmaktaydı. Bu konuda Bkz. Tabakoğlu, 1989, 97.

122 Ökçün–Boratav–Pamuk, III. 1985, 753–9.

123 Eldem, 1994, 6, 145.

ra ise genel merkezîleştirme ve devletleştirme eğilimine paralel olarak devlet bürokrasisi sosyal güvenliğe hakim olmuştur.

Klasik dönemde mecburi aylık prim ödeme ve belirli bir emeklilik yaşı söz konusu değildir. Azledilme, ihtiyarlık ve sakatlık gibi durumlar hariç çalışma sınırsızdır. İlimiye görevlileri genellikle vakıf sistemi içindeydiler. Yeniçerilerin orta sandığı denen vakıf statüsünde yardımlaşma sandıkları vardır. Esnafın sosyal güvenliğini yine vakıf statüsündeki esnaf sandığı sağlar. Avarız vakıfları köy ve şehir halklarının en önemli sosyal güvenlik kurumuydu. Tarım kesimindeki sosyal güvenlik, tımar sisteminin gerilemesiyle zayıflamış ve **küçük** çiftçi, XIX. yüzyıldaki bankacılık teşebbüslerine rağmen tefecilere bağımlı olmaya devam etmiştir. Tanzimat'tan sonra vakıf-sandıklar devlet denetimine alınmış ve günümüz sosyal güvenlik kurumları oluşturulmaya başlanmıştır.

Şehirli halkın önemli bir kesimini oluşturan esnaf, temelinde kahramanlık, cömertlik, namusluluk, hizmet, sosyal dayanışma ve altruizm bulunan fütüvvet ve ahilik geleneğine bağlıdır. Selçuklu ve Osmanlı Devletlerinde **küçük** sanayi, iç ticaret ve büyük ölçüde emek piyasasını teşkilatlandıran esnaf sistemi rekabete değil dayanışmaya dayanır. Burada sosyal güvenlik kurumu olarak esnaf sandığının önemini vurgulayabiliriz. Esnaf sandıkları kethüda, yiğitbaşı gibi esnaf ileri gelenlerinin nezareti altında vakıf statüsü altında çalışırlardı. Sandığın sermayesi esnafın bağışları ile çiraklıktan kalfalığa ve kalfalıktan ustalığa yükselenler için ustaları tarafından verilen paralardan ve aidatlardan oluşurdu.¹²⁴

Esnafın çalıştıkları kapalıçarşılar çok kere büyük camilerin vakıfları idiler. Dolayısıyla burada çalışan esnafın sandıklarıyla devlet yakından ilgiliydi.¹²⁵ Bu fonlar da kredi yoluyla işletilirdi.¹²⁶

Avâriz vakıfları şehir ve köy halkının en önemli sosyal güvenlik kurumuydu. Avâriz, bilindiği gibi, hem toplu yükümlülöklere verilen addır hem de rizi-kolar, tehlikeler demektir ki tamamen sosyal güvenliğin çerçevesine girer. Sermayeleri kredi olarak işletilen avâriz sandıkları ile bütün bir mahalle veya köy halkının veya içlerinden sadece fakir olanların vergi borçları ödenirdi.

124 Uluçay, 1942, 15, 96, 101; Şeyhoğlu Hasan, 1932, 13. Esnaf sandığına gayr-i müslim esnaf ta katkıda bulunur ve yardımdan faydalanırdı. Gölpinari, 1949-50, 94.

125 Mesela İstanbul Kapalıçarşısındaki bedesten Ayasofya evkafından idi. Bu vakfın, dolayısıyla bedestenin nazırı da Rumeli kazaskeri idi. Bedesten esnafının sandığının sermayesinde tüccarın payları gibi yetimlerin de malları vardı. Cevdet, İktisat, 1803: 1261-2/1845-6.

126 Çağatay, 1989, 134-6.

Yine umulmadık masraflarla yardımlara fon ayrılmıştı. Zamanla vergi borçlarının ödenmesi önemini kaybetmiş, su yolu ve kaldırım inşası, fakirlerin iaişesi, evlendirilmesi, sermaye tedariki, cenaze masraflarının karşılanması gibi hususlar ön plana çıkmıştır. Avârız sandıkları 1876–7 savaşına kadar devam etmiş, o tarihten itibaren esnaf ve avârız sandıkları devlet tarafından yönetilmeye başlanmıştır.¹²⁷

Tanzimatla birlikte bir yandan klasik dönemin sandıkları devletleştirilip tek elden yönetilmeye başlanırken bir yandan da dönemin Yenileşme ve Batılaşma esprisine uygun olarak 1865 yılındaki Dilaver Paşa nizamnamesi ile başlayarak İkinci Meşrutiyet sonrasına kadar bir çok düzenleme yapılmıştır. Bunlar çoğunlukla çalışma şartları ile ilgili olup bir kısmı hastalık, kaza, ihtiyarlık gibi tehlikelere karşı alınabilecek tedbirleri öngörür.¹²⁸ Bu arada işçiler için askerî fabrikalarda, tersanede, denizyollarında, maden işletmelerinde ayrı emekli sandıkları oluşturulmuştur.

Tanzimat döneminde ortaya çıkan ve devletin nezareti altında olan sandıklar bu günkü Sosyal Sigortalar Kurumu ve Bağ–Kur’un temellerini oluşturur. Günümüzde de, hukukî açıdan, devletleştirme eğilimi devam ederken özel sigorta şirketlerinin giderek güçlenmeleri sosyal güvenliğin kapitalist bir baza oturmasının göstergesi gibidirler.

Yeniçerilerin esnaf sistemi üzerindeki etkilerini biliyoruz. Esnaflık yapan yeniçerilerin kurallara uymaları istenmekle birlikte¹²⁹ yolsuzlukları sistemi bozacak seviyede idi. Yine XVIII. yüzyılın başlarından itibaren yoğunluk kazanan şehirlere akın hareketiyle tarım kesiminden kopan köylüler, işportacılık ve esnaflaşma gibi olaylarla, esnaf üzerinde önemli bir baskı oluşturuyorlardı. Esnaf, sürüm imkanları gittikçe daralırken aralarına yeni adam almamakta direniyor ve bu da sürtüşmelere yol açıyordu.

Bu tür gelişmeler, esnaf kadrosunu genişletme eğilimi getirirken, geçim imkanlarının, hammadde kaynaklarının ve sürüm sahalarının bu eğilime ayak uyduramaması büyük zorlukların baş göstermesine yol açmış ve tahditlerin daraltılması konusunu gündemde tutmuştur. Fert başına düşen gelirin azalması şeklinde özetlenebilecek sebeplerle geleneksel fütüvvet ahlâkına ters düşen

127 Barkan, 1947, II, 121; Şeker, 1984, 145–9.

128 Eldem, 1994, 140.

129 Aslında askeri zümrelerin ticaretle uğraşmaları yasaktı: Mühimme, 12, 37/77: 978/1571. Bunlar, teorik olarak, emekli olmadıkça evlenemezler ve esnaflık yapamazlardı. Bkz. M. Nuri, I, 168. Fakat zamanla bu yönde fiili bir durum ortaya çıkmış ve devlet durumu kabullenmişti: A. Refik, 1935, 134: 996/1587.

çekişme, ihtikâr, hile, eksik tartma, kanaatsizlik gibi durumlar esnaftan olan şikâyetleri çoğaltıyordu.¹³⁰

Yine toplumun benimsemekte olduğu yeni tüketim alışkanlıkları, yerli tüketim kalıplarına uygun üretim yapan esnaf üzerinde olumsuz bir etki yapmıştır. 1826'da Yeniçeri ocağının kaldırılması bir yandan üretim tarzını yeni askerî yapıya uydururken bir yandan da hammallar gibi Yeniçerilere bağlı esnaf grupları etkisiz hale geldi.¹³¹

Osmanlı sisteminde **küçük ve müstakil işletme** tipi umumîleşmişti. Tarım sisteminde olduğu gibi sanayi kesiminde de küçük işletmecilik hakimdi.

Eldeki dış ticaret verilerini inceleyerek, Anadolu'da küçük sınaî üretimin son zamanlarda bile kötü durumda olmadığını görebiliriz. XIX. yüzyılın başlarına kadar olan dönemde, mamul mallarda ülke kendi tüketimini kendi üretimiyle karşılıyordu. Bu durumda zenaatlerin, büyük bir canlılık içinde olmasalar bile bir yıkım ve çöküş içinde olmadıkları görülmektedir.¹³²

Görüldüğü gibi Cumhuriyet öncesinde Osmanlı ekonomisi dünya pazarlarına ve yabancı sermayeye açılmış, tarıma dayalı, güçlü bir merkezî devlete sahip, küçük üreticiliğin önemli ve yaygın olduğu, dış borçları yüksek, sınırlı sermaye birikimine sahip ve nihayet dünya pazarlarına yönelik tarımın sürüklediği bir büyüme eğilimi içersindeki bir ekonomi olarak görülmektedir.

Osmanlı ekonomisi ülkede mal bolluğunu esas aldığı için ticaret serbestisini geleneksel bir ilke olarak benimsemiştir. Bunun yanında bütün ticarî faaliyetlerde tekelci eğilimleri önlemek ve tüketiciyi korumak için denetim mekanizması kurulmuştur.

Fiyat denetiminin en esaslı yolu mal bolluğunu sağlamaktır. Narh sistemi içinde fiyat denetimi gibi kalite denetimi ve standardizasyon da önemlidir. Bunun için tekelliklerin önlenerek, araçların ortadan kaldırılması ve malların üreticiden tüketicieye en kısa yollardan intikal etmesi sağlanmaya çalışılmıştı. Burada da tahsis siyaseti önemli idi. Tıpkı üretimde olduğu gibi iç ticarete de esnaf ve narh sistemi ön plandaydı. Mal arzında miktar kadar malların kaliteli olmaları ve standartlara uygunluğu da önemliydi.

130 Bu konuda Bkz. Ülgener, 1955, 392 vd. ; Uluçay, 1942, 19-20; Massignon, "Sınıf", 214-6.

131 Baykara, 1990, 147-155.

132 Pamuk, 1988, 177.

Osmanlı devleti Anadolu'nun öteden beri varolan transit bölgesi olma vasfını koruyup güçlendirilmek istemiştir. Yine kuruluş ve genişleme dönemlerinde dünya ticareti Akdeniz çevresinde yoğunlaşmıştı. Devlet bu durumu da, gümrük ve kapitülasyon politikalarıyla korumak istemiş, savaş durumunun bile ticareti engellememesini istemiştir.

Batı'da mal fiyatlarının yüksekliği Osmanlı ülkesinden Batı'ya doğru mal kaçakçılığı oluşturmuştu. Türkiye'deki yabancı tacirler sadece toptancılık yapıyorlardı. Çünkü perakende ticaret yerli esnaf ve tüccarın hakkıydı ve bu da azımsanmayacak bir pazarlık gücü sağlıyordu.

Osmanlı devleti, herşeye rağmen, XVII. yüzyılın sonlarında bile 20–25 milyonluk nüfusunu besleyip giydirebilen kendi kendine yeterli bir iktisadî birim idi. Osmanlı ülkesinin hammadde ihrac eden ve mamul madde ithal eden bir ülke konumuna girmesi sanayi devriminden sonradır.

1820'lerden Birinci Dünya Savaşına kadar Batı Avrupa'dan ithal edilen mamul malların rekabeti yerli sanayileri şiddetle etkilemiştir. Ulaşım imkanları nedeniyle İstanbul ile Anadolu'nun kıyı bölgeleri ve daha sonraları da demiryollarının ulaşabildiği iç bölgeler, rekabetten etkilendiler. Ancak pek çok dalda yerli sınaî üreticiler yeni şartlara uyum sağlayarak direnebilmişlerdir. Bunların başında ithal malı iplik kullanarak, düşük ücret ve kârlarla çalışarak, emek yoğun bir şekilde üretimi sürdürmek ve pazarı korumak gelmektedir.¹³³

Tanzimat, liberal bir ekonomi öngördüğünden esnaf sistemini adım adım ortadan kaldırdı. Bununla birlikte Osmanlı şehirlerinde esnaf birlikleri ve aralarındaki dayanışma süregelmekteydi. Bu yüzden modern kapitalist şirketleşme gecikti ve Osmanlı yöneticileri anonim şirketler kurmak ve bu şirketleri yaşatmak yolunda başarılı olamadılar. Bunun istisnası Şirket-i hayriye'dir. Şirketleşme gerçekleşmediğinden büyük sanayi ve fabrika sistemi de kurulamamıştı. Bu yüzden bir işçi sınıfından da bahsetme imkanı yoktu. Ancak ülkede görülmeye başlayan grevler bu cılız sanayileşmeye rağmen erken başlamıştır. 1873 yılı başında İstanbul Kasımpaşa tersanelerinde bilinen ilk sanayi grev hareketi görülmüştü. Şüphesiz bu hareket, Avrupa etkisinin sanıldığından da derin olduğunu gösterebilir.¹³⁴

133 Pamuk, 1988, 227.

134 Ortaylı, 1987, 164–5.

Öte yandan XIX. yüzyıl boyunca şirketleşme ve sınıflaşma teşebbüslerinin esnaf aracılığıyla yürütülmeye çalışıldığını görüyoruz. Devlet böyle yerleşmiş bir olguyu bir kenara bırakmamaktadır. Avrupa ve Japonya’da esnafın yıkılışının ortaya çıkardığı sosyal ve iktisadî karmaşa bu yüzden Osmanlı toplumunda görülmemiştir.

Esnaf sisteminin bu değişim döneminde bir takım düzenlemeler yapıldı: Tahditler gevşetilerek gedikler genişletildi. 1879 da İstanbul Ticaret Odası açıldı. 1909’ da ‘Esnaf Cemiyeti Talimatnamesi’ çıkarıldı. Bu tarihten sonra bazı esnaf ve iş adamları dernekler kurmaya başladılar. 1910’da Ticaret ve Sanayi Odalarına Mahsus Nizamname meydana getirildi. 1913’te bütün tahditler ve dolayısıyla gedik usûlü tamamen kaldırıldı. 1924 te de esnaf birlikleri resmen tarihe karıştı.¹³⁵ Bu gün bu birliklerin yerini, Odalar, Esnaf ve Sanatkâr Dernekleri ile İşçi ve ‘İşveren’ Sendikaları almıştır. Ancak bütün bu kuruluşların ahiliğe dayalı, kanaatkârlık ile servet ve mülkiyetin yaygınlaştırılması ilkelelerini savunan bir zihniyeti izlediklerini söylemek mümkün değildir.

Son olarak, ortadan kalkmakta olan Müslüman esnaf birliklerine 1917’de yönelen bir hareketi hatırlatmak gerekiyor. Bu da Moskova’nın bu tarihteki Üçüncü enternasyondan itibaren bu teşekküllerden faydalanma yoluna girmesi idi.¹³⁶

Esnaf teşkilatı küçük ve orta işletmecilik ve buna bağlı olarak kendiliğinden istihdam sistemini yüzyıllar boyunca başarıyla uygulamıştır. Bu sistem büyümeyle değil kaliteyle gücünü korumuştur.¹³⁷

Sermaye birikimi herşeyden önce Batı’nın gerçekleştirdiği tarihî bir olaydır. Yani Batı’da iç ve dış sömürü (yani işçi sömürüsü ve emperyalizm) olmasaydı belki sermaye birikimi ve bunun sonucu olan sanayi devrimi de görülmeyecekti. Oysa Osmanlılar geleneksel olarak sermayenin belli ellerde toplanmasını engelleyerek ve gereğinde müsadere silahını kullanarak böyle bir iç oluşuma imkan tanımak istememişlerdir.

Fütüvvet ilke ve kurumlarıyla yakın ilgisi olan ahiler Selçuklu ve Osmanlı sana-

135 Bu konuda Bkz. Giz, 1985, 748–52.

136 Massignon, 1966, 555.

137 Günümüz Türkiye’sinde, modern büyüme telakkisinin dışında varlığını sürdüren, üstelik dünya ölçüsünde bir marka oluşturan Ali Muhiddin Hacı Bekir firmasını, 1777’ye dayanan tarihiyle yurdumuzun en eski firması olma özelliği yanında esnaf sisteminin başarılı bir örneği olarak zikretmeliyiz.

yi ve iç ticaret kesimlerini oluşturan esnaf birlikleri halinde devam etmişlerdir. Sanayi devrimiyle esnaf birlikleri Anglo-Saxon ülkelerinde ortadan kalkarken Osmanlılarda kendini yeni şartlara uydurarak varlığını sürdürmüştür.

V. İSLÂM ÜLKELERİNDE VE TÜRKİYE’DE İŞÇİ, EMEK VE GELİR DAĞILIMI MESELESİ

Çalışan ve çalıştıran münasebetleri eski ve evrensel olmasına rağmen işçi meselesi Batı’da, Sanayi Devrimi’nin bir boyutu olarak ortaya çıkmıştır. Sanayi Devrimi teknolojik gelişme ve kitlevî üretim yanında işsizlik, düşük ücret, kötü çalışma koşulları ve yaygın sefaletle birlikte gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda büyük bir ahlâk problemi olarak ortaya çıkan işçi meselesini çözmek için fikir ve teklif üretenlerin başında sosyalistler gelmektedir. Marx’ın ütöpik diye adlandırdığı bu sosyalistler arasında Robert Owen (1771–1856) gibi patronlar da vardı. Avrupa işçi sefaletini büyük ölçüde XIX. yüzyıl sonlarındaki sendikalaşma süreciyle birlikte aştı. Sanayi toplumlarının dörtte üçünü doğrudan ilgilendiren işçi meselesine ‘sosyal mesele’ de denilmiştir. XIX. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren Tarihçi Okul mensupları ve Sosyal Siyasetçiler bu sosyal meselenin giderilmesinde teorik ve pratik katkı sağlamışlardır.

Sanayi toplumlarında işçi-işveren ilişkileri büyük bir öneme sahiptir. O kadar ki bazı sanayi toplumlarında işçilerin veya ücretlilerin toplam nüfus içindeki oranları yüzde 70–80 lere kadar çıkmıştır.

Günümüz ekonomilerinin temel sorunu olan ve emek israfından başka birşey olmayan, üstelik temel bir ahlâkî problem olan işsizlik problemi de halledilememektedir. Çoğunluğunu İslâm ülkelerinin oluşturduğu az gelişmiş (daha doğru bir deyişle az kapitalistleşmiş) ülkeler ise daha da kötü durumdadırlar.

İslâm ülkelerindeki işçi ve emek meselesine İslâm’ın öncelikli yeri vermesi gerektiğini savunmalıyız. Çünkü Batı dünyasında sendikalaşma süreci içerisinde belli bir dengeye ulaşmış bulunan işçi meselesi, İslâm ülkelerinde adaletsiz bir görünüme sahip hale gelmiştir. Bu adaletsizliğin unsurlarını işveren sömürsü, sendikacı sömürsü ve dış sömürü oluşturmaktadır. Gerçekten, özellikle Türkiye’de, bir taraftan işsizlik, bir taraftan da bu işsizlerle alay edercesine istenen veya fiilen ödenen yüksek ücretler ile birlikte emek karşılığı olmayan yüksek haksız kazançlar söz konusudur.

Dünya çapındaki eşitsizlik İslâm ülkelerinde daha da büyümektedir.

Dünya Bankası verilerine göre 2002 yıl sonu itibarıyla dünyanın toplam millî geliri 31.5 trilyon dolar ve ortalama yıllık geliri 5000 dolardır. 6.2 milyar kişilik dünya nüfusunun yarısı dünyada gelirin yüzde 11.3'ü ile geçinirken, dünya nüfusunun en üst yüzde 10'luk dilimi dünya gelirinin yüzde 51 ile geçinmektedir. Dünya nüfusunun en üst yüzde 5'i dünya gelirinin yaklaşık yüzde 34'ünü ve en üst yüzde 1 ise yüzde 10'unu almaktadır.

BM Kalkınma Programı (UNDP) 2005 raporuna göre günümüzde 2.5 milyar insan yani dünya nüfusunun en yoksul yüzde 40'ı günde 2 dolardan az parayla yaşamak durumundadır ve bu da bütün dünyadaki toplam gelirin sadece yüzde beşine karşılık geliyor.

Yine dünyanın en zengin 3 kişinin toplam mal varlığı, 600 milyon nüfuslu az gelişmiş ülkelerin GSMH'larından daha fazladır. Dünyanın en zengin 200 kişinin mal varlığı tüm dünya gelirinin yüzde 41'inden fazladır. Dünya nüfusunun en zengin yüzde 20'lik dilimi ile en fakir yüzde 20'lik dilimi arasında 86 kat fark vardır.

Yüzde 70'i kadın ve çocuk olan 1.2 milyar insan günde 1 dolardan daha az, yüzde 50'si çocuk olan 3 milyar insan da 2 dolar'dan az bir gelire yaşamak zorundadır. Dünyada yaklaşık 1 milyar insan temel tüketim ihtiyaçlarını karşılayamamaktadır.

Dünyada silahlanmaya 780 milyar dolar ayrılıyor. Türkiye savunma harcamalarında 177 ülke içinde yüzde 4,9 ile 11. sırada yer almaktadır.

Yine Türkiye'de nüfusun yüzde 2'si 1 doların altında, 12,6 milyon kişi yoksulluk sınırı olan günde 1,9 doların altında yaşamaktadır. Yine milli gelirin binde 5'i olan 1,3 milyar dolar en fakir 10 milyon kişiye dağılsa bunların günlük geliri Dünya Bankasının belirlediği yoksulluk sınırı olan 2.15 doları (10 Eylül 2005'te 2.868 TL.) geçebilecektir.

Dünyada haksızlığa karşı bir tepki olarak başlayan sendikalaşmanın Türkiye gibi ülkelerde, batılılaşmanın bir boyutu olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla toplumumuzun bir çalışma sistemi olarak geliştirdiği ahilik geleneğinin bunda bir rolü olmamıştır.

Gelir dağılımı konusu emeğin GSMH (yaklaşık bir ifade ile millî gelir) dan aldığı payla doğrudan ilişkilidir. Türkiye, toplumun orta kesimini oluşturması gereken emeği ve küçük sermayeleri ile geçinenler aleyhine gelir bölüşümünün bozuk olduğu bir süreci yaşamaktadır. Bu da, yoksulluk sorununun büyümesine ve suç oranının artmasına yol açmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, eski DİE), 2004 yılı Hanehalkı Bütçe Anketi'ne göre ise, Türkiye geneli için hanehalkı kullanılabilir gelirlerine göre sıralı, en alttaki yüzde 20'lik dilimin 2003 yılında yüzde 6 olan toplam gelirden aldığı pay, 2004 yılında da aynı düzeyde kaldı. İkinci yüzde 20'lik grupta yer alan ailelerin toplam gelirden aldığı pay yüzde 10,3'ten 10,7'ye, üçüncü yüzde 20'lik gruptaki ailelerin payı yüzde 14,5'ten 15,2'ye, dördüncü yüzde 20'lik grupta yer alan ailelerin payı ise yüzde 20,9'dan 21,9'a çıktı. Toplam gelirden en fazla pay alan yüzde 20'lik grupta yer alan ailelerin payı ise yüzde 48,3'ten yüzde 46,2'ye geriledi. Buna göre, 2003 yılında en üst dilimde bulunan hanehalkları, birinci dilimdeki ailelerin 8,1 katı gelir elde ederken, 2004'te aradaki fark 7,7 kata indi. Gelir dağılımındaki eşitsizlik durumunu ortaya koyan ölçütlerden "gini katsayısı" da 2003 yılında 0,42 iken, 2004 yılında düşüş göstererek 0,40 olarak tahmin edildi.

Temmuz 2004'te net 318 YTL. olan asgarî ücret, Ocak 2005'te 350 YTL. Aralık 2005'te 380 YTL'ye (235 Euro, 287 \$) çıktı. Oysa 15 AB ülkesinde asgarî ücret 1100–1400 Euro'dur. 8 Doğu Avrupa ülkesindeki asgarî ücret ise 235 Euro'dan daha azdır.¹³⁸ Temmuz 2007 itibariyle asgarî ücret 419 TL.dir.

Ülkemizde 4,5 milyon işçi kayıt dışı çalışmaktadır.¹³⁹ Bugün dünyada ülkemizde uygulanan asgarî ücretten bile daha düşük gelire yaşamak zorunda olan 5.1 milyar insan vardır.

Türkiye'de emeğiyle geçinenlerin hem kişi hem de aile düzeyinde yapmak zorunda oldukları asgarî harcamalar hakkında bir fikir vermek üzere Türk-İş'in, Kasım 2005 için tahmin ettiği 4 kişilik ailenin yoksulluk sınırının 1.610

138 Bu rakamlar Ocak 2006 rakamlarıdır. İki çocuklu bir ailenin, İstanbul'da asgarî olarak geçimi sağlayabilmesi için gerekli olan ücret seviyesi, İGİAD Asgarî Geçim Ücreti (AGÜ) tespit komisyonu tarafından yapılan araştırma sonucu 2006 yılı için 950 YTL, 2007 için 1. 035, 2008 için 1. 095 olarak belirlenmiştir. Buna göre farklı sektörlerde çalışan işgörenlerle yapılan anket çalışmasına göre İstanbul'da iki çocuklu bir ailenin asgarî olarak geçinebilmesi için iş görenin yol, prim, ikramiye, yardım vb. yan ödemeler dâhil olmak üzere bu miktarı kazanması gerekmektedir. İGİAD, bu rakamı, evli ve iki çocuklu bir işgörene verilmesi gereken asgarî geçim ücreti tutarı olarak işverenlere tavsiye etmektedir. Yine 2007 Türkiye'sinde asgarî ücretle çalışan 5, 5 milyon işçi vardı.

139 Muammer Kaya, Turk. internet. com; Turkstudent. net

YTL, açlık sınırının 529.79 YTL; Kamu–Sen’e göre ise tek kişinin yoksulluk sınırının 940 YTL, 4 kişilik ailenin yoksulluk sınırının 1.893 YTL ve açlık sınırının ise 727 YTL olduğunu belirtebiliriz.

Türkiye Kamu–Sen tarafından yapılan hesaplamalara göre çalışan tek kişi için yoksulluk sınırı Eylül 2007’de 1.028 YTL idi. Ağustosta 2.002 YTL olan dört kişilik aile için yoksulluk sınırı Eylülde 2.043 YTL olmuştur. (Türk–İş’e göre Ekim 2007’de 4 kişilik bir ailenin yoksulluk sınırı 2.141 YTL.dir). Bu rakamlar Türkiye’de zengin ile yoksul arasındaki farkın büyük olduğunu ispatlamaktadır.

Gelir dağılımı Türkiye’den daha bozuk ülkelerin büyük çoğunluğunu Afrika, Güney Amerika ve Asya ülkeleri oluşturuyor. Karşılaştırılan 124 ülke içinde Türkiye gelir dağılımı en adaletsiz 55’inci, OECD içinde de Meksika ve ABD’den sonra gelir dağılımı en bozuk üçüncü ülkedir. Gelir dağılımı Türkiye’den bozuk herhangi bir Avrupa Birliği, AB’ye aday ya da Avrupa ülkesi bulunmuyor.

Günümüzün kapitalist ülkelerinde emeğin millî gelirden aldığı pay yüzde 55–67 arasında değişirken Türkiye’de, 1960’larla 1995’ler arasında zaman zaman yüzde 15’in altına inmekle birlikte yüzde 20 ler civarında kalmıştı. Ancak son yıllarda belli bir yükselme görmekteyiz.¹⁴⁰

Avrupa Birliği ülkelerindeki gelir bölüşümüne bakıldığında; en yoksul yüzde 20’lik grubun aldığı pay, mesela Almanya’da yüzde 8,2; Fransa’da yüzde 7,2; İtalya’da yüzde 8,7; İngiltere’de yüzde 6,6; İspanya’da yüzde 7,5; Yunanistan’da yüzde 7,5, Türkiye’de ise yüzde 5–6’dır. Ancak bu ülkelerde en zengin yüzde 20’lik grubun toplam gelirden aldığı pay yüzde 40,0 civarında iken Türkiye’de yüzde 46–54’tür.¹⁴¹

Dünya Bankası rakamlarına göre,¹⁴² Türkiye 2004 yılında 30 OECD ülkesi içinde yüzde 9.8 büyüme hızıyla birinci olurken kişi başına düşen milli gelirde yaklaşık 4.000 dolar ve satın alma gücü paritesine göre de sonuncu sırada

140 Kaynaklar: Türkiye’de gelir bölüşümünü bozan etkenler ve iyileştirilmesine ilişkin politikalar, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yayını, Ankara, 1992, 94; Özmucur, 1987, 7.; 1991; 1996, 66. Temel–Kelleci, 1996, 174. Büyükdeniz, 1991, 133. Çiftlikli, 1995, 139.

141 Devlet İstatistik Enstitüsü’nün (DİE) 1994 ve 2002 hane halkı bütçe anketleri; Dünya Bankası’nın Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Economic Indicators)

142 www.worldbank.org

yer almaktadır. Türkiye’de kişi başına düşen milli gelir 5000 dolar olan Dünya ortalamasının altındadır. Ancak Türkiye’de satınalma gücü paritesine göre kişi başına düşen GSMH 2005 yılında 6.772 dolara yükselmiştir.

İslam (İKT) ülkeleri insanî gelişmeye ancak 30. sırada katılabilmektedirler. Yüksek seviyede insanî gelişme gösterdiği kabul edilen 70 ülkenin ancak 11 tanesi İKT ülkesidir. Orta ve düşük seviyede ise çok sayıda İKT ülkesi bulunmaktadır.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı’nın (UNDP) 2007–2008 İnsanî Gelişme Raporu’na göre ise 350 milyar dolarlık dış ticaret hacmine sahip, GSYİH’ya göre dünyanın en büyük 17’nci ekonomisi olan Türkiye insanî gelişmişlik endeksinde dünyadaki 177 ülke arasında 84’üncü sırada yer almaktadır. 2006 yılında 92’nci sırada olan Türkiye’nin endeksteki değerinin yükselmesinin nedeni, son yıllardaki ekonomik gelişmelerdir. Ancak sağlık, eğitim ve gerçek gelir seviyelerinin dikkate alındığı insanî gelişme endeksi ülkelerin sosyo–ekonomik göstergelerinin başında kabul edilmekte ve Türkiye’yi geri sıralara itmektedir.

Yine ülkemiz OECD ülkeleri içinde gelir dağılımının en dengesiz olduğu, buna karşılık kişi başına düşen millî gelirin en düşük olduğu ülkedir. AB ülkelerinde ise kişi başına düşen milli gelir yıllık 10 bin Dolar’ın üzerindedir.

İslâm ülkelerinde düşük gelirli yüzdeye düşen payla en yüksek gelirli yüzdeye düşen payın farkı oldukça büyüktür. Bu gelir dağılımındaki adaletsizlikten kaynaklanmış olmalıdır.

Sosyal barışın sağlanması ve korunması, gelir bölüşümünün adaletsiz olduğu bir ülkede mümkün değildir. Böyle bir ülkede toplumsal huzursuzluğun olması kaçınılmazdır. Türkiye’de, çalışanlar aleyhindeki gelir dağılımının düzeltilmesi gerekmektedir.

Burada Türkiye gibi ülkeler açısından önemli olan ve emek–gelir ve servet dengesizliğinin en önemli göstergelerinden biri olan gecekondulaşma gibi olaylara değinmek gerekir. Bu tür olaylar da emeksiz servet edinmenin, haksız yere rantlardan istifade etmenin ve kul hakkına tecavüzün dolayısıyla ahlâksızlığın en önemli göstergelerinden biri olarak görünmektedir.

Enflasyondan daha çok göze çarpan ve sıkıntı kaynağı problem olan işsizlik sanayi kapitalizminin bir ürünüdür. Kitlevî üretimin bir sonucu kitlevî tüketim, bir diğer sonucu da kitlevî işsizliktir. Bir başka deyişle işsizlik, en önemli kaynak ve emek israfıdır. Batı'da kitlevî üretimin bir sonucu olarak daha fazla arttırılamayan talep, malların satılamamasına, fabrikaların kapanmasına dolayısıyla işsizliğin artmasına yol açıyor.

Kapitalist ülkelerde talebin daha fazla arttırılamamasından kaynaklanan konjktürel işsizlik, robot ve benzeri emeği ikame eden makinelerin yol açtığı teknolojik işsizlik gibi işsizlik türleri görülürken bizim gibi ülkelerde mevsimlik ve gizli işsizlik ön plandadır. Türkiye'de resmî rakamlara göre 2005 Ekim'inde 22.197.000 kişilik toplam istihdamda işsiz miktarı 2.487.000, işsizlik oranı ise yüzde 10.1'dir.¹⁴³ 2007 işsizlik oranı ise yüzde 9.9 dur. Aralık 2008 itibariyle yüzde 10.3 olarak tahmin edilmektedir.

İşsizliğin azalmasında olumlu gelişmeler ve beklentiler olsa da bu olgu hala sosyal ve iktisadî sıkıntılarla hırsızlık, terör başta olmak üzere kanun dışı olayların da en önemli sebebi olmaya devam etmektedir.

Türkiye gibi ülkelerde, iktisadî kalkınma tasarruf eğilimi yüksek üst gelir gruplarının görevi olarak görülmektedir. Bu sistem Tanzimat'la birlikte, batılılaşmanın iktisadî boyutunun gerçekleştirilmesi yani burjuva sınıfı oluşturulması teşebbüsleriyle başlamıştır. Böylece emekçilerin tasarrufları da üst gelir gruplarının finansmanına yönlendirilmekte, vergiler ve enflasyon bu zümrelerin teşvik kaynakları olmaktadır. Böylece, zengini daha zengin, fakiri de daha fakir yapan bir sistem oluşturulmuştur. Oysa geleneksel iktisat anlayışının üst gelir gruplarını değil, alt gelir gruplarını teşvik eden ve iktisadî faaliyete sokan bir iktisadî sistem getirdiğini biliyoruz.

Bu teşebbüslere rağmen bir burjuva sınıfı oluşmadığı gibi işçi sınıfı da oluşmamıştır. Bu yüzden İslâm ülkelerindeki sendikacılık hareketlerinde tarihî bir gelişimin sonucunu değil batılılaşma hareketlerinin bir boyutunu görmekte-

143 Bkz. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK, Eski DİE) hareketli üçer aylık dönemler itibarıyla Hanehalkı İşgücü Anketi'nin (Eylül-Ekim-Kasım 2005) dönemini kapsayan Ekim 2005 sonuçları. Türkiye'de Ekim-Kasım-Aralık dönemini kapsayan üç aylık hareketli ortalamalara göre, 2005 Kasım ayı itibarıyla işsizlik oranı yüzde 10, 6 olarak tahmin edildi. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) hareketli Hanehalkı İşgücü Anketi'nin, Ekim-Kasım-Aralık 2005 dönemini kapsayan Kasım 2005 sonuçlarına göre, bu dönemde işgücüne katılım oranı ise yüzde 48 oldu. Buna göre Türkiye'de işsizlik oranı 2005'te, 2004'e kıyasla değişmedi ve yüzde 10, 3 olarak gerçekleşti. Verilere göre 2005 yılında işgücüne katılım oranı ise 0, 4 puan gerileyerek yüzde 48, 3 olarak hesaplandı. Türkiye'de 2004 yılında işgücüne katılım oranı yüzde 48, 7 idi. Türkiye'de işsizlik 2004 yılında da yüzde 10, 3 olmuştu.

yiz. Yine bu yüzden işçi aristokrasisi yahut sendika ağalığı emeğin üzerinde yükselen sömürü unsurlarından birisidir.

Günümüzde halen büyümeyi teşvik eden, sonuçta gelir dağılımını bozan zihniyetin ve uygulamanın hakim olduğunu görüyoruz. En büyük işletmeci olan devletin ekonomik faaliyetleri sınırlandırılırken, aynı sakıncaları fazlasıyla barındıran uygulamalar özel girişim için sürdürülmektedir. İşletme hakkını değil, mülkiyeti devreden bir özelleştirme uygulaması bu süreci hızlandırmakta ve daha da vahimleştirmektedir. Üstelik çokuluslu şirketlerin ve uluslararası büyük sermayenin artan ölçüde devreye girmesi problemi daha da büyütülmektedir. Zaten ülke vatandaşlığı kavramı yerini çoktan çokuluslu şirket vatandaşlığına bırakmıştır. Bu da gelir ve servet adaletsizliğini arttırmakta dolayısıyla ahlâksızlığın zeminini güçlendirmektedir.

Yukarıdaki rakamlardan anlaşılacağı üzere küreselleşme insanlar arasındaki uçurumları derinleştirmekte, zenginlerin daha da zenginleşmesine fakirlerin ise daha da fakirleşmesine yol açmaktadır.¹⁴⁴

SONUÇ

Hörmet, hizmet ve merhamet ahlâk eğitiminin üç temel esasıdır. Adalet ve eşitlik ancak ahlâkî duyguların toplumda yerleşmesiyle gerçekleşebilir. Merhametin olmadığı yerde eşitlikten de söz edilemez.

Sosyal adaletin iki yönü vardır: Birincisi kazanç hırsıyla ruhları çürüten insanları kurtarmak. İkincisi yoksul halka haklarını vermek. Zenginlik sosyal bir olay olduğu için gerçekte zengin fakire yardımda bulunmamakta, onun hakkını vermektedir. Fakir halkın zenginlere kin duymalarının önlenmesi, yeni bir haksızlık için fırsat aramalarının ve intikam peşinde koşmalarının engellenmesi ancak onlara haklarının verilmesiyle mümkün olabilir.

Adalet herkese insanca yaşamasını sağlayan hakkının tanınmasıdır. Bunun ötesi emeğiyle orantılıdır. Yani kişinin emeği oranında istediklerini elde edebilmesi de adaletin gereğidir. Gelir ve servet dağılımının âdil olmadığı bir toplumda ve dünyada kardeşlikten bahsedilemez. Bu sömürü aslında yerel olmaktan çok global bir sömürüdür.

¹⁴⁴ Kaya, TurkStudent. net

Kul hakkı kavramını önemseyen ve adalete dayanan sistemin dayanağı ahlâktır. Bu ahlâkın esası maddî varlığımızla birlikte ruhumuzu da kurtarmaktır. Bunun ilk şartı da günümüzün teknik merkezli dünyasını insan merkezli hale getirmektir.

Demokrasi de ahlâk ve adalete dayanmalıdır. Sosyal eşitliğin, iktisadî ve malî adaletin sağlanmadığı toplumlarda demokrasiden bahsedilemez. Yine demokrasi, kardeşliği gerçekleştirme yerine bunu tahrip etmemelidir.

Günümüz dünyası talebin doygunluk noktasına gelmesinden kaynaklanan iktisadî bir bunalımı yaşamaktadır. Bunun yanında maddî doyuma ulaşmakla birlikte manevî çöküntü içersinde olaja insanın, özellikle gençliğin yaşadığı bir bunalım söz konusudur. İnsanın kendisiyle olduğu kadar beşerî ve tabii çevresiyle barışması özelemlerinin gündemde olduğu bir dönemde ahî geleneği hem fikrî hem de müessesevî gerçeğiyle ülkemize ve dünyamıza yeni imkânlar sunabilir.

Yine günümüzde de çeşitli gençlik teşekkülleri vardır. Bunlar bazan dernekler, bazan çeşitli çarpıcı isimler taşıyan gençlik çeteleri, bazan tedhişçi gruplar şeklinde karşımıza çıkıyorlar. Bunlar gençlik enerjisini daha çok şiddet yoluna başvurarak, yıkıcılığa yönelerek kullanmak eğilimini taşıyorlar. Manevî ve fikrî tatmin imkânları son derece sınırlı olan günümüz gençliği arasında uyuşturucu kullanımının salgın haline gelmesi bir tesadüf değildir. Zaten yaşlı bir toplum özelliği taşıyan Batı toplumu, istikballerini emanet edecekleri bir avuç genci bu bunalımdan kurtarmak ve onların enerjisini yapıcı hale getirmek ihtiyacını duyuyorlar.

Bizim gençliğimiz de aynı tehlikeye maruzdur. Oysa kültür geleneğimiz gençlik enerjisini yapıcı, üretici ve hatta yönetici hale getiren tecrübeye sahiptir. Fütüvvet ve ahîlik sistemi bunun somut örneğidir. Ahîlik ideali tarihî ya da folklorik bir kategori olmaktan öte bir şeydir. O, günümüze ve geleceğimize ışık verecek enerjiye sahiptir. Öte yandan ahîlik, gençliğin üretici birlikler halinde teşkilatlanmasını sağlamıştır ki, biz bunu esnaf teşekkülleri olarak tesbit ediyoruz.

Gençliğin bugünkü meseleleri sloganlarla ve onlara düşman gibi yaklaşılarak çözümlenemez. Önemli olan tarihî tecrübemizi ve birikimimizi, kültürel değerlerimizi devreye sokarak bütün dünyaya örnek olabilecek bir gençlik oluş-

turma niyetine sahip olmamızdır. Ahilik ideali hem bunun için gerekli zengin motiflere hem de yepyeni bir iş ahlâkı yaratacak enerjiye sahiptir.

Gençlik sanayi kapitalizminin yarattığı kitlevî işsizlik tehlikesiyle de karşı karşıyadır. Bu yüzden gençliğin yarınlara umutla bakmasını beklemek fazla iyimserlik olur. Vasıflı işgücü olma özelliğini kazanan gençlerimizin gönlünde de bol para kazanacaklarına ve emeklerinin daha iyi değerlendirileceğine inandıkları bir yabancı ülkede çalışmak yatmaktadır. Onlar, böylece beyin ve emek göçünün gönüllülerini teşkil etmektedirler. Bu yüzden ileride diplomalı işsizler zümresine katılacak veya yabancı ülkelerde iyi bir ücretle iş bulabilecek gençlerimizi çok çalışmaya teşvik etmek pek anlamlı olmayacaktır. Gençliğe ciddi manevî tatmin imkânları tanıtıldığı gibi maddi geleceklerine umutla bakabilmeleri sağlanmalıdır. Gençliğimiz ve çalışma hayatımız rehber olarak kültürümüzde esaslı bir yer tutan ahi zihniyetini alabilir.

Özellikle tek kutuplu dünya ve globalizasyon sürecinde küresel adaletsizlik çok daha net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Gelir dağılımı daha da kötüleşmekte, kalkınmışlarla az gelişmişler, zenginlerle fakirler arasındaki mesafe giderek açılmaktadır.

Az gelişmiş veya kalkınmakta olan ülkeler Batı türü bir kalkınmayı bir hayat yolu olarak benimsemiş görünüyorlar. Bu ülkeler “kalkındıkça” kalkınmış ülkelerle aralarındaki açık kapanacağına daha da artıyor. Dünya nimetlerinin dörtte üçü dünya nüfusunun ileri kapitalist üçte birinin tekeli altındadır. Günümüzde ihtişam ile sefalet, aşırı beslenmeden ölüm ile açlıktan ölüm yan yana barınıyor. Silahlanma ve başkalarını tahribe yönelen kaynakların çok az bir kısmı açlık sorununu ortadan kaldırabilir. Gerçekten kapitalist sistem kendisini “tehlikeye” atmıştır. Bütün bunlar insanca bir hayat tarzı özlemini ve yeni bir uygarlığı gündeme getiriyor.

Ahlâkın temelinde insan, dolayısıyla emek vardır. Bugün iş ahlâkından ayrılmış olan bir iktisadî hayat kapitalist medeniyetin temelidir. Bu yüzden esnaf ve sanayicilik ahlâkî esaslara bağlanmalıdır. Esnaf ve sanayi odaları sadece teşkilatın çıkarlarını gütmemeli ahlâkî bir denetim özelliğini de taşımalıdır. İnsanları bütün ömürlerini sadece kazanç peşinde koşmaktan kurtarmak, onların insanlıklarını ön plana çıkarmak gerekir. Yani ahlâk konusunu tüketicinin korunması ile sınırlı tutmamak gerekiyor.

En büyük sosyal problemlerin başında gelen işsizlik aynı zamanda ahlâkî sefaletlerin en önemli kaynağıdır.

Batı dünyasında sendikalaşma süreci içerisinde belli bir dengeye ulaşmış bulunan işçi meselesi, bizim gibi ülkelerde daha adaletsiz bir görünüme sahip hale gelmiştir. Bu adaletsizliğin unsurlarını işveren sömürsü, sendikacı sömürsü ve dış sömürü oluşturmaktadır. Gerçekten, özellikle Türkiye’de, bir taraftan işsizlik, bir taraftan da bu işsizlerle alay edercesine istenen veya fiilen ödenen yüksek ücretler ile birlikte emek karşılığı olmayan yüksek haksız kazançlar söz konusudur.

İşsizliğin en önemli sebeplerinden biri büyük üretimden başka bir şey değildir. Çünkü satılamayan ürünlerin işsizliğe sebep olması tabiidir. Bir başka deyişle kitlevî üretim kitlevî işsizliği doğurmaktadır.

İşsizliğin bir başka sebebi de insanların artık meslek sahibi olmaya önem vermemeleridir. Bir başka deyişle işsizlik daha çok mesleksiz ve vasıfsız insanların meselesidir. Modern hayat tarzı artık insanları meslek ve vasıf kazanma mecburiyetinden uzaklaştırmış gibidir.

Gelir dağılımının son derece bozuk olduğu toplumlarda iş ahlâkının ve iş barışının hatta toplum barışının sağlanması imkansızdır. Bu yüzden ortaya çıkan toplumsal gerginliklerin büyümemesinin temel sebebi aile, akrabalık ve komşuluk geleneklerinin hala varlığını sürdürmesidir. Oysa modern kapitalizmin hor gördüğü bu tür gelenekler gerginlikleri azaltan en önemli faktördür.

Günümüzde dünya sistemi içerisinde İslâm ülkelerinin dünyanın gelir dağılımı en bozuk ülkeleri olmaları öncelikle ahlâkî bir problem gibi görünmektedir.

Kapitalist dünya sisteminin edilgen bir üyesi olan ve hala “gelişmekte olan” ve Güney ülkeleri arasında yer alan İslâm ülkelerinin etken olmalarının sırrı iktisadın da temelinde yer alan ahlâkın tekrar önemsenmesinde bulunmaktadır.

KAYNAKLAR

I. BELGELER

A. ARŞİV BELGELERİ (İstanbul Başbakanlık Osmanlı Arşivi)

1. Maliyeden müdevver defterler (MM) tasnifi
2. Kamil Kepeci tasnifi
3. Mühimme defterleri tasnifi
4. Muallim Cevdet tasnifi
5. İbnülemin Mahmut Kemal tasnifi

B. YAYINLANMIŞ BELGELER

- AHMED Refik (Altınay) (1935), *Onaltıncı asırda İstanbul hayatı (1553–1591)*, İstanbul
— (1931) *Hicri onbirinci asırda İstanbul hayatı (1000–1100)*, İstanbul
— (1930) *Hicri onikinci asırda İstanbul hayatı (1100–1200)*, İstanbul
— (1932) *Hicri onüçüncü asırda İstanbul hayatı (1200)*, İstanbul

İBB, İstanbul Külliyyatı, İstanbul Ahkam Defterleri, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, İstanbul Araştırmaları Merkezi.

- (1997), **İstanbul Esnaf Tarihi**, Cilt I, İstanbul
— (1998), **İstanbul Esnaf Tarihi**, Cilt II, İstanbul
— (1997) **İstanbul'da Sosyal Hayat**, Cilt I, İstanbul 1997
— (1998) **İstanbul'da sosyal hayat**, Cilt II, İstanbul
— (1997), **İstanbul Ticaret Tarihi**, Cilt I, İstanbul.
— (1998), **İstanbul Ticaret Tarihi**, Cilt II, İstanbul.
— (1997), **İstanbul Tarım Tarihi**, Cilt I, İstanbul.
— (1998), **İstanbul Tarım Tarihi**, Cilt II, İstanbul.
— (1997), **İstanbul Vakıf Tarihi**, Cilt I, İstanbul.
— (1997), **İstanbul Vakıf Tarihi**, Cilt II, İstanbul.
— (1998), **İstanbul Finans Tarihi** Cilt I, İstanbul.

II. KİTAPLAR ve E MAKALELER

AHMED Lütfi (1304), **Mir'at-I Adalet**, İstanbul: Nişan Berberyan Matbaası

AKDAĞ, Mustafa (1974), **Türkiye'nin İctimai ve İktisadî Tarihi**, II: Cilt, İstanbul: Cem Yayınları.

ARNAKİS G. G. (1953), "Futuwwa Traditions in the Ottoman Empire" **Journal Of Near Eastern Studies**, Vol. XII, No. 4.

ÂŞIKPAŞAZÂDE TARİHİ (1929) (Neşr. F.Giese), Leipzig; Âşık Paşazâde (2003), **Osmanoğullarının Tarihi**, (Hazırlayanlar Kemal Yavuz–Yekta Saraç), Gökkuşbu Yayınları, İstanbul

BARKAN Ömer Lütfi (1942), "İhtisap Kanunları", **Tarih Vesikaları**, I, No. 5; II, No. 7; III, No. 9.

— (1947), "Avârız", **İktisat ve Ticaret Ansiklopedisi**, Cilt II, İstanbul

— (1970), "XVI. Asrın İkinci Yarısında Fiyat Hareketleri", **Bellekten**, XXXIV/136, Ank.

—(I, 1972;II, 1979), **Süleymaniye Camii ve İmâreti İnşaatı** (1550–1557), II. Cilt, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

— (1975), "The Price Revolution of the Sixteenth Century: A Turning Point in the Economic History of the Near East", **International Journal of Middle East Studies**, Vol. 6, January.

— (1984), "Osmanlı İmparatorluğu'nda Esnaf Cemiyetleri" **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, Cilt 41, Sayı 1–4.

— (2000), **Osmanlı Devleti'nin Sosyal ve Ekonomik Tarihi, Tetkikler–Makaleler**, II: Cilt, İstanbul Üniveristesi Rektörlüğü Yayınları.

BAYKARA, Tuncer (1990), "Yeniçeri Ocağının Kaldırılmasının Sosyal Sonuçları", **Sultan II. Mahmud ve Reformları Semineri**, 28– 30 Haziran 1989 İÜ. Edebiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul

BAYRAM, Mikail (2003), "Ahiliğin Selçuklulardan Osmanlılara İntikali", **İÜ. Edebiyat Fakültesi Tarih Araştırmaları Merkezi Osmanlı Öncesi ile Cumhuriyet Dönemi Esnaf Ve Ekonomi Semineri** (9–10 Mayıs 2002), Bildiriler, I.

— "Ahi Evren", **İslâmî Bilgiler Ansiklopedisi**, Cilt I. İstanbul: Dergah Yayınları.

BAYRAM, Mikail ve Ahmet Debbağoğlu, **İslâmî Bilgiler Ansiklopedisi**, Cilt I. İstanbul: Dergah Yayınları.

BÎKUN, R.İsa (2004), **İş Ahlâkı**, (Çev. A. Yaşar), İktisadî Girişim Ve İş Ahlâkı Derneği Yayınları İstanbul

- BUHARI, Muhammed B. İsmail (1323), **El-Camiu's-Sahih**, Mısır.
- BÜYÜKDENİZ, Adnan (1991), **Türkiye'de Faiz Politikaları**, İstanbul: Bilim Ve Sanat Vakfı Yayınları.
- CAHEN, Claude (1979), **Osmanlılardan Önce Anadolu'da Türkler** (Çev. Y. Moran), İstanbul: E Yayınları,
- CEVDET, Muallim, (1351/1932), **Zeyl Ala'l-Fasl 'Ahiyyati'l-Fityân'**, İstanbul
- (1919), "İslâm-Türk Teşkilat-I Medeniyesinden Ahiler Müessesesi", **Büyük Mecmua**, No. 5-10, İstanbul
- CİPOLLA, Carlo M. (2002), **Zaman Makinesi**, (Çev. T. Altinova), Kitap Yayınları, İstanbul
- (2003a), **Fatihler, Korsanlar, Tüccarlar**, (Çev. T. Altinova), İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları,
- (2003b), **Yelken ve Top**, (Çev. A. Kayabal), Kitap Yayınları, İstanbul
- ÇAĞATAY, Neşet (1947), "Osmanlı İmparatorluğunda Reayadan Alınan Vergi Ve Rüsumlar", **Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi Dergisi**, Ankara.
- (1974), **Bir Türk Kurumu Olan Ahilik**, Ankara.
- ÇİFTLİKLİ, Mehmet (1995), **Sosyal Barış Açısından Dünyada Ve Türkiye'de Gelir Dağılımı**, Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası Yayınları, Ankara.
- DALBY, Andrew (2004), **Tehlikeli Tatlar, Tarih Boyunca Baharat**, (Çev. Nazlı Pişkin), Kitap Yayınları, İstanbul
- EBÛ DÂVÛD (Tarihsiz) **Es-Sicistanî, Sünen, Daru İhyâi's-Sünne**.
- ELDEM, Vedat (1994), **Osmanlı İmparatorluğunun İktisadî Şartları Hakkında Bir Tedkik**, 2. Bsk. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- EL-ENSARÎ, Abdullah (1327/1909), **Menazilü's-Sâirîn**, Mısır;
- **Fütüvvetname**, (Süleymaniye Ktp. Ayasofya Kit. Nu. 2049)
- ERDEBİLÎ, Ahmed, **Kitabul-Fütüvve** (Süleymaniye Ktp. Ayasofya Kit. Nu. 2049)
- (ERGİN), O. Nuri (1338/1922), **Mecelle-i Umûr-ı Belediye, Matbaa-i Osmaniye, Dersaadet**.
- FÜTÜVVETNÂME, **Türk Dili ve Edebiyatı Ansiklopedisi**, Cilt III. İstanbul :Dergah Yayınları. 262.
- GEDİKLİ, Fethi (1998), **Osmanlı Şirket Kültürü: XVI -XVII. Yüzyıllarda Mudarebe Uygulaması**, İstanbul: İz Yayıncılık.

- GENÇ, Mehmed (1975), "Osmanlı Maliyesinde Malikâne Sistemi", **Türkiye İktisat Tarihi Semineri**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayını.
- (1984), "XVIII. Yüzyılda Osmanlı Ekonomisi ve Savaş" **Yapıt Dergisi**, Sayı 49, Nisan–Mayıs.
- (1985), "Osmanlı Devleti'nde İç Gümrük Rejimi", **Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt III. İstanbul: İletişim Yayınları
- (1988–9), "Osmanlı İktisadî Dünya Görüşünün İlkeleri", **İÜ Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Dergisi**, Sayı 1.
- (1991), "18. Yüzyılda Osmanlı Sanayii", **Toplum ve Ekonomi Dergisi**, Sayı. 2, İstanbul
- (2000), **Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi**, İstanbul: Ötüken Yayınları.
- GIESE F. (1925), "Osmanlı İmparatorluğunun Teşekkülü Meselesi", **Türkiyat Mecmuası**, Sayı 1, İstanbul
- GİZ, Adnan (1985), "Osmanlı Devleti'nde Ticaret, Sanayi Odaları Ve Borsalar", . **Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi**.
- GÖKBİLGİN Tayyib (1977), Osmanlı Müesseseleri Teşkilatı, İÜ. Edebiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul
- GÖLPINARLI, Abdülbaki (1952), "İslâm–Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı Ve Kaynakları", **İÜ İktisat Fakültesi Mecmuası**, . XI, No. 1–4, (Ekim 1949– Temmuz 1950).
- (1960) "Şeyh Seyyid Gaybi Oğlu Şeyh Seyyid Hüseyin'in Fütüvvetnâmesi, **İÜ İktisat Fakültesi Mecmuası**, XVII, İstanbul
- GUDİASHVİLİ David, "III–X Yüzyıllarda Doğu Türkistan'da Dokumacılık", "Türkler" İçinde, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, 2002, III.
- HARTBURTİ, Tuhfetul–Vasaya, V. 109 (Süleymaniye Ktp. Ayasofya Kit. No. 2049)
- HASAN (Üçok), Hacı Şeyhoğlu (1932), Çankırı'da Ahilikten Kalma Esnaf Ve Sohbet Teşkilatı, Çankırı.
- İBN BATTUTA (1322), **Tuhfetu'n–Nuzzar**, Kahire.
- İBN CA'DVEYH, **Kitabu Mirati'l–Mürüvvet** (Süleymaniye Ktp. Ayasofya Kitap No. 2049).
- İNALCIK, Halil (1973), **The Ottoman Empire: the Classical Age 1300–1600**, London.
- (1978), **The Ottoman Empire: Conquest, Organisation And Economy** (Toplu Eserler I), London.
- (1985), **Studies İn Ottoman Social And Economic History** (Toplu Eserler II), London.

- (1993), **Osmanlı İmparatorluğu, Toplum Ve Ekonomi**, İstanbul
- KAL’A, Ahmet (1988), **Mahmud II Döneminde Sanayiın İktisadî Ve Sosyal Organizasyonu, 1808–1839**, (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul
- (1998). **İstanbul Esnaf Birlikleri Ve Nizamları 1 İstanbul Esnaf Tarihi Tahlilleri, İstanbul Külliyyatı VII, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş.**
- KANUNNAME-İ İHTİSÂB-İ BURSA, **Tarih Vesikaları Dergisi**, II/7, İstanbul 1942.
- KANUNNAME-İ İHTİSÂB-İ EDİRNE, **Tarih Vesikaları Dergisi**, II/9, İstanbul 1942.
- KANUNNAME-İ İHTİSÂB-İ İSTANBUL, **Tarih Vesikaları Dergisi**, I/5, İstanbul 1942.
- KAŞÂNÎ, **Şerhu Menâzili’s-Sairîn**, Millet Ktp. No. 0.895/1.
- KAYA, Muammer **Turk.İnternet.Com; Turkstudent.Net**
- KESSLER, Gerhard (1940), **İktisat Tarihi**, İstanbul
- KÖPRÜLÜ, M. Fuad (1972), **Osmanlı İmparatorluğunun Kuruluşu**, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- KUŞEYRÎ (1319), **Risale**, Mısır.
- KÜTÜKOĞLU Mübahat (1978), “1009/1600 Tarihli Narh Defterine Göre, İstanbul’da Çeşitli Eşya Ve Hizmet Fiatları”, **Tarih Enstitüsü Dergisi**, Sayı. 9, İstanbul
- (1983) **Osmanlılar’da Narh Müessesesi Ve 1640 Tarihli Narh Defteri**, İstanbul: Endurun Kitabevi,
- (1999) , “Osmanlı İktisadî Yapısı” **Osmanlı Devleti Ve Medeniyeti Tarihi İçinde**, İstanbul
- LOMBARD, M. (1983), **İlk Zafer Yıllarında İslâm** (Çev. N. Uzel), Pınar Yayınları, İstanbul
- MACİT FAHRÎ (2004), **İslâm Ahlâk Teorileri**, Çev. M. İskenderoğlu – A. Arkan, Litera Yayınları İstanbul
- MASSİGNON, L. “Sınıf”, **İslam Ansiklopedisi**, X.
- (1957), “Guild– Islamic”, **Encyclopediia Of the Social Sciences**, VII–VIII. New York
- MECMUATU’R-RESÂIL FI’T-TASAVVUF, Süleymaniye Ktp. Ayasofya Kit. Nu. 2049 (Bu Mecmuada Kaynaklar’da Zikredilen Çok Sayıda Fütüvvetname Vardır)
- MUHYİDDİN B. Arabî (1269), **Fütühâtül-Mekkiye**, Cilt I, Bulak.
- MUSTAFA Nuri Paşa (1327), **Netayicu’l- Vukûât, Matbaa-İ Amire** (İlk 3 Cild) – Uhuvvet Matbaası (4. Cild), 2. Bs. İstanbul

- NAİMA Mustafa (1283), **Tarih**, İstanbul
- NAKVÎ , N.Haydar (1985), **Ekonomi Ve Ahlâk**, (Çev. İ. Kutluer), İstanbul: İnsan Yayınları,
- ORMAN, Sabri (2001), **İktisat, Tarih Ve Toplum**, Küre Yayınları, İstanbul
- ORTAYLI İlber (1974), **Tanzimat'tan Sonra Mahallî İdareler**, (1840– 1878), Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- (1987), **İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı**, 2. Bs. Ankara: Hil Yayınları,
- (1994a), **Hukuk Ve İdare Adamı Olarak Osmanlı Devleti'nde Kadı**, Turhan Kitabevi, Ankara..
- (1994b), “Tanzimat Devri Ve Sonrası İdarî Teşkilat” **Osmanlı Devleti Ve Medeniyeti Tarihi İçinde**, İstanbul
- ÖZMUCUR, Süleyman (1987) **Millî Gelirin Üç Aylık Dönemler İtibariyle Tahmini**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul
- (1991), **İstikrar Politikaları**, İstanbul: Avcıol Basın Yayın.
- (1996), **Türkiye'de Gelir Dağılımı Vergi Yükü Ve Makroekonomik Göstergeler**, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını, Mart.
- ÖKÇÜN, G., Boratav, K., Pamuk Ş. (1985), “Osmanlı Devleti'nde Ücretler”, **Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt III.
- PAMUK, Şevket (1984), **Osmanlı Ekonomisi Ve Dünya Kapitalizmi (1820–1913)**, Ankara: Yurt Yayınları
- (1985), “19. Yy'da Osmanlı Dış Ticareti”, **Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi**, III.
- (1988), **Osmanlı–Türkiye İktisadî Tarihi, 1500–1914**, İstanbul
- (1994), **Osmanlı Ekonomisinde Bağımlılık Ve Büyüme (1820–1913)**, İstanbul
- SAHİLLİOĞLU, Halil (1964), “Bolu'nun Kasapları Ve Et Narh Fiyatları”, **Çele (Bolu) Dergisi**, Sayı 13, Mart.
- (1967, 1968), “Osmanlılarda Narh Müessesesi Ve 1525 Yılı Sonunda İstanbul'da Fiyatlar”, **Belgelerle Türk Tarihi Dergisi** (BTDD), Sayı 1, 2, 3, İstanbul
- (1968a), “XVIII. Yüzyıl Ortalarında Sanayi Bölgelerimiz Ve Ticarî İmkanları”, **Belgelerle Türk Tarihi Dergisi** Sayı . 11, Temmuz.
- (1968b), “1763'te İzmir Limanı İhracat Gümrüğü Ve Tarifesi”, **Belgelerle Türk Tarihi Dergisi** . S. 8. Nisan.

- (1968c), “XVIII. Yüzyılda Edirne’nin Ticarî İmkanları”, **Belgelerle Türk Tarihi Dergisi** S. 13, Eylül.
- (1969a), “Esnaf Cemiyetleri İçinde Usta–Kalfa Çekişmesi”, **Belgelerle Türk Tarihi Dergisi** S. 17, Ocak.
- (1979–80), “Onbeşinci Yüzyılın Sonu İle Onaltıncı Yüzyılın Başında Bursa’da Kölelerin Sosyal Ve Ekonomik Hayattaki Yeri”, **ODTÜ Gelişme Dergisi Özel Sayısı**,
- (1983), “Onbeşinci Yüzyıl Sonunda Bursa’da Dokumacı Köleler”, **Atatürk Yıllık Konferansları, VIII**, 1975–1976’dan Ayrı Basım, Ank.
- ... (1989a), **İktisat Tarihi**, İstanbul: Menteş Kitabevi
- (1989b), **Türkiye İktisat Tarihi**, İstanbul: Menteş Kitabevi,
- SÉE, Henri (1970), **Modern Kapitalizmin Doğuşu**, (Çev. T. Erim), İstanbul:Turan Neşriyat Yurdu,
- SÜHREVERDÎ Ebu Hafs Ömer B. **Muhammed**, **Kitabu’l-Fütüvve** (Süleymaniye Ktp. Ayasofya Kit. Nu. 2049)
- SÜLEMÎ, **Kitabu’l-Fütüvve** (Süleymaniye Ktp. Ayasofya Kit. No. 2049)
- ŞEKER, Mehmet (1984), **İslâmda Sosyal Dayanışma Müesseseleri**, Ankara:..Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları,
- TABAKOĞLU, Ahmet (1979), **İslâm İktisadına Giriş**, (İkinci Bs. 2008) İstanbul: Dergah Yayınları,
- (1984), “Sosyal Ve İktisadi Yönleriyle Ahilik”, **XII. Milletlerarası Ahilik Ve Esnaf Sempozyumu**’na Sunulan Tebliğ, Ağustos, 1984,
- (1985), **Gerileme Dönemine Girerken Osmanlı Maliyesi**, İstanbul: Dergah Yayınları
- (1989), “Osmanlı Ekonomisinde Emek Piyasası Ve Ücretler”, **V.Milletlerarası Türkiye Sosyal Ve İktisat Tarihi Kongresi**’nde Sunulan Tebliğ, İstanbul 21–25 Ağustos 1989. Daha Sonra Tebliğler Kitabında Yayınlanmıştır. Bkz. Ank. 1990.
- (1991), “An Historical Approach To Islamic Pricing Policy: A Research on the Ottoman Price System and Its Application” (Prof. Dr. Orhan Oğuz İle), **Journal Of Islamic Economics**, King Abdülaziz University İçinde Volume 3, Jeddah, 1411/1991.
- (1993), “Osmanlı İçtimaî–İktisadî Yapısı Ve Zihnî Esasları”, **Türklerde İnsanî Değerler Ve İnsan Hakları**, 2. Kitap İçinde, İstanbul
- (2003), **İslâm Ve Ekonomik Hayat**, 3. Bsk. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- (2005a), **Toplu Makaleler, I, İktisat Tarihi**, Kitabevi, İstanbul

- (2005b), **Toplu Makaleler, II, İslâm İktisadı**, Kitabevi, İstanbul
- (2005c), **İstanbul'un İktisadî Ve İctimaî Tarihi**, Basılmamış Ders Notları, İstanbul
- (2006a), **Der-Saâdet Ve Bilâd-I Selâse**, Basılmamış Ders Notları, İstanbul
- (2006b), **İstanbul Su Tarihi**, Basılmamış Ders Notları, İstanbul
- (2007), **İstanbul Esnaf Tarihi**, Basılmamış Ders Notları, İstanbul
- (2008), **Türkiye İktisat Tarihi**, 8. Bsk. İstanbul: Dergah Yayınları.
- TAESCHNER, Franz (1955), "İslâm Ortaçağında Fütüvva Teşkilâtı", **İÜ İktisat Fakültesi Mecmuası** Cilt XV, İstanbul
- (1972), "İslâm'da Fütüvvet Teşkilâtının Doğuşu Meselesi", **Belleten**, 142, Ankara,
- TARUS İlhan (1947), **Ahiler**, T.C. Çalışma Bakanlığı Yayınları, Ank..
- TATLIOĞLU, Güran (2005), **İş Ahlâkı Ve Yönetim**, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Yayınları,
- TEMEL, Adil Ve Mehmet Ali Kelleci (1996), "Milli Gelirin Fonksiyonel Dağılımındaki Gelişmeler (1980–1994)", **Yeni Türkiye**, Sayı: 6, Ankara
- TURAN, Osman (1971), **Selçuklular Zamanında Türkiye**, İstanbul: Turan Neşriyat Yurdu,
- (1980), **Selçuklular Tarihi Ve Türk-İslâm Medeniyeti**, Üçüncü Bsk. , Turan Neşriyat Yurdu, İstanbul
- TURGAL, H. Fehmi (1940), "Ahilere Dair Halktaki Bilgiler", I, Halk Bilgisi Haberleri, İstanbul
- Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK, Eski DİE) Hareketli Üçer Aylık Dönemler İtibarıyla Hanehalkı İşgücü Anketi'nin (Eylül–Ekim–Kasım 2005) Dönemini Kapsayan Ekim 2005 Sonuçları.
- TOBB, (1992), **Türkiye'de Gelir Bölüşümünü Bozan Etkenler Ve İyileştirilmesine İlişkin Politikalar**, Ankara: TOBB Yayını.
- ULUÇAY, Çağatay (1944), **XVII. Asırda Saruhan'da Eşkiyalık Ve Halk Hareketleri**, İstanbul
- (1942), **XVII. Yüzyılda Manisa'da Ziraat, Ticaret Ve Esnaf Teşkilatı**, İstanbul: Manisa Halkevi Yayınları,
- (1955), **XVIII Ve XIX. Yüzyıllarda Saruhan'da Eşkiyalık Ve Halk Hareketleri**, İstanbul: Berksoy Basımevi,
- ÜLGENER, Sabri F. (1951), **İktisadî İnhitat Tarihimizde Ahlâk Ve Zihniyet Meseleleri**,

İstanbul: İ.Ü. Yayınları,

— (1944), “İslâm Hukuk Ve Ahlâk Kaynaklarında İktisat Siyaset Meselesi”, İ.Ü. **Hukuk Fakültesi**, Ebu’l-Ûla Mardin’e Armağan, İstanbul

— (1951), **Tarihte Darlık Buhranları Ve İktisadî Muvazenesizlik Meselesi**, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul

— (1955), “XIV. Yüzyıldan Beri Esnaf Ahlâkı Ve Şikayeti Mucip Bazı Halleri, İÜ İktisat Fakültesi Mecmuası. Cilt XI. İstanbul

— (1976), **Milli Gelir, İstihdam Ve İktisadî Büyüme**, 5. Bsk, İstanbul: İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları,

— (1981a), **İktisadi Çözülmenin Ahlâk Ve Zihniyet Dünyası**, , İstanbul Der Yayınları

— ...(1981b), **Zihniyet Ve Din**, İstanbul: Der Yayınları,

WERNER, Ernst (1986), **Büyük Bir Devletin Doğuşu** Cilt I. İstanbul Alan: Yayıncılık,

WERNER, Ernst (1988), **Büyük Bir Devletin Doğuşu** Cilt II, Yayıncılık, İstanbul: Alan

WWW.WORLDBANK.ORG

8. TÜRKİYE’DE İŞ ETİĞİ: İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ BOYUTUYLA

Tekin Akgeyik *

GİRİŞ

İnsan kaynakları yönetimi tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son 10 yıllık dönemin en önemli konuları arasında yer almaktadır. 1990’lı yıllarda birçok işletme bu amaçla personel yönetimi birimlerini insan kaynakları yönetimi departmanı olarak yeniden tanımlarken, bu alanda yetişmiş elemanları istihdam etmeye yönelmiştir. Konuyla ilgili çok sayıda danışmanlık şirketi özel eğitim ve danışmanlık hizmetleri ile insan kaynakları yönetiminin ülkemizde gelişimine katkıda bulunmuştur.

Üniversiteler bu adı taşıyan yüksek lisan ya da özel sertifika programları ile bu yöndeki çalışmalara akademik bir kimlik kazanırken, insan kaynakları yönetimine dönük ilgiden İnternet dünyası da yoğun bir şekilde nasibini almıştır. Nitekim, bu amaçla çok sayıda web sayfası ilgililere hizmet vermeye başlamıştır. Nihayet konunun çeşitli boyutlarını ele alan onlarca kitap, makale ve yazı kaleme alınmış, yayınlanmıştır.

Tüm bunların sonucunda görülen şey, insan kaynakları yönetimi kavramının ülkemizde işletmelerce sadece “kaynak yönetimi” çerçevesinde ele alındığı ya da kavranıldığı biçimindedir. Gerçekte çoğu işletmede önemli değişimler yaşandığı açık bir gerçektir. Örneğin daha önce yeterince bilinmeyen takım çalışması, performans değerlendirme ya da kariyer yönetimi gibi konular işletmelerce benimsenmiş, uygulamaya geçirilmiştir. İnsan kaynağının işletme için en önemli rekabet silahı olduğu ve başarılı olmak isteyen şirketlerin çalışanları ile kolektif bir bilinç yaratması gerektiği yerleşik bir değer haline gelmiştir. Buna karşılık, tüm bu uygulamalarda bir boyut unutulmuştur. Bu, insan kaynakları yönetimindeki “etik değerler”dir.

Özellikle insan kaynakları yönetimi konsepti uygulamaya geçirilirken, iş ve çalışma hayatının en önemli unsuru olan etik değerleri göz ardı edilmiştir.

* Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Öğretim Üyesi.

İnsan kaynakları yönetimi uygulamaları, işletme performansını geliştirmek, verimliliği arttırmak ve karlılığı genişletmekle sınırlı kalmıştır. Oysa insan kaynakları yönetimini personel yönetiminden ayıran temel değişken çalışanı “personel” değil, bir “birey ve insan” olarak görmesi, insani değerleri benimsemesidir.

Gerçekte insan kaynakları yönetimi olgusunun ülkemizde benimsenmeye başladığı 15 yılı aşan sürede sonunda etik değerleri dönük yeterince karşılık bulmadığı, çok daha kötüsü özellikle de 2000’li yıllarda toplumsal değerlerde gözlenen yıpranmanın insan kaynakları alanındaki etik değerlere de yansımalarıdır.

1990’lı yıllardaki “çalışan en önemli varlıktır” türünden cafcacı sloganlar 2000’li yılların başında yaşanan ekonomik şoklarla unutulmuş ve “çalışan bir maliyettir” geleneksel desturları yeniden benimsenmiştir. “Krizde insan kaynakları yönetimi” politikaları bile aslında “tazminat ödemedi nasıl işçi çıkarırsınız” anlayışının tipik yansımaları olarak ön plana çıkmıştır. Bu anlayış ve uygulamalar işyerlerinde giderek daha fazla huzursuzluğa ve kaosa yol açmaktadır. Ülkemizde özellikle son yıllarda işyerleri giderek dostlukların daha az geçerli olduğu, çalışanların daha fazla baskı ve korkuyu hissettikleri alanlara dönüşmektedir. Ayak kaydırma oyunları, ispiyonlama ve gruplaşmalar maalesef son zamanlarda en çok karşılaştığımız işyeri şikâyetleridir. İşyerleri adeta birer savaş alanına dönüşmekte, yöneticiler bu duruma çoğunlukla seyirci kalmaktadırlar.

Bu makalenin amacı iş etiği kavramını ve yansımalarını insan kaynakları yönetimi boyutuyla Türkiye açısından analiz etmektir. Makale bu amaçla iki ana bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde etik değerler insan kaynakları yönetimi çerçevesinde değerlendirilmekte, ikinci bölümde ise, insani etik değerler Türkiye’deki yansımaları ile irdelenmektedir.

I. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE ETİK DEĞERLER

İnsan kaynakları yönetimi açısından etik konusu uzun bir dönem ihmal edilmiş bir alan olarak kalmıştır. Bu alandaki odak çoğunlukla kurumsal performansını destekleyecek politika ve uygulamalarla sınırlı kalmıştır. Bu karşılık etik değerler son yıllarda insan kaynakları gündeminde giderek artan bir ilgi

görme eğilimindedir. Bu yönüyle de akademik alanda önemli en bir konu olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle yaşanan ekonomik krizler, çözülen ahlâki değerler, iş yaşamında ve politik alandaki güven erozyonu, etik değerler kavramını ve bu çerçevedeki tartışmaları popüler bir konuma taşımaktadır¹.

A. ETİK KAVRAMI ve KAPSAMI

Etik terimi için sınırları kesin olarak netleştirilmiş bir tanımlamaya gitmek oldukça zor görünmektedir. Neredeyse konuyla ilgili her yazar ya da her kuruluş kendine göre bir tanım yapmayı tercih etmektedir. Nitekim bazılarına göre etik ahlâki ilkeleri, kimine göre yasaları, kimine göre de dinsel değer yargılarını tanımlamaktadır.

Gerçekte etik kavramına böyle bir yaklaşım konunun alanını daraltmaktadır. Dolayısıyla etik ne yasalar, ne ahlâki ilkeler ne de dinsel değer yargılarıdır. Etik bunların dışında evrensel değer yargılarını içermelidir. Kuşku yok ki etik değerlerin bazıları, yasalar, ahlâki anlayışlar ya da dini prensiplerle örtüşebilir ancak bu durum yine de etik değerleri bu tanımlamalar sınıfına sokmaz. Bu iddiayı daha iyi anlayabilmek için bu kavramları etik kavramı ile karşılaştırmak gerekir.

Öncelikle yasalarla etik değerler arasındaki farklılıklara bakılabilir. Her ne kadar günümüzde evrensel hukuk normları (özellikle insan hakları ile ilgili konularda) ulusal yasaların şekillenmesinde etkili olsa da, yasalar yine de ulusal parlamentolar tarafından hazırlanmakta ve doğal olarak ilgili ülkenin kültürel, sosyal ve siyasal eğilimlerinden etkilenmekte hatta çoğunlukla parlamentoya yansıyan (dolayısıyla dışarıda kalan eğilimleri dışlayan) tercihlerin etkisini taşımaktadır. Oysa etik değerler tüm toplumsal grupların (sosyal, siyasal, etnik, dini vb.) paylaşabileceği prensipleri içermektedir.

Öte yandan ahlâki ilkeler de yerel değerleri yansıtır. Çoğunlukla aynı ülkede ve hatta aynı bölgede bile ahlâki prensipler ya da değer yargıları birbirinden farklılaşabilmektedir. Bu durumda evrensel değer yargıları vasfını taşıması gereken etik değerlerin ahlâki ilkeler olduğunu söylemek mümkün olmayacaktır.

¹ D. Winstanley and J. Woodall, (2006), "The Ethical Dimension of Human Resource Management", Human Resource Management Journal, V. 10 (2), 2000, 6.

Aynı şekilde dini prensiplerin de etik değerlerle aynı şey olmadığını söylemek gerekir. Çünkü günümüzde binlerce dini inanış vardır ve bunlar kimi ilkeleri birbirleriyle çelişebilmektedir. Acaba hangi dinin prensipleri dikkate alınacaktır? Ayrıca hiçbir dine inanmayanlara hangi dini ilkeler uygulanacaktır?

Sonuçta, etik değerler “evrensel doğruları, değer yargılarını ve bir anlamda evrensel sağduyuyu” ifade eder. Bu evrensel sağduyu mekan farkı gözetmeden herkes için geçerli değer yargılarını öngörmelidir. Diğer bir ifade ile etik dünyanın her yerinde tüm sosyal, siyasal, dini etnik vb. gruplar için ortak doğruları tanımlar.

B. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ AÇISINDAN ETİK DEĞERLER

İnsan kaynakları yönetimi konteksinde etik değerler genel iş etiği kavramından ve kapsamından ayrıştırılamaz. Özellikle son 20 yıllık periyotta giderek gelişen insan kaynakları yönetimi alanı geleneksel olarak iş etiği kapsamında tartışılan değer ve ilkelerin bu perspektiften değerlendirilmesine zemin hazırlamıştır. Bu süreç insan kaynakları yönetiminin kendine özgü etik kodlama yaratmasıyla yeni bir açılım kazanmıştır².

İnsan kaynakları açısından özellikle ön plana çıkan etik düzenlemeye ilişkin alanlar temel insan hakları, sosyal ve örgütsel hakkaniyet, hümanistik eğilimler ve toplumsal değer yargıları gibi konuları ve tartışmaları içermektedir³. Bazı çalışmalarda ise, insan kaynakları yönetimindeki etik tartışmalar hakkaniyet kavramı çerçevesinde ele alınmaktadır⁴.

Öte yandan, işyeri bazlı bir analizde işyeri-çalışan ilişkisi açısından bazı değerlerin ön plana çıktığı görülmektedir. İlk olarak, “ayrımcılığın önlenmesi” insan kaynakları yönetimindeki en önemli ilkedir. Ayrımcılık ülkemizde en çok ihlal edilen etik alanıdır. Örneğin gazetelerdeki eleman ilanları dikkate alındığında bu alandaki ayrımcılığın boyutları açık biçimde ortaya çıkar.

2 M. R. Losey, (1997), “The Future Human Resource Professional: Competency Buttressed by Advocacy and Ethics”, HR Tomorrow’s Management (Eds. By Dave Ulrich, Michael R. Losey and Gerry Lake), Canada, 297.

3 D. Winstanley, J. Woodall ve E. Heery, (1996), “Business Ethics and Human Resource Management: Themes and Issues”, Personnel Review, V. 25 (6), 9.

4 P. Miller, (1996), “Strategy and the Ethical Management of Human Resources”, Human Resource Management Journal, Vol. 6, No. 1, s. 8.

İlanlardaki üniversite ayrımcılığı, cinsiyet ayrımcılığı hatta yaş ayrımcılığı en belirgin olanlarıdır. Popüler üniversitelerden mezun olan herkesi adı fazlaca bilinmeyen yeni üniversitelerden mezun öğrencilerden daha başarılı kabul etmek ayrımcılığı açık biçimde çağrıştıran bir tutumdur. Benzer biçimde işleri cinsiyetlere göre ayırmak, terfilerde insanları sübjektif durumlarına göre sınıflamak ayrımcılığın en fazla ön plana çıkan unsurlarıdır.

İkinci olarak, özel yaşamın korunması önemli bir etik değer olarak ön plana çıkmaktadır. Gerçekte özel yaşam kavramı oldukça karmaşık bir konudur ve bu alanın sınırlarını net olarak çizmek her zaman mümkün olmayabilmektedir. Bu konu özellikle bilgi teknolojileriyle geleneksel olarak personel dosyalarının gizliliği çerçevesinde tartışılan perspektifin dışına taşımaktadır. Bu nedenle özel yaşamın korunmasına ilişkin tartışmalar son yıllarda insan kaynakları yönetimini zorlayan temel konuların başında gelme eğilimi taşımaktadır. Özellikle bir çok personel işleminin online olması özel yaşama müdahale konusunun tartışma boyutlarını giderek genişletmektedir⁵.

Geçmişte ofisler duygusal çatışmaların yaşadığı alanları yansıtmaktaydı. Günümüzde ise, yasal düzenlemeler işyerlerini giderek daha farklı birer birim haline dönüştürmektedir. Gelişmiş teknolojik alt yapı sistemleri işyerleri için yeni sorunların da habercisi niteliğinde görülmektedir. Çoğu işyeri günümüzde çalışanlarına İnternet ulaşım olanakları, e-mail haberleşme sistemleri ve sesli mesaj araçlarını sağlamaktadır. Bu teknolojiler çalışanların bilgiye ulaşmalarını hızlandırır da, çalışanlar açısından yeni sorunların da kaynağını teşkil etmektedir. Özellikle, teknolojik alt yapının yanlış kullanımı ve suiistimal edilmesi ön plana çıkan temel sorun alanlarıdır. Bu problemler işyerlerinde elektronik denetleme mekanizmalarını gündeme getirmektedir. Ancak bu mekanizmaların varlığı beraberinde yeni tartışmaları da yaratmaktadır⁶.

Konu, Türkiye açısından da ciddi sorunlara gebe dir. Gerçekten de çağdaş dünyada bu alanın daha etkin nasıl korunacağı tartışılırken ne yazık ki ülkemizde hala bazı patronlar ya da yöneticiler çalışanlarının özel yaşamlarına müdahaleyi adeta bir hak olarak görmektedirler.

Öte yandan fırsat eşitliğinin de önemli bir diğer etik değer olduğunu vurgulamak gerekir. Fırsat eşitliği aslında ayrımcılığın bir diğer yansımasıdır.

5 HR Focus, (2001), "Privacy: HR's New Minefield", **HR Focus**, Vol. 78, No. 4, s. 1.

6 Hispanic Times Magazine, (1998), "Building Respect in the Workplace", **Hispanic Times Magazine**, Vol. 19, No. 2. s. 6.

İşyerinde insan kaynaklarıyla ilgili sorunların önemli bir kaynağı da ne fırsat eşitliğinin yeterince sağlanamamış olmasına bağlanabilir. Çoğu işyerinde üst yönetimler yönetici seçerken çalışanları arasında bu ilkeyi kolaylıkla ihlal edebilmektedir. Benzeri ihlal işe alımlarda, eğitim programlarında, işten çıkarmalarda ve hatta daha sonra yeniden işe alımlarda da açık biçimde gerçekleştirilmektedir.

Nihayet üzerinde özellikle durulması gereken bir diğer etik değer ise, işyeri farklılıklarının korunmasıdır. Ülkemizde toplum psikoloji farklarının negatif olarak algılandığı bir zemin üzerine kurgulanmıştır. Bu durum sadece kendimize benzeyeni tercih eden bir davranış refleksi yaratmaktadır. Bu davranışın işletme yönetimlerini de etkilediği açıktır.

Nitekim mülakatlarda bu yüzden adayın objektif konumu (okul başarısı, önceki deneyimleri, yetkinlikleri vb.) yerine sübjektif konumu (nereli olduğu, cinsiyeti, sosyal konumu vb.) ön plana çıkmaktadır. Bu tutum işyerini adeta birbirine benzeyenlerle donatma politikasını yansıtmaktadır. Siyasette çoğunlukla kullanılan “bizden” anlayışının şuur altında bilinç dışı bir şekilde bazı işletme yöneticilerinde de olduğu görülmektedir. Oysa bir işyeri, içinde yaşadığı toplumu yansıtmalıdır. Farklılıklar huzursuzluk değil, dinamizm kaynağıdır ve yaratıcılığı güçlendirir.

II. TÜRKİYE’DE ETİK DEĞER İHLALLERİ

A. AYRIMCILIK UYGULAMALARI

Günümüzde hızla artan teknolojik iletişim çağı, göç hareketleri, yeni kültürel eğilimler ve benzeri birçok eğilim hem uluslararası ölçekte hem de yerel düzeyde toplumsal farklılıkları hızla genişletmektedir. Özellikle son 10 yıllık süreç geleneksel düşünce kalıplarının kırıldığı ve köklü sosyo-ekonomik değişimlerin yaşandığı bir dönemi temsil etmektedir. Bu eğilim ulus devlet anlayışının sona erdiğini ve çok kültürlü toplumsal yapıların ortaya çıktığını göstermektedir.

Aslında bu döneme ilişkin kehanetler 40 yıl öncesine 1960’lı yılların başlarına kadar uzanmaktadır. Bu tarihte Amerikalı sosyolog Daniel Bell “İdeolojilerin Sonu” adlı teorisinde iki ideolojik kutbun giderek daralacağını ve sonuçta

keskin ideolojik farklılıkların ortadan kalkacağını ileri sürmekteydi. İdeolojik devlet algılayışının temellerini yitireceğine ilişkin bu kehanet aynı zamanda tek kültürlü ulus devlet projelerinin de çökeceğini haber vermektedir.

Bu teori, yaklaşık 30 yıl sonra politik analist Francis Fukuyama tarafından “Tarihin Sonu” tezi ile yeniden gündeme gelmiştir. Bugün gelinen noktada tarih yeni bir ideolojinin yani politik ve ekonomik ve buna paralel olarak bireysel liberalizmin yükselişini ilan etmektedir. Global düzeyde Amerikan kültürel etki alanları genişlerken, diğer yandan yerel kültürel değerler de ulusal ölçekte sergilenmeye yönelmektedir. Bu değişim rüzgarı böyle bir ortamda toplumsal düzeyde kültürel iklimi yeniden şekillendirmektedir⁷.

İşyerlerinin küresel ve ulusal düzeydeki bu gelişmelerin dışında kalmasını beklemek gerçekçi bir düşünce değildir. Günümüzde özellikle metropol alanlardaki işyerleri çok kültürlülüğün açık bir yansımasıdır. Artık homojen işyerleri yerini çok sayıda kültürü barındıran çalışma alanlarına dönüşmektedir. Üstelik bu farklılık sadece kültürel farklılıklarla da sınırlı kalmamaktadır. Klasik cinsiyet farklılıkları yanında üçüncü cinsilerin toplumsal kabul görmesi, geleneksel dinler yanında birbirinden çok farklı inanç ve dinlerin varlığı, sosyal sınıf farklılıklarının daha belirgin bir hale gelmesi vb. farklılıklar işyerlerini adeta potansiyel çatışmalara hazır konuma taşımaktadır.

Bu koşullarda insan kaynakları yönetiminin kafa yorması gereken önemli bir sorun, bu farklılıkların nasıl yönetileceğidir. Aslında örgüt kültürüne uyumlu bir insan kaynakları politikası bugün için işletmelerin başarısındaki en önemli etmen konumundadır.

Bu farklılıklar ve potansiyel çatışma alanlarının örgütte kültürel uyumu bozma riski olduğu düşünülebilir. Buna karşılık, kurumsal kültür açısından çok daha büyük problem aslında uyumluluk adına aynışmaktır. Bu risk şirket içindeki kültürel ve sosyal zenginliği daraltırken, buna bağlı olarak yaratıcılığı ve dinamizmi de sınırlamaktadır.

Maalesef çoğu şirkette yöneticiler eleman tercihlerini kendilerine benzeyenler lehine yapma eğilimindedir. Bu genellikle açık bir şekilde olmasa da şuur altında gelişen bir davranış biçimi olarak ortaya çıkmaktadır. Nitekim bazen

7 II. Mowlana, (1993), “The New Global Order and Cultural Ecology”, *Media, Culture and Society*, Vol. 15, s. 9.

bir şirkette hep aynı okuldan ya da aynı sosyal çevreden gelen çalışan profili ile karşılaşmaktadır. Yöneticilerde görülen bu davranış eğilimi “bizden” mantığının açık bir yansımasıdır. Çünkü farklılıklar işletme yönetimlerini korkuturken, bu durum farklı olanların bu farklılıklarını gizlemek zorunda kalmasına yol açmaktadır. Sonuçta yapmacık bir uyum, gizliden gizliye işleyen çatışmacı iletişim ve ilişki tarzı örgütsel uyumu bozan bir atmosfere zemin yaratmaktadır.

Peki ne yapmak gerekiyor? Öncelikle şu gerçeği bilinmesi gerekir ki, toplumlar tüm dünyada hızla alt farklılıklara bölünmektedir ve bu, bir olgu konumuna dönüşmektedir. Beğenilsin veya beğenilmesin, benimsensin ya da benimsenmesin kültürel ve sosyal açıdan toplumda farklı insanlar mevcuttur ve bu insanlarla nasıl ki aynı yaşam alanlarını paylaşıyorlarsa, aynı çalışma ortamların da paylaşmak zorundadırlar. İşyerinde farklılığın nihai kaynağı yetkinlik, performans ve uyumluluk olmalıdır. Uyumluluk ise, “aynılaşmak” değil tersine farklılıklarla birlikte ekip diyalogu konteksinde çalışmayı yansıtmaktadır.

Öte yandan insan kaynağındaki sosyal ve kültürel farklılıklar aslında işyeri için negatif bir durum da değildir. Bu durum zaman zaman çeşitli sürtüşmelere yol açabilir ancak çatışmalar hayatın doğasında vardır. Dolayısıyla çatışma kavramına sadece negatif bir anlam yüklenmesi gerçekçi değildir. Çatışma olumlu yönlendirildiği ölçüde pozitif sonuçlar doğuracaktır. Özellikle de çatışma bir yarışmaya, etik bir rekabete dönüştürüldüğü ölçüde işyerinde reel anlamda uyumlu bir ortama yaratılabilecektir.

B. ÖZEL YAŞAMA İLİŞKİN İHLALLER

1. Kavram

Özel yaşam veya mahremiyet kavramını çerçevesini çizmek, net ve açık bir tanımsal bir alan oluşturmak kolay değildir. Literatürde özel yaşam kavramının bir enigma olduğu yönünde bir eğilim mevcuttur. Çünkü kavramsal olarak mahremiyet sosyoloji, psikoloji, işletme, antropoloji, felsefe, politika, tıp, hukuk gibi bir çok bilim alanını kapsadığı gibi fonksiyonel açıdan da mahremiyetin niteliği ve değerlerine ilişkin de önemli farklılıklar söz konusudur⁸.

8 A.E.Uteck, (2004), Electronic Surveillance and Workplace Privacy, (Unpublished Master Dissertation), Dalhousie

Tanımsal olarak, özel yaşam alanı bireylerin kişisel bilgi ve iletişimlerini kontrol etmelerine dönük algılamalarını ifade etmektedir. Dolayısıyla mahremiyet bireysel özgürlüğü ve kişinin belirli ölçülerde çevresini kontrol edebilmesine atıf tapmaktadır. Özel yaşam alanı ile kişiler sosyal ilişkilerinin niteliği bağlı olarak belirli sosyal mesafeleri yaratma olanağına sahip olurlar⁹.

İşyerinde özel yaşam alanı ve bu alanın korunmasına dönük ilgi 1990'lı yıllarda insan kaynakları yönetiminin önemli bir tartışma alanı olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle kişisel bilgilerin online ortamda saklanması ve bu bilgilere daha hızlı ulaşılma olanağı bu alandaki duyarlılığı arttırmaktadır. Özellikle insan kaynakları bilgi sistemleri çalışanların iş statüsü, tıbbi kayıtları, performans kayıtları ve benzeri diğer verileri açısından mahremiyet konusunu kurumsal açıdan daha önemli bir konuma taşımaktadır¹⁰. Bu alana ilişkin ihlallerin kişisel yaşam alanı daralttığı, gerek özel gerekse iş yaşamı açısından önemli sonuçlar yarattığı açıktır¹¹.

Buna karşılık, özel yaşamın korunması oldukça sorunlu ve tartışmalı bir alan olarak varlığını korumaktadır. Konu oldukça karmaşık bir nitelik arz etmektedir. Çünkü özel yaşam alanının nerede başladığı ya da nerede sona erdiği üzerinde henüz uzlaşa sağlanamamış bir konudur. Bu alandaki tartışma konuları arasında, “özel yaşam kavramı” “işyerinde özel yaşam alanı” “özel yaşamın sınırları” “özel yaşama müdahale alanları” “yeni enformasyon teknolojileri ve özel yaşam” ve “özel yaşamın ihlali” gibi konular öncelikli olarak sıralanabilir. Bu konular çerçevesinde özel yaşam alanı çok yönlü bir konu olma eğilimindedir. Literatürde özel yaşama ilişkin kavramlar enformasyonun mahremiyeti, sosyal etkileşim ve kontrol, özel alan, yetki, otorite ve kişisel mahremiyet gibi konseptlerle ilişkili bir olarak analiz edilmektedir¹².

Özel yaşamın korunması ilişkin tanımlamalar arasındaki ortak noktalar bu kavramın bütünüyle kişisel bilgileri kapsadığı, bunlar arasında sözgelimi ailevi bilgilerin, çalışana ait medikal bilgilerin, çalışanın işyeri dışındaki ya-

-
- University, Halifax, 56.
- 9 M. D. Ihnat, (2001), *The Eyes of Capitalism: Surveillance in The Workplace*, (Unpublihsed Master Dissertation), Queen's University, Kingston, s. 21.
 - 10 S. C. D'Urso, (2004), *Electronic Monitoring and Surveillance in the Workplace: Modeling The Panoptic Effect Potential of Communication Techriology, Organizational Factors and Policies*, MS Dissertation The University of Texas, Austin, s. 23.
 - 11 J. A. Callahan, (1997), *A Field Study of Employee Reactions to Close Performance Monitoring: Assessing The Roles of Perceived Personal Control and Perceived Supervisory Support*, Ph. D. Dissertation; Tulane University, Tulane, s. 8.
 - 12 J. G. Fisher, (2002), *Implications of Electronic Mail Policies Fairness and Invasion of Privacy: A Field Experiment*, (Unpublihsed Ph. D. Dissertation), the University at Albany, Albany 2002.

şamına ilişkin bilgilerin ve finansal bilgilerin (örneğin çalışanın borçları ya da ücretine gelen bir haciz işlemi) bulunduğu genel kabul görmektedir. Buna karşılık çalışanın performansına ya da işyeri ekipmanını kullanmasına ilişkin bilgilerin özel yaşam alanına girmediği kabul edilmektedir.

2. Kapsam ve İhlaller

Özel yaşam alanına ilişkin ihlallerin ülkemizde oldukça yaygın olduğu açıktır. Nitekim başvuru formları adeta kişisel özel alanı ihlal etmeyi özellikle hedefleyen sorularla donatılmıştır. Örneğin, adaylara evli olup olmadıkları, eşlerinin ne iş yaptığı, hatta bazen dul olup olmadıkları bile sorulmaktadır. Bu sorular adayların performansını hiçbir şekilde ölçmediği gibi yetkinlikleri konusunda da bir kanaat yaratmaz. Ancak çok daha önemlisi bu soruların adaylar tarafından hiçbir direnç gösterilmeden yanıtlanmasıdır. Bunun nedeni kentleşmemiş toplumsal değer yargılarıdır. İşyerlerinde geçerli yönetici veya patron davranışı “baba” figürünü yansıtmakta, bu modele daha yakın yöneticiler çalışanlarca daha fazla benimsenmektedir. Sonuçta işyerinde “aile” olma isteği özel yaşam alanını daraltmaktadır.

Öte yandan özellikle çalışanın iş dışı yaşam tarzının özel yaşamı koruma konusunun önemli bir boyutudur. Örneğin, işletme çalışanın iş dışı yaşamına ilişkin bilgileri talep edebilecek midir? Ya da iş dışı yaşamı nedeniyle işten çıkarma işlemi uygulayabilecek midir? İşletmenin hangi koşullarda çalışanın kendisi, ailesi ve diğer özel yaşamına ilişkin alanları araştırabilecektir? Temelde iş dışı yaşamının bütünüyle özel yaşamın bir parçası olduğu kabul edilmektedir.

İşyerinde özel yaşama müdahalenin yoğun biçimde yaşandığı ve özel yaşamın korunmasının en fazla talep edildiği alanlardan biri de kişisel iletişim alanıdır. Bu alandaki tartışmalar özellikle elektronik izleme veya denetim ile e-mail mahremiyetine odaklanmaktadır¹³.

Günümüzde İnternet ve web teknolojisinin iletişimin en önemli boyutu haline gelmesi, özel yaşam alanının bu yönüne dönük ilgili arttırmaktadır. Özellikle iletişim açısından karar verilmesi gereken sorunlardan biri çalışanların e-mail ve İnternet’i özel amaçları için kullanabilmeleri hakkıdır. Uzmanlara göre, işyerine ait bilgisayarlarla iletişim hatlarını ve yazılımları kullanan çalı-

13 Fisher, s. 19.

şanların ziyaret ettikleri siteler ya da kullandıkları e–mailler veya bilgisayar-daki dosyaları özel yaşam sınırlarının dışında kalmaktadır. Diğer bir ifade ile işyerindeki bilgisayarlar aracılığı ile çalışanlarca gerçekleştirilen Internet ve bilgisayar işlemlerinin işverence denetlenebilmesi özel yaşam alanına müdahale olarak kabul edilmemektedir.

Aslında teknolojik gelişmeler birçok ülkede özel alana ilişkin ihlalleri genişletmektedir. Nitekim American Management Association's (AMA's)'in araştırmasına göre büyük ABD'de işletmelerinin yaklaşık %80'ini çalışanlarının Internet, e–mail ve telefon kullanımlarını izlemektedir. İşyerinde özel yaşam büyük ölçüde aldatıcı olduğunu kaydedilen araştırmada 1990'lı yıllarda özel yaşama müdahale eden işletmelerin %35 düzeyinde olduğunu vurgulanırken bu oranın yeni teknolojik alt yapılarla son yıllarda % 80'lere dayandığını kaydedilmektedir.

Araştırma Finansal servisler, toptan ve parkende satış, profesyonel servisler, genel servisler, kamu yönetimi ve üçüncü sektörde Amerikan işgücünün ¼'ünü barındıran toplam 1627 katılımcı şirket ile yapılmıştır. Firmaların %63'ü çalışanlarının Internet bağlantılarını izlediklerini, %47'si çalışanlarını e–maillerini gözden geçirdiklerini ve sakladıklarını ve %40'ı çalışanlarını çeşitli sitelere girmelerini engelleyecek süzgeç programlarına sahip olduklarını kaydetmişlerdir.

Ayrıca katılımcıların %43'ünün aranan telefon numaralarını ve telefonda geçen süreleri izlediğini, %19'u bilgisayara giriş sürelerini ve %38'i güvenlik amaçlı olarak kameralara sahip olduklarını kaydetmişlerdir. Bu politikalara dönük eğilimin temelinde verimlilik kaygılarını yattığını kaydeden araştırmacılar özellikle 11 Eylül'den sonra güvenliğin daha belirgin bir faktör haline geldiğini, buna ilave olarak örgütsel merakın da ihmal edilmemesi gerektiğini ifade etmektedirler¹⁴.

İşyerinde özel yaşam alanının korunmasına ilişkin bir diğer alan çalışanın medikal bilgileriyle ilgilidir. Bu konuda işverenin çalışandan ne tür tıbbi rapor ve bilgileri talep edeceği oldukça önemlidir. İşveren ancak çalışanın işle ilgili doğrudan gerekli olan tıbbi testleri ve raporları talep edebilir veya bu konuda bir sağlık raporu isteyebilir. Dolayısıyla başvuru formlarında genel olarak "sakatlığınız var mı?" ya da "herhangi önemli ameliyat geçirdiniz mi" şeklindeki sorular açıkça özel alan ihlalidir.

14 A. Scott, (2001), "No Privacy in the Workplace", *Internal Auditor*, Vol. 58, No. 3, 16.

3. İhlalin Engellenmesi

Özel yaşam alanının ihlaline ilişkin ihlaller hükümetler tedbir almaya yönelmektedir. Çeşitli ülkelerde bu alanı daha sıkı koruyan özel yasalar benimsenmektedir. Örneğin Amerika’da Federal düzeyde “Özel Yaşamı Koruma Yasası” uygulamaya girmiştir. Avrupa Birliği ise, uluslararası düzeyde faaliyette bulunan firmalar için özel bir direktif (European Union’s (EU) Data Protection Directive) hazırlayarak, bu şirketlerin çalışanların özel verilerini diğer bir ülkeye transferini belirli kriterlere ve kontrollere bağlamıştır. Direktif çalışanların özel bilgilerinin toplanması ve kullanılmasına ilişkin bir uygulama önermektedir. Program, bu sürecin uluslararası düzeyde gerçekleştirilmesinde işletmelere katı sınırlamalar getirmektedir.

Ülkemizde ise, 4857 sayılı İş Yasasının çalışanın özel yaşamına dönük saldırı ve ihlalleri engellemeye dönük düzenlemeleri 75. maddede yer almaktadır. Bu maddeye göre; işveren aldığı her çalışan için, içinde çalışanla ilgili belgelerin ve kayıtların yer alacağı bir özlük dosyası oluşturacaktır. Esasen bu dosya uygulamada hemen her iş yerinde oluşturulmaktadır. Önemli olan Yasanın bu dosyada yer alan bilgilere getirdiği korumadır.

Yasaya göre, işveren, işçi hakkında edindiği bilgileri dürüstlük kuralları ve hukuka uygun olarak kullanmak ve gizli kalmasında işçinin haklı çıkarı bulunan bilgileri açıklamamakla yükümlüdür. Dolayısıyla bu düzenleme ile Yasa çalışanların özel yaşamlarını açık biçimde korumaya almıştır. İnsan kaynakları yönetimi bu maddeye uygun disiplin kuralları ve etik uygulamalarıyla işyerinde özel yaşamın korunmasına dönük sistemleri egemen kılmaya yönelmelidirler.

Yasal düzenlemeler yanında kimi işletmelerin spesifik bazı işyeri düzenlemeleri ile özel yaşama müdahale alanlarını sınırlamaya çalıştıkları görülmektedir. Bu konuda insan kaynakları sistemlerinin planlanması ve geliştirilmesi, çalışanların e-mail, internet ve sesli mesaj araçlarını kontrol edilmesi, birimler arasında insan kaynakları verilerinin transferi, işyeri içinde ya da dışında diğer denetim araçlarının uygulamaya konulmasına ilişkin konular yeniden ele alınmaktadır. Ayrıca bu alanı düzenleyen özel yönetmelikler geliştirilmektedir.

C. İŞYERİNDE KORKU KÜLTÜRÜ

1. Korku Kültürü

İşyeriniz acaba nasıl yönetiliyor? İşyerinizde her türlü disiplin kuralını içeren bir tür denetim mekanizması var mı? Acaba yöneticileriniz çalışanlarınızın kusurunu görmede “şahin” rolü mü oynuyor” İşyerindeki sorunları belirlemeye dönük anketlerde ya da şirket toplantılarında çalışanlar düşüncelerini açıkça aktarabiliyorlar mı? Çalışanlardan üstlerini değerlendirmeleri istendiğinde gerçek görüşlerini açıklayabiliyorlar mı? İşyerinde acaba sadece patronu memnun eden çalışanları mı ödüllendirmektedir?

Bu ve benzeri sorulara verilecek yanıtlar işyerinde korku faktörünün egemenlik düzeyini göstermektedir. Ülkemizde birçok işyerinde gerçekte içten içe kaynaklanan problemler çalışanlara sorulduğunda dile getirilmemekte, tersine “her şeyi çok iyi olduğu” ifade edilmektedir. Yöneticilerinden şikâyetçi astlar şirket toplantılarında bunları dile getirmekten kaçınmaktadırlar. Bu davranış psikolojinin kökeninde büyük ölçüde işyerindeki korkular yatmaktadır.

Türkiye’de kültürel kodlama korkmaya ve korkutmaya dayalı bir yaşam felsefesini dayatmaktadır. Her türlü sosyal, ekonomik ve hatta siyasal ilişki “korku” etrafında biçimlenmiş veya biçimlendirilmiştir. Ailede başlayan korkuya esaslı yetiştirme anlayışı, okulda bir eğitim metoduna dönüşmektedir. Benzer biçimde kimi zaman toplumsal siyasi tercihlerde de korku eksenli bir eğilim ön plana çıkabilmektedir.

Toplumsal yaşamın her alanına egemen korku kültürü işyerlerinde de temel motivasyon faktörü olarak kullanılmaktadır. Nitekim her işletmede yazılı ya da sözlü bir “disiplin yönetmeliği” mutlaka vardır. Çalışanlar ima yoluyla ama çoğunlukla da açıkça işten kovulmayla tehdit edilmektedir. Bu davranış biçimi, yöneticiler için işyerindeki otoriteyi sağlamaya yöntemini yansıtmaktadır aynı zamanda.

İşin kötüsü, bu yaklaşım profesyonelleşmiş görüntüsü veren, çalışanlarından birey olmayı ve sorumluluk üstlenmeyi isteyen büyük işyerlerinde yüksek eğitilmiş, dünyayı bilen yöneticiler tarafından da sergilenmektedir. Böyle bir işyerinde çalışan bir çok insan yaşadığı korku ve huzursuzluk nedeniyle işyerine gitme fikrinden nefret etmektedir. Çok yönlü bir performans değerlendir-

me yöntemini uygulamak çalışan kimi işyerlerinde ise, astların yöneticilerini değerlendirmede rasyonel davranmakta zorlandığı açıktır. Çalışanlar gerçek düşünceleri yerine yöneticilerinin kendilerinden bekledikleri değerlendirmeleri yapmayı tercih etmektedirler. Nitekim, işyerindeki fısıltısı gazetesi formlarda yer alan değerlendirmelerin gerçek görüşlerle taban tabana farklılaştığını açık biçimde göstermektedir.

Gerçekte araştırmalar çalışanları motive etmede ve üretken konuma geçirmede korku faktörünün hiç bir şekilde etkili olmadığını göstermektedir. Örneğin, Amerika'da Stres Enstitüsü'nün bir araştırmasına göre, işyerinden ayrılan çalışanların %40'ı korku kültürüne dayalı iş anlayışı nedeniyle bu kararı almak zorunda kalmaktadır. Aynı araştırma işyeri devamsızlığında korku faktörünün önemli bir paya sahip olduğunu açıklamaktadır¹⁵.

400'den fazla çalışana sahip büyük firmalarda gerçekleştirilen bir diğer araştırmada ise, çalışanlarını korku ile motive eden işletmelerin çalışanlarını teşvik edici mekanizmalarla motive eden şirketlere göre, %16 daha düşük bir performans düzeyi gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Öte yandan, psikologlar korkuya dayalı bir çalışma ortamının ya da örgüt kültürünün çalışanları negatif yönde etkilemesinin kaçınılmaz olduğunu açıklamaktadırlar. Korku kültürü ile bezenmiş bir işyerinde güvensizlik, kindarlık ve kavgalı ortamının hakim olacağını belirtilmektedir.

Korku motive edici bir faktör değil ise, o zaman neden korkuya başvuruyoruz? Aslında ülkemizde yöneticilik halen bir ulufe konumunda, çoğu şirkette bu tür makamlar ahbab-çavuş ilişkisi ile ele değiştirmekte. Bu nedenle yöneticilik yönlendirici bir "koçluk" ya da "liderlik" yaklaşımıyla değil, kontrol edici bir "bekçilik" mantığıyla yapılmaktadır. Hiçbir liderlik yetkinliği olmayan yöneticiler de otorite kavramını korkutma ile eş değer görme eğilimindedirler.

2. Korkusuz İşyeri Kültürü

İşyerinde korku yerine, motivasyonu üretkenlik ve performans olan bir kurumsal kültür yaratılabilir? Bu mümkündür. Buna karşılık böyle bir kurumsal ortam ve çalışma atmosferi ancak liderlik ve koçluk vasıfları ön plana çı-

¹⁵ T. Terez, (2001), "When Fear Strikes the Workplace, Better Workplace, Now," <http://www.betterworkplacenow.com/fear.html>

kan yöneticilerle yaratılabilir. Bu nitelikli yöneticilerin atması gereken çeşitli adımlar söz konusudur.

İlk olarak, korkuya dayalı bir örgüt kültürünün ne kadar vahim olduğu fark edilmelidir. İşyerlerinde yönetim adına korku yaratan astların ya da ihbarcılığı bir değer haline getirmiş çalışanların bu davranışları cesaretlendirilmemelidir. Amaçları çalışmak değil, patron ya da üst yönetime yaranmak olan bu nitelikli kişiler, gerçekte “korku satıcıları”ndan başkaları değildir. Bu tür kişilere işyerinde fırsat verilmemelidir.

Öte yandan, biraz empati bazen her şeyi daha iyi görmeye olanak sağlar. Bu şekilde işyerinde korku yaratan tüm politikaların gözden geçirilmesi mümkün olabilir. Bu kapsamda tehdit içeren ya da ima eden yazılı veya sözlü talimatların hatta mümkünse disiplin yönetmeliklerin iptal edilmesi önemli bir adım olacaktır. Böyle bir davranış işyerinde otorite eksikliği yol açmayacak, tersine işyerinde güven ortamının yaratılmasına zemin hazırlayacaktır. Korku yerine, ödüllendirme tercih edilerek ekip bilincine sahip çalışanlar motive edilmelidir. Ekip üyesi olmayı becermeyen çalışanları korkutarak yola getirmek mümkün değildir, yolları ayırmak daha gerçekçi bir yaklaşım olacaktır.

Üçüncü olarak, eğer korku iletişim yetersizliğinden kaynaklanıyorsa, işyerinde açık bir diyalog ortamı yaratılmalıdır. Şirket toplantılarında astların fikirlerini açıkça söylemeye teşvik edilmesi bu diyalogu güçlendirir. Bu şekilde davrananlar ödüllendirilerek bu davranışlar kurumsal kültürün bir parçası haline getirilmelidir. İdeal olan ise, diyalogu sürekli bir iletişim ve açıklılık zemini olarak kullanmaktır.

Ayrıca çalışanlarla kişisel iletişim geliştirecek bir çalışma ortamı yaratılmalıdır. Astların sorunlarını yöneticileriyle paylaşmaya teşvik edilmesi böyle bir iklimin geliştirilmesini mümkün kılacaktır. Yaratılan dayanışma ortamı zamanla işyerinde korku yerine güveni egemen kılacaktır.

Korkusuz çalışma ortamı yaratmanın bir diğer unsuru çalışanlara işleri konusunda güven aşılmasıdır. Bireysel hataların korku değil öğrenme kaynağı olduğu değil kabul edilmelidir. Bu amaçla yöneticiler de hatalarını astlarıyla açık yüreklilikle paylaşmalıdırlar. Böylece hata yapmanın normal olduğu hissettirilmelidir.

Nihayet, eğitim bu sürecin olmazsa olmaz koşuludur. Eğitimler planlanırken çalışanlara güven, paylaşım, açıklık ve dürüstlük gibi kavramlar aşılanmalıdır.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Etik ilkelerinin ihlali, ülkemizde her alanda olduğu gibi insan kaynakları alanında da oldukça yaygındır. Çağdaş dünya artık bu konuya daha hassas yaklaşıldığı açıktır. Özel kuruluşlar, danışmanlık birimleri ve işyeri etik kurulları evrensel prensiplerin işyerinde de egemen olması için çalışmaktadırlar. İnsan kaynakları yönetiminin asıl amacı da bireylerle ilgili etik değerleri işyerine taşımak ve bunları işyerinin ayrılmaz unsuru haline getirmektir. İşyerindeki etik değerler, bugün modern dünyanın da özenle korumaya ve geliştirmeye çalıştığı evrensel değer yargılarıdır.

Böyle bir atmosferin yaratılabildiği bir işyerinde böylece motivasyon faktörü gerçek anlamına kavuşur, işyerindeki değişim böyle bir ortamda dirençle karşılaşmaz ve rekabetin gerektirdiği strateji ve politikalar bu şekilde benimser, içselleştirilir. Örgüt liderleri işyerindeki insani değerleri örgüt vizyonu ve misyonunun temel itici gücü olarak görmelidirler. Amaç, çalışanı bir üretim faktörü, rekabet silahı ya da kar maksimizasyonunun bir aracı olarak görmek değil, ona üretkenliğini kullanabileceği ancak aynı zamanda insanca çalışabileceği bir ortam yaratmaktır.

Sonuç olarak insan kaynakları yönetimini ait olduğu anlamı ile benimsemenin ve geçmiş hatalarımızdan dersler çıkarmanın zamanı gelmiştir. Özellikle etik ihlaller açısından yaşanan olumsuz deneyimler nedeniyle insan kaynakları yönetimi kavramının ülkemizde aşınmasına yol açmaktadır. Bu nedenle yeni bir başlangıç yapmak ve insani değer vurgusunu ön plana çıkararak etik değerlerle uyumlu bir insan kaynakları yönetimi anlayışını hâkim kılmak gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Callahan, Jodi A., (1997), A Field Study of Employee Reactions to Close Performance Monitoring, Assessing the Roles of Perceived Personal Control and Perceived Supervisory Support, (Unpublished Ph.D. Dissertation), Tulane University, Tulane.
- D'Urso, Scott Christopher, (2004), Electronic Monitoring and Surveillance in the Workplace, Modeling the Panoptic Effect Potential of Communication Technology, Organizational Factors and Policies, (Unpublished MS Dissertation). The University of Texas, Austin.
- Fisher, Jennifer Glenar, (2002), Implications of Electronic Mail Policies Fairness and Invasion of Privacy: A Field Experiment, (Unpublished Ph.D. Dissertation), The University at Albany, Albany.
- Hispanic Times Magazine, (1998), "Building Respect in the Workplace", **Hispanic Times Magazine**, Vol. 19, No.2.
- HR Focus, "Privacy, (2001), HR's New Minefield", **HR Focus**, Vol.78, No.4, sa.1-4.
- Ihnat, Mark Daniel, (2000), The Eyes of Capitalism, Surveillance in The Workplace, (Unpublished Master Dissertation), Queen's University, Kingston.
- Losey, Michael R., (1997), "The Future Human Resource Professional, Competency Buttressed by Advocacy and Ethics", **HR Tomorrow's Management** (eds.), Dave Ulrich, Michael R. Losey and Gerry Lake), Canada, 296-301.
- Miller, Paul, (1996), "Strategy and the Ethical Management of Human Resources", **Human Resource Management Journal**, Vol. 6, No. 1, sa.5-18.
- Mowlana, H., (1993), "The New Global Order and Cultural Ecology", **Media, Culture and Society**, Vol. 15, s. 9-27.
- Scott, A., (2001), "No Privacy in the Workplace", **Internal Auditor**, Vol.58, No. 3, s. 15-16.
- Tom Terez, (2001), "When Fear Strikes the Workplace, Better Workplace Now, [www. Better WorkplaceNow.com](http://www.BetterWorkplaceNow.com).
- Uteck, Anne E., (2004), Electronic Surveillance and Workplace Privacy, (Unpublished Master Dissertation), Dalhousic University, Halifax.
- Winstanley, D. ve J. Woodall, (2000), "The Ethical Dimension of Human Resource Management", **Human Resource Management Journal**, Vol.10, No. 2, s. 5-20.
- Winstanley, Diana and Woodall, Jean and Heery, Edmund, (1996), "Business Ethics and Human Resource Management, Themes and Issues", **Personnel Review**, Vol. 25, No.6, sa.5-12.

9. GÜNÜMÜZ TÜRKİYE’SİNDE AKADEMİK İŞ AHLÂKI ÇALIŞMALARINA GENEL BAKIŞ

Süleyman Özdemir*

GİRİŞ

Günümüzde, bireylerin ve işletmelerin daha fazla kazanma arzusu ve hırsı, bireysel çıkarların her şeyin önünde tutulması, yoğun rekabet ortamının yaşam savaşına dönüşmesi, duyarsızlık vb. nedenlerle iş dünyasında iş ahlâkına aykırı çok sayıda farklı uygulamalarla karşılaşmaktadır. Toplumda, ahlâki yapıda ve kültürel değerlerde yaşanan yozlaşmalar ve yasal düzenlemelerin yetersizliği ya da uygulamada görülen aksaklıklar da, iş ahlâki sorunlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır¹.

Daha birkaç yüz yıl öncesine kadar, hem genel ahlâk hem de iş ahlâki bakımından dünyada örnek bir toplumsal yapı oluşturmuş, çalışkan, güvenilir, adil ve sözünün eri olan milletimiz de, ne yazık ki bu değerleri muhafaza etmede çok başarılı olamamıştır. Mensubu olduğumuz İslâm dininin ahlâka verdiği öneme, gelenek ve göreneklerimize, güçlü aile yapımıza rağmen, toplumsal yaşamda, özellikle de ticari ve ekonomik faaliyetlerimizde gerekli ahlâki duyarlılığımızı kaybetmiş bulunmaktayız. Ülkemiz, iş ahlâki düzeyi bakımından, uluslararası piyasalarda notu kırık ülkeler arasında yer almaktadır. Birçok insanımız, kimilerinin adlandırdığı gibi “şark insanı” özelliklerini halen sürdürmektedir; yani bu insanlar çalışmaktan kaçmakta, işini iyi yapmamakta ve verilen işi savsaklamakta, sözünde durmamakta, fırsatçılık yapmakta, rüşvet almayı–vermeyi oldukça doğal karşılamakta, ehliyet ve liyakat yerine kayırmacılığı tercih etmektedir.

Önemli bir gelişme olarak, son yıllarda dünyada olduğu gibi, ülkemizde de iş ahlâki konusunun bilimsel çalışmalara ve araştırmalara konu edildiği, insanların bu konudaki duyarlılıklarının artırılması yönünde önemli çabaların sergilendiği gözlenmektedir. İş ahlâki duyarlılığının, günümüzün küresel dünyasında ekonomilere ve işletmelere giderek artan oranda değer kazandırdığına şahit olunmaktadır.

* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Öğretim Üyesi.
1 İGİAD, *İş Ahlâki Raporu*, İstanbul, İGİAD Yay., 2008, s. 7.

İş ahlâkı denildiğinde, sınırları oldukça geniş bir alana işaret edildiği unutulmamalıdır. Bu durum, özellikle kavramın tanımlanmasında ve boyutlarının ortaya konulmasında kafa karışıklığına yol açmaktadır. Yerli ve yabancı literatürde “iş ahlâkı” kavramı yanında, aynı konuyu ifade etmek üzere çok sayıda eş anlamlı terim kullanılmaktadır. İş ahlâkı yerine, aynı zamanda “şirket ahlâkı”, “firma ahlâkı”, “işletme ahlâkı”, “işletmecilik ahlâkı”, “ticaret ahlâkı” ve benzeri terimlerle de karşılaşmak mümkündür. Şüphesiz, “çalışma ahlâkı”, “çalışan ahlâkı”, “işveren ahlâkı”, “yönetici ahlâkı”, “esnaf ahlâkı”, “üretici ahlâkı” ve benzeri tanımlamaları da iş ahlâkı içerisinde değerlendirmek mümkündür. Bunlara ek olarak, iş ahlâkı kapsamı içinde yer alan ve konuyu tamamlayıcı özelliği bulunan çok sayıda terim daha bulunmaktadır. “Meslek ahlâkı” ve bunun alt dalları olan “pazarlama ahlâkı”, “tıp ahlâkı”, “muhasebecilik ahlâkı”, “mühendislik ahlâkı”, “basın–yayın ahlâkı”, “öğretmenlik ahlâkı” vb. terimleri de iş ahlâkının birer parçasıdır. Ayrıca, iş ahlâkının bir de kamu yönetimi boyutu vardır. O nedenle bu hususu ifade etmek üzere de “kamu yönetiminde etik” ya da “kamu hizmetlerinde etik” terimleri kullanılmaktadır. Diğer yandan, “sosyal sorumluluk” olarak ifade edilen ve iş ahlâkı kavramının bir yönünü ifade eden terim de kapsam içerisinde yer almaktadır.

Ahlâk, elbette sadece iş ya da işletme ile sınırlı değildir. Tüm bunların yanında, “birey ahlâkı”, “aile ahlâkı”, “toplum ahlâkı”, “siyaset ahlâkı” vb. çok sayıda ahlâki alan daha vardır. Ancak bunlar konumuz dışında olduğundan, bu yazıda ele alınmayacaktır.

Bu yazı, ülkemizde iş ahlâkı alanında gerçekleştirilmiş bilimsel yayınları nicel ve nitel yönleriyle incelemeyi, bu konuda yayınlanan eserlerde konunun nasıl ve hangi yönleriyle ele alındığını tespit etmeyi ve böylece ülkemizde konuya verilen önemin düzeyini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Başlangıçta, iş ahlâkı kavramına ve içeriğine oldukça genel bir düzeyde yer verildikten sonra, ülkemizde iş ahlâkı kavramının bilimsel çalışmalara ve kamuoyu gündemine ne zaman ve hangi nedenlerle girmiş olduğuna değinilecektir. Ardından, iş ahlâkı alanında yayınlanmış bulunan Türkçe (telif ya da çeviri) eserlerin (kitaplar ile bazı rapor ve dergiler değerlendirilecektir) konuya yaklaşımları, ele alış biçimleri ve katkıları değerlendirilecektir.

Literatür incelemesi yapılırken, ilgili literatür yedi başlık altında ele alınacaktır. Bu kategorizasyonun nedeni, yukarıda ifade edilen konu ile ilgili çok

sayıda kavrama bakıldığında da görüleceği üzere, iş ahlâkının tek boyutlu bir konu olmaması, konu ile ilgili farklı alt kategorilerin bulunması ve bu nedenle bu alanda önemli bir kavram kargaşasının da yaşanmakta olmasıdır. Bu nedenlerle, konu ile ilgili literatürün yedi başlık altında sınıflandırılması ve incelemenin ilgili başlıklar altında değerlendirilmesi uygun olacaktır.

I. Konu İle İlgili Terim ve Kavramlar

A. Terim Seçiminde Tartışma: “Ahlâk” mı, Yoksa “Etik” mi?

Ülkemizde son yıllarda hem “ahlâk” ve “iş ahlâkı” kavramı, hem de “etik” ve “iş etiği” kavramları kullanılmaktadır. İngilizce kaynaklı literatürde “business ethics” olarak ifade edilen terimin², Türkçe’ye “iş ahlâkı” olarak mı, yoksa “iş etiği” olarak mı çevrileceği konusunda tartışmalar bulunmaktadır. Kimi zaman “iş etiği” olarak çevrildiği gözlenirse de, Türkçe literatür incelendiğinde bu terimin Türkçe’ye daha ziyade “iş ahlâkı” olarak tercüme edildiği, orijinal dilde yazılan kaynaklarda da ağırlıklı olarak iş ahlâkı teriminin tercih edildiği gözlenmektedir. Ancak, son yıllarda literatüre eklenen yeni çalışmalarda, etik teriminin, hem iş ve meslek yaşamında, hem de siyaset ve yönetimde uyulması gereken kurallar ve ilkeler bütünü biçiminde daha yoğun olarak kullanılmaya başlandığı gözlenmektedir. Dolayısıyla, her iki terimin de eş anlamlı olarak kullanılmasında önemli bir sakınca bulunmamaktadır.

Diğer yandan, ifade edilmesi gerekir ki, etik teriminin kullanımı yanlış olmamakla birlikte, ahlâk terimine nazaran dilimize henüz yerleşmediğinden ve yaygın bir kullanıma ulaşmadığından, halkımızın büyük çoğunluğu için herhangi bir çağrışım yapmamaktadır. Toplumda, iş ahlâkını ifade etmek amacıyla “etik”, “iş etiği” ya da “işletme etiği” gibi terimler kullanıldığında, bu terimlerin ne anlama geldiği anlaşılamayacağı için, elde edilmek istenen sosyal yarar sağlanamayacaktır. Halbuki, Batılı toplumlarda etik değerlerden ya da etik işletmelerden bahsedilince, iş ahlâkı normlarından bahsedildiği toplum tarafından rahat bir şekilde algılanmaktadır.

2 “Ethics in the Work Place” (İş Yerinde Ahlâk) olarak da kullanılabilir. İş etiği kavramı, aslında “ekonomi ve iş etiği” kavramının kısaltılmış halidir.

B. Konu İle İlgili Kavramlar

Hem iş ahlâkı kavramını açıklamadan, hem de iş ahlâkı yazınında yer alan eserleri incelemeye başlamadan önce, kısa bir şekilde “ahlâk” ve “etik” kavramlarının açıklanması ve birbirlerinden farkları üzerinde durulması yararlı olacaktır.

1. “Ahlâk” ve “Etik”

a) “Ahlâk” (morality) kavramının çok farklı tanımları yapılmıştır; bu çalışmada, ahlâkı kısaca şu şekilde tanımlamak mümkündür: “Tutum ve davranışlarımızda bize rehberlik eden ilke ya da kurallar bütünü”. Bu yönüyle ahlâk, bizlere, yaşantımızın tüm alanlarında yapmamız ve yapmamamız gereken hususların neler olduğunu gösterir, diğer bir deyişle, neyin iyi ya da kötü olduğuna işaret eder. Bir başka deyişle ahlâk, insanların birbirleriyle ya da devletle olan ilişkilerinde ortaya çıkan ve insanlardan “yapmaları istenen” davranışlar ve eylemlerdir.

b) “Etik” (ethics) ise, ahlâktan daha farklı bir kavramdır. Türkçe’ye daha ziyade ahlâk felsefesi ya da ahlâk bilimi olarak çevrilmektedir (Ahlâk felsefesi, insan yaşamındaki değerler, ilkeler ve yargıları inceleyen felsefe dalıdır). Etik, bir olgu olan ahlâktan farklı olarak, bu olgunun araştırılmasını ve böylece ahlâki açıdan insanlar için nelerin doğru ve nelerin yanlış olduğuna dair ilkelerin belirlenmesini irdeler³.

2. “İş Ahlâkı”nın Üç Temel Ögesi: “Çalışma Ahlâkı”, “Meslek Ahlâkı” ve “İşletmecilik Ahlâkı”

İş Ahlâkı kavramı, altında alt kavramlar barındıran bir çerçeve kavram olarak görülmelidir. İş ahlâkını anlamak için öncelikle şu kavramların anlaşılması lazımdır:

- Çalışma ahlâkı (work ethics)
- Meslek ahlâkı (professional ethics)
- İşletmecilik ahlâkı (business organizations’ ethics)

3 İGİAD, a.g.e., s. 15-16.

İş ahlâkı, her üç kavramı içinde barındırmaktadır⁴.

a) “Çalışma ahlâkı”; bir toplumda yaşayan bireylerin çalışmaya ve işe karşı sahip oldukları tutum ve davranışlarını ifade etmektedir. Toplumların işe yönelik tutumları birbirlerinden farklı olabileceği gibi, aynı toplumun değişik tabakaları arasında da farklılıklar bulunabilmektedir. Bazı toplumlarda çalışkanlık ve işe/çalışmaya atfedilen önem son derece yüksekken, bazı toplumlarda ise tembellik ve işten kaçma/kaytarma ana karakteristik olarak ortaya çıkmaktadır. Bireylerin iş ve çalışmaya bakışlarında, toplumların kültürel yapılarının çok etkili olduğu, kültürel değerlerin birer taşıyıcısı durumunda olan ailelerin, bu kodları gelecek nesillere de benzer şekilde aktardıkları bilinmektedir. Ancak, toplumların belli yönlerde eğitilebilir oldukları ve negatif bazı özelliklerinin eğitim yoluyla değiştirilebilir oldukları da unutulmamalıdır⁵.

Dinlerin çalışma ahlâkına bakışlarında da farklılıklar bulunmaktadır. Başlangıçta Hıristiyanlıkta çalışma ve ticaret pek hoş karşılanmazken, zaman içinde özellikle Protestan mezhebinde çalışma bir ibadet olarak kabul edilmiştir. İslam dini de çalışmaya oldukça önem vermiş, çalışmayı ibadet olarak kabul etmiştir.

b) “Meslek ahlâkı” na gelince; bir mesleğin mensuplarının izlemesi gereken ahlâki ilkelere işaret etmektedir. En eski mesleklerden bir tanesi olan doktörlük mesleğinin nasıl ki Hipokrat Yemini varsa, ki bu yemin ile doktorlar mesleklerini icra ederlerken nasıl davranacaklarını belirten meslek ahlâki ilkeleri ile bağlıdırlar, avukatlar, muhasebeciler gibi birçok mesleğin de benzer ilkeleri vardır (Tıp iş ahlâkı, pazarlama iş ahlâkı, muhasebecilik iş ahlâkı, mühendislik iş ahlâkı vb.).

Çalışma ahlâkı ve genel olarak iş ahlâkı ilkeleri ülkeden ülkeye, kültürden kültüre farklılıklar taşırken, meslek ahlâkı ilkeleri genelde tüm dünyada benzer özelliklere sahip bulunmaktadır ve bir mesleğin icrasında uyulması gereken genel kurallara işaret etmektedir.

c) “İşletmecilik ahlâkı” ise; meslek ahlâkı gibi bireysel değil, işletme olarak kurumun sahip olduğu ahlâki ilkelerdir. Ekonomik alanda faaliyet gösteren her bir işletmenin kendine özel ahlâki ilkeleri, değerleri, normları vardır. İş-

4 Çalışmanın ilerleyen sayfalarında, bu üç kavramı ayrı ayrı kullanmak yerine, hepsini kapsayan bir üst kavram olarak “iş ahlâkı” terimi kullanılacaktır.

5 Mahmut Arslan, *İş ve Meslek Ahlâkı*, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2005, s. 107–108.

letmeler, hem çalışanlarına, müşterilerine ve tedarikçilerine karşı ahlâki sorumluluk duygusu ile hareket etmesi gerekirken, hem de toplumun tümüne ve içinde buldukları doğal çevreye (çevre ahlâkı) karşı sorumluluk sahibidirler. İşletmecilik ahlâkına örnek verilecek olunursa; işe alımlarda ayrımcılık yapılması, tüketici haklarına aykırı işlemler, üretim sırasında çevreye verilen zararlar vs. tüm bunlar işletmecilik ahlâkına aykırı davranışlar sonucunda ortaya çıkmaktadır⁶.

3. “İş Ahlâkı”

“*İş ahlâkı*” (business ethics) kavramı ise, ahlâk normu ve kurallarının iş yaşamında işletmelerde de uygulanmasını ifade eden bir olgudur. “İş ahlâkı, iş dünyasındaki mal ve hizmet üretim, satış ve tüketim sürecindeki doğrular ve yanlışları ifade eder. Neyin doğru, neyin yanlış olduğu konusu ahlâki bir konudur. İş dünyasında doğru davranışlar ve eylemler olacağı gibi, yanlış davranışlar ve eylemler de bulunmaktadır. İş ahlâkının amacı, sadece felsefi analizler yapmak demek değildir. Ekonomik faaliyetlerin toplum için hayati önemde olması, ekonomik yaşamda ahlâki sorunlarının önemini daha da artırmaktadır”

Kimileri iş ahlâki kavramını Plato ve Aristo’ya kadar götürse de, kavramın yirminci yüzyılın bir ürünü olduğunu söylemek daha isabetli olacaktır.

Her üç kavramı göz önünde tutarak, “*is ahlâkı*” nı tanımlamak gerekirse; ekonomik faaliyetlerle ilgili olması dolayısıyla insanlık tarihi kadar eski olan iş ahlâkının, iş yaşamında karşılaşılan tüm ahlâki sorunlarla ilgilendiği görülecektir.

İş ahlâkının iş yaşamında kimleri kapsadığı ifade edilecek olunursa; iş ahlâkı, aşağıda yer alan şu gruplar arasındaki ilişkileri içermektedir:

- İşletmeler arasındaki ilişkiler,
- İşletme yöneticileri ile çalışanları arasındaki ilişkiler,
- İşletme çalışanlarının kendi aralarındaki ilişkiler,
- İşletme ile müşterileri arasındaki ilişkiler,
- İşletme ile tedarikçiler arasındaki ilişkiler,

6 A.e., s. 108, 132.

- İşletme ile kamu yönetimleri arasındaki ilişkiler,
- İşletme ile çevresel faktörler arasındaki ilişkiler ve
- İşletme ile diğer kuruluşlar (kredi kurumları, sendikalar, sivil toplum örgütleri vb.) arasındaki ilişkiler.

Bu ilişkilerin her birinde, iş ahlâkı bakımından sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu sorunların varlığı, iş ahlâkının bir disiplin dalı olarak ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. İş ahlâkı, bu yönleriyle uygulamalı bir ahlâk türüdür.

Ahlâkın ve özellikle iş ahlâkının, iş yaşamının düzenlenmesinde çok önemli katkıları bulunduğu bir gerçektir. İş ahlâkı ilkeleri, yasal düzenlemelerle birlikte iş yaşamında hem kötü tutum ve davranışlara/eylemlere engel olur, hem de yasal düzenlemelerden farklı olarak iyi eylemleri de teşvik eder⁷.

Diğer yandan, “iş ahlâkı”nı “*normatif iş ahlâkı*” ve “*betimleyici iş ahlâkı*” olarak ikiye ayırmak uygun olacaktır. Normatif olan, “iş ahlâkına uygun davranışların neler olması gerektiği konusunu inceler ve iş ahlâkı ilkelerinin (codes of conduct) belirlenmesi üzerine çalışır.” Betimleyici olan ise, “iş dünyasında olması gereken davranışları değil, varolan ahlâki sorunları ve bu konudaki tutum ve davranışları ortaya çıkarmak üzere yoğunlaşır”⁸.

İş ahlâkı kurallarının bir kısmına uymak yasal olarak zorunluluk iken ve uymamanın cezai karşılığı bulunurken, çoğunlukla iş ahlâkı kurallarına uyma konusu vicdani bir sorumluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. O nedenle, genel olarak ya da işletmeler bazında iş ahlâkı kural ve ilkelerinin tespit edilmesi ve yazılı hale getirilmesi her zaman için çözüm olmamaktadır. Bu ilkelerin, toplumda ve çalışan-çalıştıran (işçi-işveren) kesimde içselleştirilmesi, yani gönüllere indirilmesi gerekmektedir. Bu olmadığı takdirde, ilkeler yazılı bir metnin ötesine geçemeyecektir.

II. Dünya’da ve Türkiye’de İş Ahlâkı

Gerçekte, ahlâk ve iş ahlâkı konuları insanlık tarihi kadar eskidir. Hamurabi yasalarından günümüz yasalarına ve en son tarihli gazetelerde yayınlanan haberlere bakıldığında, iş yaşamında açgözlü, aldatıcı ve adaletsiz uygulama-

7 İGİAD, a.g.e., s. 12, 17.

8 Arslan, a.g.e., s. 4-7.

ların oldukça yaygın olduğu görülmektedir. İster Mezopotamya, ister İstanbul, isterse New York olsun, adil olmayan yollardan para elde etmeye çalışan insanlar her zaman vardır, ancak aynı zamanda bu durumdan şikayeti olan insanlar da vardır. Dolayısıyla, iş ahlâkı konusunun insanoğlunun doğası ile ilgili bir konu olduğu ve her zaman için gündemde olacağı söylenebilir⁹.

A. Dünya’da İş Ahlâkına Olan İlginin Artışı

Konu eski olmasına karşın, iş ahlâkı ile ilgili çalışmaların tarihçesi oldukça yeni sayılır. Gelişmiş bir ülke olan ABD’nde iş ahlâkına olan ilginin 1960’lı yıllarda doğduğu görülmektedir. Bu tarihten itibaren konuya olan ilgi eksilmiştir. Bu ilgi, 1980’li yıllara gelindiğinde iyice artmıştır. Bu konu, ilk önce 1960’lar ve 1970’lerde özellikle ABD’de “şirketlerin sosyal sorumluluğu” başlığı altında gündeme gelmiş, 1980’lerde ise gerek ABD gerekse de diğer pek çok ülkede “iş ahlâkı–iş etiği” başlığı ile ele alınmaya başlanmıştır. ABD’de ve onu takiben birçok gelişmiş ülkede, çok sayıda konferans düzenlenmiş, kitaplar basılmış, iş ahlâkı/etiği ile ilgili dergiler yayımlanmış, işletmeler yazılı ya da sözlü iş ahlâkı kodları (codes of conduct) geliştirmiş ve de başta işletme fakülteleri ve işletme lisansüstü programları olmak üzere birçok fakültede ders programlarına iş ahlâkı dersleri eklenmiştir¹⁰.

Berlin Duvarı’nın yıkılışı ve ardından Merkezi ve Doğu Avrupa’da piyasa ekonomisi oluşturma çabaları, ABD’deki Enron ve WorldCom skandalları ile Avrupa’daki Parmalat skandalı, dünyada ticaret ve arz zincirinin hızlı bir şekilde uluslararasılaşması, küresel iklim değişiminin beraberinde getirdiği aciliyet, tüm bunlar bir arada düşünüldüğünde, konuyu analiz ve kritik etme ve etik açıdan iş âlemini ve ekonomik aktiviteleri reform etme amacıyla konuya daha fazla eğilme gereği ortaya çıkmıştır. Yaklaşık 20 ya da 30 yıldır, akademik bir çalışma alanı olan iş ahlâkı konusunda önemli oranda gelişme sağlanmıştır. İş ahlâkı ile ilgili olarak sadece iş dünyasının aktörlerinden ya da akademisyenlerden değil, danışmanlardan, sivil toplum kuruluşlarından, politikacılardan ve daha çok sayıda kesimden sesler yükselmektedir¹¹.

İş etiğine olan ilginin artışında, piyasalarda yaşanan değişim yatmaktadır. Ekonominin giderek gelişmeye başladığı bu yıllarda, işletmeler büyümek-

9 Robert E. Frederick (editor), *A Companion to Business Ethics*, Massachusetts–USA, Blackwell Publ., 1999, p. viii.

10 Suna Tevrüz (Editör), *İş Hayatında Etik*, İstanbul, Beta Yay., 2007, s. 4.

11 Christopher J. Cowton and Michaela Haase, *Trends in Business and Economic Ethics*, (editors: Christopher J. Cowton, Michaela Haase), Berlin, Springer Publ., 2008, p. 1.

te, birbirleriyle birleşmekte ve çokuluslu işletmelerin sayısı artmaktadır. Bu değişim ve dönüşüm ortamında, toplumda var olan ahlâki gelenek giderek yıpranmış; bu durum, etik ve iş ahlâki konularının toplumun gündemine girmesine ve tartışılmasına zemin hazırlamıştır¹².

Özellikle yirmi birinci yüzyılın ilk yılları, etikle ilgili konuların en yoğun olarak konuşulduğu yıllardır. 2000’li yıllardan sonra ortaya çıkan işletme skandalları ve hatta şu an itibariyle içinde yaşıyor olduğumuz ve kimi yazarlarca 1929 Dünya Bunalımı’ndan daha büyük olarak ifade edilen 2008 Ekonomik Krizi, birçok kişinin iş ahlâki konusuna olan ilgisini artırmış gözükmektedir. Günümüzde iş ahlâkına olan ilginin tahminlerin ötesinde artışı nedeniyle, işletmelerini tehlikeden uzak tutmak için dürüst yöneticiler, ahlâki değerlerin organizasyonlarında desteklenmesi için zaman, çaba ve para harcamaya hazır gözükmektedirler. İşletmelerin iş ağlarına sürekli olarak bağlı kalabilmesi için, iş ahlâkına yatırım yapmaları neredeyse bir gerek haline gelmiştir.

Bu bağlamda, iş ahlâki eğitimi hem özel hem de kamu kuruluşlarında ön plana çıkmıştır. Birdenbire herkes elemanlarına iş ahlâki eğitimi vermenin önemini kavramış gözükmektedir. İş Ahlâki eğitimi, dürüstlük ve güvenilirliği inşa etmekte, sorumlu davranışları teşvik etmekte, ahlâki konuları iş dünyasının gündemine yerleştirmektedir. Ahlâk eğitiminin, çalışanların morallerinde artış, personel devir oranında düşüş ve işletme itibarında yükseliş şeklinde yararları bulunmaktadır¹³.

B. Türkiye’de İş Ahlâkının Yeniden Keşfi

Bir zamanlar iş ahlâkının en üst düzeyde uygulayıcısı olan biz Türkler, aşağıdaki sayfalar okunduğunda daha açık bir şekilde görüleceği gibi, bugün ne yazık ki, iş ahlâki konusuna hem uygulama¹⁴ hem de literatür boyutları itibariyle çok yabancıyız. Batı dünyasının özellikle 1960–70’li yıllardan itibaren iş ahlâki konusuna hem iş yaşamında hem de bilimsel çalışmalarda verdiği önem, ülkemize ancak 1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren, yani son 10–15 yıl içerisinde yansımış bulunmaktadır. Ancak, bu konuda kat edilecek daha çok uzun bir yol vardır. Bugüne kadar bizde gerçekleştirilen çalışmalara

12 Tevrüz, a.g.e., s. 5.

13 Mollie Painter-Morland, “Introduction: The Dissociation of Ethics from Practice”, **Business Ethics as Practice: Ethics as the Everyday Business of Business**, Cambridge-UK, Cambridge University Press, 2008, pp. 1–2.

14 Kanuni Sultan Süleyman’ın dönemini takiben giderek yozlaşmaya ve bozulmaya başlayan toplumsal yapı, ne yazık ki bu tür hassalarını kaybetmiş, iş ahlâkına oldukça yabancılaşmış bulunmaktadır.

rın ne adedi ne de niteliği henüz yeterli düzeye ulaşamamıştır. Üniversiteler de, işletme fakülteleri ve bir miktar diğer fakülteler dışında, her nedense iş ahlâkı konusuna karşı çok fazla ilgili olmamışlardır¹⁵.

Bu konuya sivil toplum kuruluşlarının ilgisi de çok zayıf kalmıştır. Konu ile ilgili faaliyetleri olan çok az STK mevcuttur. Bunlardan bir tanesi, 2001 yılında İstanbul’da kurulan TEDMER (Türkiye Etik Değerler Merkezi Vakfı)’dir. İş ahlâkı alanında araştırmalarda bulunan TEDMER’in, 2002, 2005, 2007 ve 2008 yılında yayınlanmış 4 adet araştırması mevcuttur. Merkez, araştırmalarını “Etik Barometre Araştırması” adıyla yayınlamaktadır¹⁶. Diğer bir kuruluş ise, 2003 yılında faaliyete başlayan İGİAD (İktisadi Girişim ve İş Ahlâkı Derneği)’dir. İGİAD, 2008 yılında “İş Ahlâkı Dergisi” adıyla bir dergiyi yayın hayatına başlatmış, ayrıca bir de 2008 İş Ahlâkı Raporu yayınlamıştır. Rapor, iş ahlâkı ile ilgili geniş kapsamlı bir alan araştırmasına dayanmaktadır¹⁷.

Bu konuda birer alan araştırması bulunan iki kurum daha vardır. Bunlar da TÜGİAD (Türkiye Genç İşadamları Derneği – 1986) ve TÛSİAD (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği – 1971)’dir. TÜGİAD, “İş Ahlâkı ve Türkiye’de İş Ahlâkına Yönelik Tutumlar” adıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. TÛSİAD’ın da iş etiği ile ilgili araştırması ve yayınları bulunmaktadır. Bir başka kurum Başbakanlığa bağlı olarak faaliyet gösteren Kamu Görevlileri Etik Kurulu’dur. 2004’te oluşturulan bu kurul ile, kamu yönetimi de etik konularına önem verdiğinin altını çizmiştir¹⁸.

2001 yılında bir de üniversite bünyesinde HÜEM (Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi) adıyla bir kurum daha yaşam bulmuştur¹⁹. Toplumsal Etik Derneği ise, diğerlerine nispeten daha genç bir dernektir²⁰. Görüldüğü üzere, Türkiye’de bu alanda faaliyette bulunan kuruluşların neredeyse tümünün mazisi çok yenidir.

15 Tevrüz, a.g.e., s. 5.

16 (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr>.

17 (Çevrimiçi): <http://www.igiad.com>.

18 (Çevrimiçi): <http://www.basbakanlik.gov.tr/etik>.

19 (Çevrimiçi): <http://www.huem.hacettepe.edu.tr>.

20 (Çevrimiçi): <http://www.toplumsaetik.org.tr>.

C. İş Ahlâkının Artan Öneminin Nedenleri

İş ahlâkı ve sosyal sorumluluk gibi kavramların yakın zamanda yeniden itibar görmeye başlamasının gerisinde, elbette bu konularda yaşanan tekâmül ve gelişme yatmaktadır. Ancak, geri planda, çok fazla öne çıkmamış bir neden daha bulunmaktadır. İşletmeler, daha fazla kâr elde edebilmek için, gelişim seyrine ve günün koşullarına uygun olarak farklı yöntemlerden yararlanabilmektedir. Bu iki kavrama atfedilen önemin artışında, bunların işletmelere artı değer olarak geri dönüşünün çok büyük etkisi bulunmaktadır.

Çok sayıda yazar tarafından ileri sürüldüğüne göre, kapitalizm, her zaman verimliliği ve kârını nasıl artırabileceği arayışında olmuştur. Bu arayış sonucunda, insanların işe yönelik tutum ve davranışlarını araştıran ve inceleyen çok farklı görüşler ve düşünce ekolleri ortaya çıkmış ve yeni yönetim teknikleri ve yöntemleri benimsenmiştir.

Sanayi döneminde öne çıkan yöntemler ile sanayi sonrası dönemde ortaya çıkan yöntemler arasında çok ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Sanayi döneminde, öncelik çalışanların maddi koşullarının iyileştirilmesine verilmiş ve maddi koşullarda sağlanacak gelişmelerin sonucu olarak verimlilikte artışın gerçekleşeceği öngörülmüştür. Bu amaçla, ücretler artırılmış, çalışma ortamları iyileştirilmiş, teşvik edici ücret sistemleri geliştirilmiş, kâra ve yönetime katılma gibi önlemler yaşama geçirilmiştir. Ancak, bu önlemlerin sanayi-ötesi toplumlarda işe yaramadığı anlaşılınca, yeni dönemin koşullarına uygun şekilde insanın sosyo-psikolojik özelliklerini de dikkate alan, örgüt kültürüne dayalı yeni yönetim teknikleri geliştirilmiştir. Bu yolla, işletmeler çalışanlarını daha fazla önemsemiş, çalışanlar da işletmelerine daha çok bağlanmıştır. 1960'lı yıllardan itibaren de, artan iş ahlâkına aykırı uygulamalar ve suistimaller sonucunda işletmeler "iş ahlâkı" üzerinde durma gereğini hissetmişlerdir. Burada da temel motif, işletmenin varlığını devam ettirmek ve verimde artış elde etmektir. Yeni dönemde, iş ahlâkı kurallarına uygun davranmayan işletmeler, bunlar tarafından üretilen mal ve hizmetler satın alınmayarak toplum tarafından cezalandırılırken, iş ahlâkı ilkelerine uygun davranan işletmeler ise ödüllendirilmektedir.

Burada özellikle altı çizilmesi gereken husus, çalışanlara yönelik tüm bu araştırmaların ve incelemelerin odak noktasında, verimliliğin ve dolayısıyla kârların nasıl daha fazla artırılacağı düşüncesi yatmaktadır. Yani, hem sanayi döneminde hem de sonrasında tüm bu düşünce ekollerinde insana bir amaç

olarak değil, daha çok bir “araç” olarak yaklaşmıştır.

Oysa, Batı toplumlarındaki lonca sistemi, özellikle de Osmanlı toplum yapısının önemli bir parçası olan Ahi Teşkilatı incelendiğinde açık bir şekilde görülecektir ki, sanayi öncesi geleneksel toplumlarda insana daha çok bir “amaç” gözüyle bakılmıştır. “Bu geleneksel kuruluşlar hem iyi bir kurum kültürü ve hem de gerçek anlamda iyi bir iş ahlâkı sistemi oluşturmuşlar, sosyal adaleti ve dolayısıyla sosyal ve çalışma barışını birlikte gerçekleştirmişlerdir”²¹.

Günümüz toplumlarında ve iş dünyasında iş ahlâkına uygun davranış ve tutumlar sergilemek o kadar önemsenir hale gelmiştir ki, kuruluşlar, işletmeler artık kârları, bilânçoları, ciroları gibi finansal güçleri paralelinde değil; duyarlılıkları, yardımseverlikleri, dürüstlükleri, itibarları vb. niteliklerine bağlı olarak toplumda sahip oldukları imajları/görüntüleri nedeniyle, yani benimsedikleri iş ahlâkı ilkeleri ve uyguladıkları sosyal sorumlulukları bağlamında değerlendirilir hale gelmiştir.

Çevreye karşı duyarsız olan, çalışanlarına haksız davranışlarda bulunan, yanıltıcı reklam veren işletmelerin, ister özel sektörde, ister kamu sektöründe olsun, bu davranışlarından ötürü toplum nezdindeki değeri/itibarı azalmakta, hatta bunlar toplum tarafından cezalandırılmaktadırlar. Bu kuruluşların ürettiği mal ve hizmetlere olan talep azalmakta, hisse senetlerinin değeri düşmekte, kalifiye insangücü açısından cazip bir işyeri olmaktan çıkmakta, devletin ilgili birimlerince kara listeye alınmakta, medyanın hedefi haline gelmektedirler. İş ahlâkına uygun davranmayan işletmelerin karşı karşıya kalmış olduğu tehlikenin boyutları bu denli geniş olunca, bu kuruluşlar artık dış bir denetime ya da müdahaleye gerek kalmadan, kendi denetimlerini kendileri yapmaktadırlar.

III. Türkiye’de İş Ahlâkı Literatürü ve Değerlendirilmesi

Dünyada yaklaşık 50 yıldır gündemde olan iş ahlâkı konusu ile ilgili literatür hacim ve önem itibarıyla giderek zenginleşmiştir. Geçmiş bu kadar geriye gitmese ve nitel ve nicel olarak henüz yeterli bir düzeye erişememiş olsa da, ülkemizde de son 15 yıl içerisinde bu konuda çeşitli türde yayınlar gerçekleşmiştir. Türkiye’de iş ahlâkı/iş etiği (aynı zamanda da ahlâk/etik) ile ilgili

21 Sedat Murat, “Loncalar ve Ahilikten Sanayi Devrimine, X ve Z Teorilerinden İş Ahlâkına: İnsan Araç mı Yoksa Amaç mı?”, (Yayınlanmamış Ders Notları), İstanbul, 2008, s. 5-6.

çalışmaların hacmi, ne yazık ki zengin Batı literatürü ile karşılaştırıldığında oldukça cılız kalmaktadır. Bugüne kadar iş ahlâkı alanında yayınlanan eserlerin sayısı çok sınırlıdır ve neredeyse teker teker sayılabilecek durumdadır. Bu çalışmada, özellikle telif kitap, çeviri kitap, dergi, rapor gibi yayınların neredeyse tümüne ulaşılmış ve bunların bir kısmının değerlendirilmesi yapılmıştır. Bunların dışında, makaleler, tezler, gerçekleştirilen seminer ve konferanslar yanında, sınırlı sayıda da olsa internet siteleri mevcuttur. Ne var ki, ikinci grupta yer alan bu çalışmalar, bu yazının kapsamı dışında bırakılmıştır.

Bugüne kadar Türkiye’de iş ahlâkı literatürünü topluca değerlendiren, bu alandaki yayınları ve araştırmaları inceleyen bir literatür araştırması gerçekleştirilmemiştir. Bu çalışma ile bu boşluğun kısmen doldurulması amaçlanmıştır. Böylece, iş ahlâkı alanına ilk kez adım atacak olan araştırmacılar, konunun boyutlarını daha iyi algılayacak ve sınırlı da olsa çalışmalarında kendilerine yol gösterecek bir yol haritasına sahip olacaklardır.

İş ahlâkı literatürü değerlendirilirken çeşitli yöntemler kullanmak mümkündür. Literatür, öncelikli olarak ikiye ayrılabilir: 1) Normatif iş ahlâkı literatürü, 2) Uygulamalı (ampirik) iş ahlâkı literatürü. Bir başka ayırım; 1) Ulusal iş ahlâkı literatürü, 2) Uluslararası iş ahlâkı literatürü (özellikle ABD ile ilgili yayınlar, bu alandaki çalışmaların çoğunluğunu oluşturmaktadır) şeklinde olabilir. Yine, yayınların türüne göre de bir sınıflandırma yapmak mümkündür: 1) Kitaplar, 2) Tezler, 3) Raporlar, 4) Makaleler, 5) Diğer. Bunun dışında, 1) Akademik iş ahlâkı literatürü, 2) Akademi dışı iş ahlâkı literatürü, tarzında bir ayırım da mümkündür.

Bir başka ayırım, ki bu çalışmada bu sınıflandırma kullanılacaktır, konunun kapsamı itibariyle yapılabilir: 1) Ahlâk/etik ile ilgili genel literatür, 2) İş Ahlâkı/iş etiği ile ilgili literatür, a) İşletmecilik ahlâkı literatürü, b) Meslek ahlâkı literatürü, c) Çalışma ahlâkı literatürü, 3) Sosyal sorumluluk ile ilgili literatür, 4) Çevre ve iş ahlâkı ile ilgili literatür, 5) Kamu Yönetimi ve iş ahlâkı ile ilgili literatür, 6) Dini değerler ve iş ahlâkı ile ilgili literatür, 7) Ahi–Lonca teşkilatları ve iş ahlâkı ile ilgili literatür.

Türkiye’deki iş ahlâkı literatürü, aşağıdaki sayfalarda, alt başlıklar dahil olmak üzere, 10 başlıkta ele alınmakta ve her birinin altında ilgili konuda yayınlanmış kitap, tercüme kitap, dergi ve raporlara ilişkin yayın bilgileri sıralanmaktadır. Konuyla doğrudan ilgisi dolayısıyla, iş ahlâkı, işletmecilik ahlâkı, meslek ahlâkı ve çalışma ahlâkı başlıkları altında, literatürde yer alan

eserlerin neredeyse tümüne yer verilmiş, diğer başlıklar açısından ise, mevcut yayınların içinden bu çalışmanın amacına daha uygun olanlar seçilmiştir. Eserler, alfabetik sıralamaya uygun olarak dizilmiştir. Bu eserlerden bir kısmı kısa bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

A. Ahlâk / Etik İle İlgili Genel Literatür

Ahlâk ve etik ile ilgili genel yayınların sayısı burada olanlardan çok daha fazladır. İş ahlâkı ile ilgili konuları daha iyi anlamak ve konuya vakıf olabilmek için, bu nitelikteki eserlerin de okunmasının yararlı olacağı düşüncesiyle, mevcut literatür içinden bir seçim yapılmıştır.

Bu yayınlar içerisinde, Ahmet Cevizci tarafından hazırlanan kitap en kapsamlı olanıdır. Yazar kitabında, etiğin ne olduğundan başlayıp, daha ziyade etik tarihçesi ve teorileri ile ilgilenmektedir. Yine, kitabı Türkçeye çevrilen Alasdair MacIntyre da, etiğin tarihçesi ve etik konusu ile ilgilenen filozof, din adamı ve ekollere kitabında geniş bir yer ayırmıştır. Bu başlık altında bahsedilmesi gereken bir başka eser ise, ülkemizin önemli bilim ve fikir adamlarından Sabri F. Ülgener'e aittir. İlk kez 1951'de yayınlanan bu eseri ile, Ülgener ülkemiz bilim dünyasında haklı bir şöhret elde etmiştir. Ülgener temel olarak iki konu üzerinde durmuştur. Bunlar; Ortaçağ iktisat ahlâkı ve ardından yaşanan çözülme döneminin zihniyet yapısıdır. Genel ahlâk ve etik konularında çalışanların yararlanabilecekleri bazı yayınlar aşağıda sıralanmıştır:

- Ahmet Cevizci, *Etiğe Giriş*, İstanbul, Paradigma Yayınları, 2008.
- Alasdair MacIntyre, *Ethik'in Kısa Tarihi: Homerik Çağdan Yirminci Yüzyıla*, (Çeviri: Hakkı Hünler), İstanbul, Paradigma Yayınları, 2001.
- Ayşe Sıdika Oktay, *Kınalızade Ali Efendi ve Ahlâk-ı Alai*, İstanbul, İz Yayıncılık, 2005.
- Francisco Vergara, *Liberalizmin Felsefi Temelleri, Liberalizm ve Etik*, (Çeviren: Bülent Arıbaş) İstanbul, İletişim Yayınevi, 2006.
- Haydar Nakvi, *Ekonomi ve Ahlâk*, İstanbul, İnsan Yayınları, 1985.
- Max Weber, *Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhu*, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2002.
- Ömer Demir, *İktisat ve Ahlâk*, Ankara, Liberte Yayınları, 2003.

- Recep Kaymakcan, Mevlüt Uyanık (Editör), *Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk*, İstanbul, DEM (Değerler Eğitimi Merkezi) Yayınları, 2007.
- Sabri F. Ülgener, *İktisadi Çözülmenin Ahlâk ve Zihniyet Dünyası (Fikir ve Sanat Tarihi Boyu Akisleri İle Bir Portre Denemesi)*, İstanbul, Derin Yayınları, 2006.

B. İş Ahlâkı / İş Etiği İle İlgili Literatür

Bu başlık altında, Türkiye’de yayınlanan iş ahlâkı literatürüne dair eserler yer almaktadır. Elinizde tuttuğunuz bu kitabın yanısıra, Mahmut Arslan ve Şevki Özgener tarafından kaleme alınan iki eser, Türkiye’de bu alanda bugüne kadar yazılan en kapsamlı eserler olma niteliğine sahiptir; iki yazar da iş ahlâkı literatüründe en çok tanınan ve atıf alan yazarların başında gelmektedir, iş ahlâkını özümsemiş ve başarılı bir şekilde ele almışlardır. Her iki kitap da, üniversitelerin iş ahlâkı derslerinde temel kaynak olarak kullanılmayı hak edecek niteliğe sahiptir. Yine İGİAD’ın İş Ahlâkı Raporu ile ikinci sayısı çıkan İş Ahlâkı Dergisi de bu alanın önemli yayınlarının başında gelmektedir. Her ne kadar, TEDMER tarafından gerçekleştirilen alan araştırmaları kitap ya da rapor formatında olmasa da, bu makalede muhakkak isimlerinin geçmesi arzu edilmiştir.

Aşağıdaki yayınların hepsinin teker teker değerlendirilmesi bu makale kapsamında mümkün olmayacağından, bunlardan yalnızca dört tanesinin değerlendirilmesiyle yetinilecektir.

İş ahlâkı literatürünün önemli yazarlarından Mahmut Arslan, ilk kez 2001 yılında yayınladığı kitabını geliştirerek 2005 yılında bir kez daha yayınlamıştır. Aslında bu kitapta yer alan konular, aşağıdaki başlıklardan üçünü daha ilgilendirmektedir. Bu başlıklar; çalışma ahlâkı, meslek ahlâkı ve işletme ahlâkıdır. Yazar, iş ahlâkı kavramı altında yer alan temel üç kavramı da iş ahlâkı kavramının yanında ayrıntılı bir şekilde incelemektedir. Bu kitabın, Türkçe literatürde iş ahlâkını en ayrıntılı ve en kapsamlı bir şekilde ele alan eser olduğu ifade edilebilir. Üç bölümden oluşan kitabın birinci bölümünde ahlâk kavramına ve ahlâk teorilerine, iş ahlâkı kavramına ve tarihsel gelişimine ve iş ahlâkının sosyal sorumluluk kavramıyla ilişkisine yer verilmiştir. İkinci bölümde çalışma ahlâkı ve meslek ahlâkı birlikte ele alınmış, bu bölümde ayrıca meslek ahlâkı ile bağlantısı dolayısıyla Ahi Teşkilatı ve sahip

olduğu meslek ahlâkı değerlerine de yer verilmiştir. Son bölümün konusu ise işletmecilik ahlâkına ayrılmıştır. İşletmelerin kendi çalışanlarına, tüketicilere, işletmenin diğer paydaşlarına ve çevreye karşı olan sorumluluklarına, iş ahlâkı bağlamında ayrıntılı bir şekilde yaklaşılmıştır.

Orijinali doktora tez çalışması olarak kaleme alınan şevki Özgener'in kitabı altı bölümden oluşmaktadır. 2004 yılında yayınladığı kitabıyla, Türkçe iş ahlâkı literatürüne önemli bir katkıda bulunan yazar, her ne kadar kitabın başlığına yansıtmamış olsa da, eserinde iki konuyu birlikte ele almaktadır. Kitabın ilk yarısı, ahlâk ve iş ahlâkı konularına, diğer yarısı ise sosyal sorumluluk konusuna ayrılmıştır. Dolayısıyla, bu kitabın sosyal sorumlulukla ilgili literatür değerlendirilmesi bahsi incelenirken bir kez daha hatırlanması uygun olacaktır. Bu kitapta farklı bir konu olan sosyal sorumluluğa bu hacimde yer verilmesinin ne kadar uygun olduğunu sorgulamak da herhalde yararlı olacaktır. Kitabın ilk bölümünde öncelikle ahlâk konusu bir bilim dalı olarak ele alınmakta ve diğer bilimlerle ve sistemlerle ilişkisi üzerinde durulmaktadır. İkinci bölümde, geniş bir şekilde hem teleolojik hem de deontolojik ahlâk teorileri ele alınmaktadır. Üçüncü bölümün konusu, iş ahlâkı kavramının tanımlanması ve iş ahlâkının dünyada ve Türkiye'de tarihsel gelişimidir. Dördüncü bölüm ise, işletmelerde ahlâk yönetiminin nasıl olacağına, ahlâk yönetimi ilkelerinin belirlenmesine ve ahlâk yönetiminin kurumsallaştırılmasına ayrılmıştır. Kitabın diğer yarısında, az önce ifade edildiği gibi, geniş bir şekilde sosyal sorumluluk konusu yer almaktadır. Beşinci bölüm, sosyal sorumluluk kavramının tanımı ile başlamakta, tarihsel gelişimi ile devam etmektedir. Son bölüm ise, işletmelerde sosyal sorumluluğunun yönetimine ayrılmıştır.

Bu başlık altında değinilecek bir başka eser, İGİAD'ın 2008 yılının sonuna doğru yayınladığı İş Ahlâkı Raporu'dur. Raporun hazırlayıcılarından olan Ömer Torlak'ın bu alanda çok önemli başka yayınları da bulunmaktadır. Örneğin meslek ahlâkı başlığı altında yer alan "Pazarlama Ahlâkı" kitabı, Torlak'ın literatüre kazandırdığı çok kapsamlı ve öncü çalışmalardan bir tanesidir. İGİAD'ın raporu, aslında bir alan araştırmasına dayalı olarak ortaya çıkmıştır ve iş ahlâkı alanında gerçekleştirilen ender uygulamalı çalışmalardan bir tanesidir. Rapor iki kısımdan oluşmuştur. Raporun üçte biri, iş ahlâkı ile ilgili kavramlara, tarihsel gelişime ve iş dünyasında iş ahlâkı uygulamalarına değinirken, üçte ikisi ise gerçekleştirilen alan araştırmasının sonuçlarının değerlendirildiği ve yorumlandığı bölümden oluşmuştur. Bu araştırmayla, kabaca iş ahlâkına uygun davranışların oluşmasında hangi faktörlerin etkili

olduğu ve de iş yaşamında karşılaşılan problemlerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmış, ardından sonuç ve önerilerle rapor tamamlanmıştır.

Elinizde tuttuğunuz kitap da, iş ahlâkı literatürüne son yıllarda yapılmış önemli katkılardan bir tanesini oluşturmaktadır. Alanında duayen isimlerden bir tanesi olan Sabri Orman ve başarılı bir akademisyen olan Zeki Parlak tarafından edite edilen ve 2009 yılının ortalarında İstanbul Ticaret Odası tarafından yayınlanan “İşletmelerde İş Etiği” adlı kitap, konu ile ilgili 10 farklı makaleye ev sahipliği yapmaktadır. Kitapta makaleler dört temel bölümde toplanmıştır. Birinci bölümün başlığı “İktisat Ahlâkı ve Yönetim”dir. Sabri Orman ve Mustafa Özel, makaleleri ile bu bölüme katkıda bulunmuşlardır. İkinci bölümde “Genel Olarak İş Ahlâkı” konusu incelenmekte ve burada da Hüsnü Kapu, Engin Yıldırım, Halis Yunus Ersöz ve Zeki Parlak tarafından hazırlanan makaleler yer almaktadır. Üçüncü bölüm, Türkiye ile ilgili makalelere yer vermektedir. Ahmet Tabakoğlu, Tekin Akgeyik ve Süleyman Özdemir tarafından hazırlanan çalışmalar “Türkiye’de İş Ahlâkı” adlı bu bölümde yer almıştır. Kitabın son bölümü ise, Ali Osman Öztürk tarafından hazırlanan ve uygulama ve vak’a örneklerini içeren bir araştırmanın bulunduğu “Dünya’dan Vak’a Örnekleri” adlı çalışmaya ayrılmıştır.

Türkiye’de iş ahlâkı literatürü denildiğinde, yukarıda değerlendirmesi yapılan eserler yanında başka yayınlar da mevcuttur. Ancak, bunların sayısı ne yazık ki çok fazla değildir. Bu başlık altında yer alan yayınların neredeyse tümü aşığıda yer almaktadır:

- David Robinson, *İş Töresi*, İstanbul, Rota Yayınları, 1997.
- Elizabeth P. Tierney, *İş Ahlâkı: Yöneticiler İçin Bir Rehber*, Çev.: Günhan Günay, İstanbul, Rota Yayını, 1997.
- Francis P. McHugh, *İş Ahlâkı*, (Çeviren: TÜSİAD), İstanbul, TÜSİAD Yayınları, 1992.
- İGİAD, *İş Ahlâkı Raporu*, (Hazırlayan: Ömer Torlak, Şuayip Özdemir, Erkan Erdemir), İstanbul, İGİAD Yayınları, 2008.
- İGİAD, *İş Ahlâkı Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, Kasım 2008.
- John O’Neill, *Piyasa Etik, Bilgi ve Politika*, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2001.

- Mahmut Arslan, *İş ve Meslek Ahlâkı*, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2005.
- Mehmet Ali Köseoğlu, Çetin Bektaş, *İş Etiği ve Rekabet Stratejileri Yönetimi*, Ankara, Gazi Kitabevi, 2007.
- Orhan Türkdoğan, *İşçi Kültürünün Yükselişi: İş Ahlâkı*, İstanbul, Timaş Yayınları, 1998.
- Refik İsa Bikun, *İş Ahlâkı*, Çev.: Ahmet Yaşar, İstanbul, İGİAD Yayınları, 2004.
- Sabri Orman, Zeki Parlak (Editör), *İşletmelerde İş Etiği*, İstanbul, İTO Yayını, 2009.
- Suna Tevrüz (Editör), *İş Hayatında Etik*, İstanbul, Beta Yayınları, 2007.
- Şevki Özgener, *İş Ahlâkının Temelleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2004, s. iii, iv.
- TEDMER, *2007 Etik Barometre Araştırması*, Temmuz 2007, (Çevrimiçi): http://www.tedmer.org.tr/EtikBarometreArastirmasi2007I.DonemRaporu_v01.pps, 13.12.2008.
- TEDMER, *Etik Barometre Araştırması*, Nisan 2007, (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr/pps/etikbarometre.pps>, 13.12.2008.
- TEDMER, *Türk İşgücünün İş Etiğine Yaklaşımı Araştırması*, 2006, (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr/pps/turkisgucu2005.pps>, 13.12.2008.
- TEDMER, *Türk İş Gücünün İş Etiğine Yaklaşımı Araştırması*, 2002, (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr/pps/turkisgucu2002.pps>, 13.12.2008.
- TEDMER, *The Approach of Turkish Workforce Ethics Survey*, 2002, (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr/pps/turkisgucu2002eng.pps>, 13.12.2008.
- TÜGİAD, *İş Ahlâkı ve Türkiye’de İş Ahlâkına Yönelik Tutumlar*, İstanbul, TÜGİAD Yayınları, 1992.

1. İşletmecilik Ahlâkı Literatürü

Tanımlar bahsinde, işletmecilik ahlâkının ne olduğuna değinilmiş, bireylerin dışında, ekonomik alanda faaliyet gösteren her bir işletmenin kendine özel ahlâki ilkelerinin, değerlerinin, normlarının olduğu ifade edilmiş, işletmecilik ahlâkına aykırı uygulamalara örnekler verilmişti. Aşağıda, Türkiye’de iş ahlâki literatürünün bir parçası olan işletmecilik ahlâki ile ilgili mevcut yayınlar sıralanmaktadır:

- Gülçimen Yurtsever, *Şirket Etik Kodu*, Ankara, Barış Yayınevi, 2000.
- MESS, *Şirket Ahlâkı, (Harvard Business Review’den Seçmeler)*, (Çeviren: Cemal Engin), İstanbul, MESS Yayınları, Eylül 2005.
- Ünal Ay, *İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk*, Adana, Nobel Kitabevi, 2003.

2. Meslek Ahlâkı Literatürü

Avukatlar, doktorlar, muhasebeciler vb. bir mesleğe mensup kişilerin uyması gerekli ahlâki ilkelere “meslek ahlâkı” denildiğine önceki sayfalarda yer verilmişti. Bu başlık altında, özellikle meslek ahlâki alanında gerçekleştirilen kitap ve derleme kitaplara yer verilmiş, örnek olması amacıyla, bunlardan bir tanesi üzerinde durulmuştur.

İlk baskısı 2001, dördüncü baskısı ise 2006 yılında gerçekleştirilen Pazarlama Ahlâkı adlı kitap, bu konularda yetkin bir isim olan Ömer Torlak tarafından kaleme alınmış ve karşımıza içerik açısından oldukça doyurucu bir eser çıkmıştır. Torlak, pazarlama ahlâkını incelemeye başlamadan önce, ilk bölümü işletmelerin sahip oldukları sorumlulukları incelemeye ayırmış, ikinci bölümde ise, diğer iş ahlâki kitaplarında da olduğu gibi, öncelikle ahlâk ve iş ahlâkiyle ilgili kavramları açıklamış, ardından iş ahlâki teorilerine yer vermiştir. Kitabın neredeyse yarısını oluşturan üçüncü bölüm, pazarlama ahlâkına, önemine, pazarlama ahlâki konularına ve pazarlama ahlâkının uygulama ve denetimine ayrılmıştır. Kitabın son bölümü ise, pazarlamanın muhatabı durumunda bulunan tüketici ahlâkını incelemektedir.

Pazarlama ahlâki dışında, medya ahlâki, tıp ahlâki, muhasebe ahlâki, turizm ahlâki, halkla ilişkiler ahlâki konularında Türkçe literatürde yer alan kitapların künye bilgilerine de aşağıda yer verilmiştir:

- Ömer Torlak, *Pazarlama Ahlâkı: Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi*, Tıpkı 4. Baskı, İstanbul, Beta Yayınları, 2007.
- Atilla Girgin, *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2000.
- Derleme, *Medikal Etik 1: Kuram ve Uygulama Sorunları*, İstanbul, Yüce Yayınları, 1999.
- Derleme, *Medikal Etik 2: İlkeler ve Sorunlar*, İstanbul, Yüce Yayınları, 2000.
- Derleme, *Medikal Etik 3: Doğum, Ölüm Süreçleri ve Yaşamın Anlamı*, İstanbul, Yüce Yayınları, 2001.
- Derleme, *Medikal Etik 6: Tıp Uygulamalarında Yeni Gelişmeler ve Etik İkilemler*, İstanbul, Yüce Yayınları, 2003.
- F. Bahar Özdoğan, *Pazarlamada Tüketim ve Tüketici Ahlâkı*, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2007.
- Fehmi Yıldız, *Muhasebe Mesleğinde Meslek Ahlâkı*, İstanbul, Der Yayınları, 2002.
- Gazi Uçkun, Seher Uçkun, Hasan Latif, *Turizmde Etik*, Sakarya, Sakarya Yayıncılık, 2004.
- İdil Sayımer, Pınar Erarslan Yayınoglu (Editör), *Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler*, İstanbul, Beta Yayınları, 2007.
- İnyet Pehlivan Aydın, *Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik*, 3. baskı, Ankara, Pegem Yayını, 2002.
- Meryem Akoğlan Kozak, Hatice Güçlü, *Turizmde Etik: Kavramlar, İlkeler, Standartlar*, Ankara, Detay Yayıncılık, 2006.
- Tülin Ural, *İşletme ve Pazarlama Etiği*, Ankara, Detay Yayıncılık, 2003.

3. Çalışma Ahlâkı Literatürü

Bir toplumda yaşayan bireylerin çalışmaya ve işe karşı sahip oldukları tutum ve davranışlarını ifade eden “çalışma ahlâkı” ile doğrudan ilgili yayın sayısı, düşünülenin aksine, ülkemizde ne yazık ki çok az sayıdadır. Diğer başlıklar altında yer alan birçok eserde, çalışma ahlâkından da bahsedildiği olmaktadır, ancak bu başlıkta yayınlanan eser sayısı yok denecek kadar azdır.

Farklı milletlerde, hatta aynı ülkenin farklı katmanlarında çalışmaya yönelik farklı tutum ve anlayışların ortaya çıktığı daha önceki sayfalarda da ifade edilmişti. Birçok kişi tarafından, çalışma ahlâkının oluşumunda dini değerlerin, gelenek ve göreneklerin, aile ortamının ve hatta yaşanan coğrafyanın bile etkisinin olduğu ileri sürülmektedir. Özellikle çalışma ahlâkına ve çalışmanın önemine dini kaynaklarda geniş şekilde değinilmektedir²². Her ne kadar Max Weber, eserlerinde, çalışkanlıkla eşdeğer tuttuğu Protestan ahlâkından bahsetse ve Batı'nın öne çıkışını çalışmayı ibadet olarak gören Protestan ahlâka bağlasa ve İslâmiyeti sadece öteki dünyayı önceleyen bir din olarak görse de, dinimizin çalışmaya değer verdiği ve insanlara çalışmayı tavsiye ettiği bilinen bir gerçektir. İslâmiyet, kişilerin çalışıp rızkını kazanmasını, geçimini sağlamasını fark olarak görmektedir. Kur'an'da Allah Teala, çalışmayı emretmektedir (Bilinsin ki insan için kendi çalışmasından başka bir şey yoktur; Kur'an, Necm, 39). Hz. Muhammed (sav) de çalışmayı tavsiye etmektedir. Bir Hadis-i Şerif'te, “Sizin hayırlınız, âhiretini dünyası için, dünyasını da âhireti için terk etmeyenlerdir. Hayırlı Müslüman, dünyasına da âhiretine de çalışan, her ikisinden de nasibini alandır” buyrulmaktadır. Yine başka bir hadiste ise, peygamberimiz “kişi kendi elinin emeğinden daha temiz, daha helal bir kazanç elde etmemiştir” buyurmuş ve çalışıp da emeğiyle kendi ve ailesinin geçimini sağlayanlara “Allah'ın dostu” iltifatında bulunmuştur²³. Lakin, Müslüman toplumlarda gerileme başladığında, çalışma ve iş ahlâkı gibi konular unutulmaya yüz tutmuştur²⁴.

Çalışmanın tezatu boş durma ve tembelliktir. Tembellik dinimizce hiç hoş gö-

22 Dinlerin iş ahlâkı ve çalışma ahlâkına bakışları için bkz. : Tolga Öcal, *İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu: Ahlâki Bir Değerlendirme*, İstanbul, Beta Yay., 2007, s. 21–38.

23 Peygamberler tarihine bakıldığında, bütün peygamberlerin bizatihi çalışıp kazandığı ve geçimlerini o şekilde sürdürdükleri anlaşılmaktadır. Örneğin, ilk insan ve ilk peygamber Hz. Adem'in çitçilik yaptığı, İdris peygamberin terzilikle uğraştığı, Nuh ve Zekerîya peygamberlerin marangozlukla geçimlerini temin ettikleri, Şuayp peygamberin hayvancılık yaptığı, Davut peygamberin zırh yapıp sattığı, İbrahim peygamberin dokumacılık, Süleyman peygamberin ise hasırcılık yaptığı, Peygamberimiz Hz. Muhammed'in de ticaret ile uğraştığı bilinmektedir. Yine, İslâm'ın dört büyük halifesinin de ticaretle uğraştığı, Hz. Ebubekir'in kumaş ticareti, Hz. Ömer'in deri ticareti, Hz. Osman'ın gıda toptancılığı yaptığı, Hz. Ali'in ise ücretli işler yaptığı kaynaklardan anlaşılmaktadır (*Akşit, 2007 : 14; Kaleşi, 1990 : 21*).

24 Hüseyin Kaleşi, *İslâm'da İş ve Ticaret Ahlâkı*, İstanbul, Seha Neşriyat, 1990, s. 12–13; Arslan, a.g.e., s. 102.

rülmemiştir. İslâm dini, çalışmayı ve üretmeyi teşvik eden bir dindir. Peygamberimiz zaman zaman “Allah’ım! Acizlikten ve tembellikten sana sığınırım” şeklinde dua etmiştir.

İslam dininde, müslüman birey ve işletmelerin, yalnızca kendi çalıştıkları işletmelerine ve çalışanlarına, paydaşlarına (müşteri, tedarikçi, hissedar, rakip vb.) ve çevreye karşı sorumlulukları yoktur; aynı zamanda bir parçası oldukları toplumun tümüne karşı, genel refah düzeyiyle ilgili sorumlulukları vardır²⁵.

Çalışma ahlâkı konusunda literatürde bulunan iki esere aşağıda yer verilmiştir. Bunlardan bir tanesi, çalışma ve emek konularında yayınları bulunan, bir üniversitenin Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü’nde öğretim üyeliği yapan Veysel Bozkurt tarafından 2000 yılında hazırlanmıştır. Bu eser, ilgili alanda yazılmış ilk kitaplardan biri olması dolayısıyla araştırmacılar ve öğrencilerin çok istifade ettiği çalışmaların başında gelmiş, çok sayıda atıf almıştır. Kitap iki temel kısımdan oluşmaktadır. Kitabın yaklaşık üçte birini oluşturan ilk kısım çalışma ahlâkı ile ilgili teorik konulara ayrılmış, ikinci kısım ise bu konuda gerçekleştirilen bir alan araştırmasının değerlendirildiği bir bölüm olmuştur. İlk bölümde, öncelikle çalışma kavramının ne olduğuna değinilmiş, ardından pre-modern toplumlardan günümüze, toplumlarda çalışmaya atfedilen öneme yer verilmiştir. Bu bağlamda, sanayi öncesi toplumlarda, sanayi dönemi toplumlarında ve de sanayi dönemi sonrası (küresel) toplumlarda çalışma etiği incelemeye tabi tutulmuştur. Sanayi dönemi toplumlarının çalışmaya bakışı “püritan etik” olarak, sanayi dönemi sonrası toplumların çalışmaya bakışı ise “hedonist etik” olarak ele alınmış ve püritanizmden hedonizme çalışma etiğinin geçirdiği evrim üzerinde durulmuştur. Bu eserin büyük bir kısmı, aslında bir alan araştırmasının değerlendirilmesine ayrılmıştır. İkinci bölümde, Uludağ Üniversitesi öğrencileri üzerine bir alan araştırması uygulanarak, üniversite öğrencilerinin çalışma etiğine ilişkin davranış ve tutumları ile görüşleri analiz edilmiştir.

- İMKB, *Türk Sermaye Piyasasında Etik Değerler ve İş Adabına İlişkin Çalışma Kuralları*, İstanbul, İMKB Yatırımcı Danışma Merkezi Yayınları, 1988.
- Veysel Bozkurt, *Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği*, Bursa, Alesta Yayınları, 2000.

25 Refik İsa Bikun, *İş Ahlâkı*, Çev. : Ahmet Yaşar, İstanbul, İGİAD Yay., 2004, s. 70.

C. Sosyal Sorumluluk İle İlgili Literatür

İş ahlâkı ile yakından ilişkili bir kavram olan sosyal sorumluluk, literatürde birçok çalışmaya konu olmuştur. Burada, bu çalışmalardan yalnızca iki tanesi incelenecektir.

Bu konuda yapılan çalışmalardan bir tanesi, Halis Yunus Ersöz tarafından kaleme alınan ve İTO tarafından yayımlanan kitaptır. Bir üniversitede öğretim üyesi olan Ersöz, kitabının birinci bölümünde öncelikle kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin kavramsal çerçeveyi sunmuş, sonra kurumsal sosyal sorumluluğun gelişimini ve işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğa yönelmesinde etkili olan faktörleri sıralamıştır. İkinci bölümün konusu, Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk olarak tespit edilmiştir. Bu bölümde, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluğun temellerini atan Ahi Teşkilatı ile vakıflar incelenmiş, bölüm ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluğu biçimlendiren faktörlerle devam etmiştir. Son bölüm, kitaba adını veren meslek ve sivil toplum kuruluşlarının sosyal sorumluluk anlayışının gelişimindeki rolünü incelemeye ayrılmıştır.

Sosyal sorumlulukla ilgili olarak incelenmesi gereken ikinci kitap da, yine bir akademisyen tarafından kaleme alınmıştır. Tolga Öcal tarafından 2007 yılında yayınlanan ve esas itibariyle bir doktora tezi olan kitap, işletmelerin sosyal sorumluluğuna ahlâki bir açıdan yaklaşmaktadır. Kısaca özetlenecek olursa, üç bölümden oluşan kitabın ilk bölümü, ahlâk ve sosyal sorumluluk kavramlarının teorik çerçevesine ve tarihsel gelişimine ayrılmıştır. İkinci bölümün konusu, iş ahlâkından sosyal sorumluluğa doğru yaşanan tekâmülün sonucunda küresel boyutta ortaya çıkan sosyal sorumluluğa ilişkindir. Bu bölümde, OECD, ILO, AB, Avrupa Komisyonu gibi uluslararası kuruluşların iş ahlâkı ve sosyal sorumlulukla ilgili faaliyetleri yer almaktadır. Bu bölümde, çeşitli yazarlar tarafından ortaya konulan sosyal sorumluluk modelleri de sıralanmaktadır. Kitabın son bölümü iki konuya ayrılmıştır. Konulardan bir tanesi, bütün iş ahlâkı kitaplarında muhakkak bahsedilen, ancak detaylarına fazla girilmeyen stakeholder (ilgi taraflar) teorisini etraflı bir şekilde ele almaktadır. Son bölümün ikinci konusu ise, stakeholder teorisinin bir parçası olan sendikaların, işletmelerin sosyal sorumluluğuna ve küresel çerçeve sözleşmelere olan katkısına değinmektedir.

Sosyal sorumlulukla ilgili daha birçok eser mevcuttur. Bunlardan önemli bir kısmına yalnızca ismen aşağıda yer verilmiştir:

- Ceyda Aydede, *Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İstanbul, Mediacat Yayınları, 2007.
- Coşkun Can Aktan, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İstanbul, İGİAD Yayınları, 2007.
- Ebru Özgen, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri*, İstanbul, İstanbul, Mavi Ağaç Yayınları, 2006.
- Halis Yunus Ersöz, *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları*, İstanbul, İTO Yayınları, 2007.
- M. Nejat Özüpek, *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*, Konya, Tablet Basım Yayın,
- MESS, *Şirketlerin Toplumsal Sorumluluğu, (Harvard Business Review’den Seçmeler)*, (Çeviren: Murat Çetinbakış), İstanbul, MESS Yayınları, Aralık 2005.
- Philip Kotler, Nancy Lee, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İstanbul, Mediacat Yayınları, 2006.
- Sabahat Bayrak, *İş Ahlâkı ve Sosyal Sorumluluk*, İstanbul, Beta Yayınları, 2001.
- Tolga Öcal, *İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu: Ahlâki Bir Değerlendirme*, İstanbul, Beta Yayınları, 2007.

D. Çevre ve İş Ahlâkı İle İlgili Literatür

Çevre sorunları, her ne kadar kendi başına bir sorun alanı olarak ortaya çıktıysa da, çevresel sorunların temelinde ahlâki kurallara uygun olmayan tutum ve davranışların yattığını söylemek yanlış olmayacaktır. En basitinden, daha çok kâr dürtüsüyle, yıllar boyunca gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sanayide ne hava ne de atık su filtresi kullanılmadığından, açgözlü, kendisinden başkasını düşünmeyen insanlar hem suları hem toprağı hem de havayı aşırı derecede kirletmiştir. İş ahlâkı ilkelerine bağlı işletmelerin ve bu bilince sa-

hip çalışan ve çalıştırılanların ise, çevre problemleri konusunda oldukça hassas oldukları bilinmektedir. Çevre sorunları ile iş ahlâkı arasında karşılıklı bir ilişkinin olduğu açık bir şekilde görülmektedir. Çevre ahlâkı ile ilgili bazı temel kitaplar aşağıda sıralanmıştır:

- Emrullah Güney, *Çevre Sorunları*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2004.
- Emrullah Güney, *Türkiye Çevre Sorunları*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2004.
- İbrahim Canan, *Çevre Ahlâkı*, İstanbul, Nesil Yayınları, 1995.
- İbrahim Uslu, *Çevre Sorunları: Kâinat Tasarımındaki Değişimden Ekolojik Felaketlere*, İstanbul, İnsan Yayınları, 1995.
- İhsan Keleş, Hatice Metin, Hatice Özkan Sancak, *Çevre Kalkınma ve Etik*, Alter Yayıncılık, 2006.
- Joseph R. Des Jardins, *Çevre Etiği: Çevre Felsefesine Giriş*, (Çeviren: Ruşen Keleş) Ankara, İmge Kitabevi, 2006.
- Mert Uydacı, *Yeşil Pazarlama: İş Ahlâkı ve Çevresellik Açısından Yaklaşımlar*, Türkmen Kitabevi, 2002.
- Ramazan Özey, *Çevre Sorunları*, İstanbul, Aktif Yayınevi, 2001.

E. Kamu Yönetimi ve İş Ahlâkı İle İlgili Literatür

Ahlâk ve de iş ahlâkı, yalnızca özel sektörde faaliyet gösteren işletmelerin, bunların yöneticilerinin, bu işletmelerde çalışanların bilmesi ve uygulaması gereken bir olgu değildir. Aynı zamanda kamu kesiminin de etik uygulamalarda bulunmadan sorumlu olduğu, son yıllarda bu konularda yayınlar gerçekleştirildiği görülmektedir. Kamuda etik konularına daha fazla önem atfetmek ve bu konuda iyileşme sağlamak amacıyla 2004 yılında T.C. Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu kurulmuş ve çalışmalarına başlamıştır. Kurul, etikle ilgili çok sayıda proje yürütmekte, etik eğitmeni yetiştirmekte, kamu kuruluşlarına etik seminerleri vermektedir²⁶. Aşağıda, kamuda etik konusunda yayınlanmış çalışmalara dair bilgiler yer almaktadır:

²⁶ (Çevrimiçi): <http://www.etik.gov.tr>.

- Raci Kılavuz, *Kamu Yönetiminde Etik ve Bir Sorun Alanı Olarak Yazılma*, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2003.
- Sakarya Üniversitesi, *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 15–16 Kasım 2005, Sakarya.
- TÜSİAD, *Kamu Hizmetinde Etik: Güncel Konular ve Uygulama*, İstanbul, TÜSİAD Yayını, 2003.
- TÜSİAD, *Devlette Etikten Etik Devlete: Kamu Yönetiminde Etik (Kavramsal Çerçeve ve Uluslararası Uygulamalar)*, Cilt: 1, İstanbul, TÜSİAD Yayınları, 2005.
- TÜSİAD, *Devlette Etikten Etik Devlete: Kamu Yönetiminde Etik (Yasal Altyapı, Saydamlık ve Ayrıcalıklar: Tespit ve Öneriler)*, Cilt: 2, İstanbul, TÜSİAD Yayınları, 2005.

F. Dini (İslâmi) Değerler ve İş Ahlâkı İle İlgili Literatür

Hem ahlâk hem de bu kavramla sıkı bir ilişkisi bulunan iş ahlâkı kavramının kaynakları arasında “din”in önemli bir yer tuttuğu bu alanda yapılan yerli ve yabancı çalışmalar tarafından kabul edilmektedir. Özellikle İslâm dinini kabul eden ve gelenek ve görenekleri buna göre şekillenen toplumlarda, iş ahlâkı ilkelerinin İslâm’ın emir, yasak ve tavsiyelerinden beslendiği görülmektedir. Bu ilkelerin birçoğu, Müslüman olsun ya da olmasın her ülkede ve toplumda iş ahlâkı denildiğinde akla gelebilecek prensiplerden oluşurken, bir kısmı ise dinimize özgü prensipleri ifade etmektedir²⁷. İş ahlâkına din–ahlâk ilişkisi açısından yaklaşan yayınlar, konuyu bu boyutlarıyla literatüre taşı-maktadırlar.

- Hamdi Döndüren, *Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali*, İstanbul, Erkam Yayınları, 2005.
- Hüseyin Kaleşi, *İslâm’da İş ve Ticaret Ahlâkı*, İstanbul, Seha Neşriyat, 1990.

27 M. Cevat Akşit, *İslâm’da Ticaret Prensipleri*, İstanbul, Birun Yay., 2007.

Ortak prensiplere ilaveten, dinimize özgü olanlar ise iş ahlâkını daha da mükemmelleştirici niteliktedir. Bunlara örnek olarak ise; sabahları erken kalkmak ve işe erken başlamak, nimetlere saygılı olmak, israf etmemek, cimri, açgözlü, hırslı ve kibirli olmamak, borçluyu sıkıştırmamak, çaresiz kalmadıkça borçlanmamak, haram yollarla mal edinmemek, çalışmanın ücretini zamanında vermek, işyerine giderken Allah’a sığınmak, faize bulaşmamak, faizcilik ve tefecilik yapmamak, alıp satarken kolaylık göstermek, sabırlı ve sebatkar olmak, Allah’a güvenmek, ibadetleri aksatmamak, alışveriş yaparken yemin etmemek, hile yapmamak v. b. gösterilebilir.

- Larry Ruddell, *İş Etiği, Verimli İnanç: Şirketinizi Uzun Vadeli Başarıya Götürmek*, Çev.: Nur Nivan, İstanbul, Haberci Basın–Yayın, 2007.
- M. Cevat Akşit, *İslâm’da Ticaret Prensipleri*, İstanbul, Birun Yayınevi, 2007.
- Mustafa Halebi, *Hadisler Işığında Helal Kazanç Yolları*, (Çeviren: Nebi Bozkurt), İstanbul, Darulhadis Yayınları, 2002.
- Rana Okur, *Türk–İslam Medeniyetlerinde İş Ahlâkı*, 2. Baskı, Ankara, Ayyıldız Matbaası, 1969.
- Yusuf Ziya İnan, *İslam’da Ticari Ahlâk*, İstanbul, Çağdaş Yayınları, 1964.

G. Ahi – Lonca Teşkilatları ve İş Ahlâkı İle İlgili Literatür

İş ahlâkı ya da meslek ahlâkı denildiğinde, geçmişimizin önemli parçalarından biri olan “âhilik” teşkilatını hatırlamamak mümkün değildir. Önceleri Türk ve İslâm dünyasında “fütüvvet” olarak orta çıkan bu müessese, daha sonra Anadolu topraklarında “âhilik” ve ilerleyen yüzyıllarda ise “lonca” ve “gedik” olarak karşımıza çıkan esnaf ve sanatkârlar birliğidir. Bu teşkilat, esas itibariyle mesleki bir örgüttür, ancak aynı zamanda ahlâki bir yapıya da sahiptir. Orta Asya’dan Anadolu’ya göç eden Müslüman Türkler, üyeleri arasında birlik ve dayanışmayı sağlamak, üretici–tüketici, işçi–işveren arasında belli bir denge oluşturmak amacıyla Âhi Evran’ın önderliğinde bu kurumların temellerini atmış, bu kurumların çatısı altında, üyelere hem mesleğin en ince ayrıntıları öğretilmiş, hem de iş ve çalışma ahlâkı ilkeleri benimsetilmiştir. Bu yolla, kişileri daha faydalı hale getirmek için onlara eğitim verilmiş, üretimin kaliteli ve belli bir standarda uygun olarak üretilmesinin zemini hazırlanmış ve de üyelere belirlenmiş ahlâki ilkelere uymaları beklenmiştir. Uymayanların cezası, meslekten men ve kurumdan uzaklaştırma olmuştur²⁸.

Âhilik, bir yandan esnaf ve sanatkârlar arasında işbirliği, dayanışma ve yardımlaşmayı teşvik ederken, bir yandan da üretimin muhatabı durumunda olan tüketicileri korumuş ve gözetmiştir. Böylece, bir esnaf teşkilatı, kendi hakları yanında, hem çalışanların, hem tüketicilerin hem de genel olarak toplumun haklarını gözetmekten sorumlu tutmuştur kendisini. Bu şekilde davranmaları, sonuç olarak âhilik teşkilatını döneminin en başarılı mesleki teşkilatları

28 Arslan, a.g.e., s. 86–90.

haline getirmiş ve rakipleri karşısında başarı kazanmalarına da yol açmıştır. Âhi teşkilatları, 16 yüzyıldan itibaren gediklere/loncalara dönüşmüş, giderek toplumdaki etkinliğini kaybetmiş ve Sanayi Devrimi ile birlikte ortadan kaybolmuştur.

Tarihsel süreç içerisinde, meslek ahlâkı kodları oluşturarak ve bunları çok sıkı bir şekilde uygulayarak ve denetleyerek iş ahlâkına uygun davranışların en güzel örneklerini vermiş olan Ahilik kurumu, çeşitli disiplinlere ait bilim adamlarınca çok uzun yıllardır incelenen bir konudur. Ahilik kurumu, fonksiyonları, ortaya koyduğu iş ahlâkı ilkeleri ile ilgili çok sayıda eser bulunmaktadır. Bu çalışmaların önemli bir kısmı, literatüre henüz iş ahlâkı kavramı girmemişken ve bu konuda hiçbir yayın bulunmazken gerçekleştirilmiştir. Bu yönüyle, ister yazarlar tarafından farkında olunsun ya da olunmasın, iş ahlâkı alanında ülkemizde basılan eserlerin başında ahilik ile ilgili olanlar gelmektedir. Ancak, şunu da belirtmek gerekir ki, birçok yazar, ahilik ile iş ahlâkı arasında doğrudan ilişki kurmaksızın eserlerini kaleme almakta, konuyu salt tarihsel ve kurumsal açıdan gündeme getirmektedir.

Ahilik ile ilgili çok sayıdaki eserden bazılarını burada yer vermek yeterli olacaktır:

- Adnan Gülerman, Sevda Taştekil, *Ahi Teşkilatının Türk Toplumunun Sosyal ve Ekonomik Yapısı Üzerindeki Etkileri*, Ankara, Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yayınları, 1993.
- Gazi Üniversitesi, *Ahilik Araştırmaları Dergisi*, Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayını.
- İsmet Uçma, *Bir Sosyal Siyaset Kurumu Olarak Ahilik*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003.
- Mehmet Saffet Sarıkaya, *XII–XVI. Asırlardaki Anadolu’da Fütüvvetnamelere Göre Dini İnanç Motifleri*, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 2002.
- Neşet Çağatay, *Ahilik Nedir?*, Ankara, Kültür Bakanlığı Halk Kültürünü Araştırma Dairesi Yayınları, 1990.

- Neşet Çağatay, *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*, Ankara, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları, 1989.
- Veysi Erken, *Bir Sivil Örgütlenme Modeli: Ahilik*, Ankara, Seba Yayınları, 1998.

SONUÇ

İşletmelerin temel amacı, ekonomik faaliyetlerde bulunmaktır. Ne var ki, işletmeler bu amaca ulaşmaya çalışırken, insani, ahlâki ve yasal boyutları da göz ardı etmemelidir.

Günümüzde dünyanın gelişmiş kısmında ve giderek Türkiye’de de hem bilimsel alanda hem de piyasalarda iş ahlâkına olan bağlılığın zaman içerisinde arttığı gözlenmektedir. Bu artışın temel olarak iki nedeni vardır. Bunlardan birincisi, işletmelerin, iş ahlâkını toplumsal görevlerinin bir parçası olarak görmeye başlamaları; ikincisi ise, toplumda kabul görmek ve meşruiyet kazanmak, dolayısıyla günümüz koşullarında ekonomik faaliyetlerini daha da geliştirebilmek için iş ahlâkına bir araç olarak yaklaşmalarıdır. Birçok yazara göre, “codes of conduct” olarak ifade edilen iş ahlâki ilkeleri ile, yine iş ahlâki kapsamı içerisinde ele alınabilecek “social responsibility” (sosyal sorumluluk) kavramına, iş dünyasında bu düşünceden hareketle yaklaşan çok sayıda kişi mevcuttur. Hatta, birçok gelişmiş ülke, her iki kavramı da ekonomik kalkınmalarında bir anahtar olarak görmektedir.²⁹

İş ahlâkının toplumda temellerinin kuvvetlendirilmesi için yapılması gereken bazı şeyler vardır. Öncelikle, devlet mekanizması eliyle, iş ahlâkını ilgilendiren konularda gerekli yasal düzenlemeler zamanında ve yeterli düzeyde gerçekleştirilmelidir. Öte yandan, toplumun iş ahlâki ilkelerine daha fazla riayet etmesi ve bu konuda mevcut sorunların azaltılabilmesi için, günümüzde eğitim sisteminin de bu konuya destek vermesi çok yararlı olacaktır. Özellikle üniversite eğitim-öğretim yıllarında bu konuda müfredata eklenecek dersler ile, iş yaşamına daha adım atmadan önce, birçok meslekte hem genel olarak iş ahlâki kurallarına, hem de bizzat o mesleğin gerektirmiş olduğu meslek ahlâki ilkelerine dikkat çekilecek, bireylerin bu konudaki algılama düzeyleri artırılmış olacaktır.

²⁹ Şevki Özgener, *İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2004, s. iii-iv.

Günümüzde ülkemiz kamuoyu gündeminde yıllardır birçok meslek sahibinin, örneğin doktorların, medya mensuplarının, gazetecilerin, iş ahlâkına aykırı davranışları geniş yer tutmaktadır. Bazı meslek mensupları, çok para kazanma adına, mesleğin sayınlığını göz ardı etmektedir. Eğitim sistemimizin bu konuda mezunlarını bilinçlendirmesine ihtiyaç vardır. Gelişmiş ülkelerde, “iş ahlâkı” dersleri giderek artan oranda, özellikle son 10 yılda neredeyse tüm üniversitelerde ders programlarında yer almaya başlamıştır. Öncelikle İşletme Fakülteleri’nin programlarında kendine yer bulmaya başlayan iş ahlâkı dersleri, zaman içerisinde birçok fakülte programlarına girmiştir. Ülkemizde ise, henüz işletme fakülteleri müfredatından dışarı çıkabilmiş değildir.

2008 yılı içerisinde ülkemizde yapılan büyük kapsamlı bir araştırmada, iş ahlâkının kaynakları arasında din, gelenek–görenekler ve eğitim–öğretim kurumları son sıralarda yer almıştır. Halbuki, iş ahlâkının kaynaklarından bahsedildiğinde, bu üç faktörün de ilk sıralarda olması beklenirdi. Bu sonuç, ülkemizde yüksek düzeyde gözlemlenen iş ahlâkı zafiyetleriyle mücadelede, bu faktörlerin iş yaşamında yer alan işletmelerin ve bireylerin dikkatlerine sunulmasını ve insanların iş ahlâkı algılarının artırılması için bu faktörlere daha fazla önem verilmesini gerektirmektedir.

İş ahlâkına aykırı tutum ve davranışlarda bulunmanın bir bedeli var mıdır diye sorulduğunda, çoğu kez akla gelen ilk husus, mevcut yasal düzenlemelerin genellikle iş ahlâkına aykırı olarak düşünülecek tutum ve davranışlara yönelik cezai müeyyideler getirmemiş olmasıdır. Ancak, her ne kadar bir ülkede yasalar iş ahlâkına uygun olmayan uygulamalara somut cezalar vermiyor olsa da, bu tür davranış ve tutumların muhakkak bir bedeli ve karşılığı vardır. Bireyler ve kurumlar, güven kaybına uğrayabilir, isimleri ve imajları zarar görebilir. Bunun iş yaşamındaki somut karşılığı, para kaybına uğrama ve işletmenin varlığının tehlikeye düşmesidir. Bu nedenle, iş yaşamında kalıcı olmak isteyen birey ve işletmelerin, iş ahlâkı kurallarına riayet etmesi ve önem vermesi, genel ahlâka uygunluk yanında, aynı zamanda iş yaşamının da bir gereğidir³⁰.

Son olarak, günümüzde ortaya çıkan ve 1929 Dünya Ekonomik Krizi’nden sonra, dünyanın karşıkarşıya kalmış olduğu en ciddi kriz olarak tanımlanan ekonomik problemin temelinde de iş ahlâkına aykırı tutum ve davranışların yattığı söylenmelidir. 2006 Nobel Barış Ödülü sahibi ekonomist Prof. Dr.

30 Elizabeth P. Tierney, *İş Ahlâkı: Yöneticiler İçin Bir Rehber*, Çev. : Günhan Günay, İstanbul, Rota Yay., 1997, s. 57–60, 69.

Muhammed Han Yunus, krizle ilgili bir değerlendirmesinde, “ekonomik sistemin ağgözlölük yüzünden bittiğini” ifade etmektedir.

Türkler, Osmanlı İmparatorluğu’nun içine girdiği gerileme dönemine kadar iş/çalışma ahlâkının çok yüksek olduğu bir toplum yapısı ortaya koymuşlardır. Kanunu Sultan Süleyman’dan sonra, birçok alanda olduğu gibi, iş/çalışma ahlâkı alanında da bir yozlaşma süreci başlamıştır. Ne yazık ki, bu toplum yapısı daha sonra giderek dejenere olmuştur. Çalışma ahlâkı bakımından bugün karşı karşıya kaldığımız sorunlarımızın kökeninde tarihi süreç içerisinde ortaya çıkan bu yozlaşma bulunmaktadır. Bugün için bu tablonun tersine dönmeye başlaması ise, ülkemiz ve insanlarımız açısından sevindirici bir gelişmedir.

KAYNAKÇA

Akşit, M. Cevat (2007), **İslâm'da Ticaret Prensipleri**, İstanbul, Birun Yay.

Aktan, Coşkun Can (2007), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, İGİAD Yay.

Arslan, Mahmut (2005), **İş ve Meslek Ahlâkı**, Ankara, Siyasal Kitabevi.

Ay, Ünal (2003), **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, Adana, Nobel Kitabevi.

Aydede, Ceyda (2007), **Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, Mediacat Yay.

Aydın, İnyet Pehlivan (2002), **Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik**, 3. Baskı, Ankara, Pegem Yay.

Bayrak, Sabahat (2001), **İş Ahlâkı ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, Beta Yay.

Bikun, Refik İsa (2004), **İş Ahlâkı**, Çev.: Ahmet Yaşar, İstanbul, İGİAD Yay.

Bozkurt, Veysel (2000), **Puritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği**, Bursa, Alesta Yay.

Canan, İbrahim (1995), **Çevre Ahlâkı**, İstanbul, Nesil Yay.

Cevizci, Ahmet (2008), **Etiğe Giriş**, İstanbul, Paradigma Yay.

Cowton, Christopher J. and Michaela Haase (2008), **Trends in Business and Economic Ethics**, (editors: Christopher J. Cowton, Michaela Haase), Berlin, Springer Publ.

Çağatay, Neşet (1989), **Bir Türk Kurumu Olan Ahilik**, Ankara, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yay.

Çağatay, Neşet (1990), **Ahilik Nedir?**, Ankara, Kültür Bakanlığı Halk Kültürünü Araştırma Dairesi Yay.

Demir, Ömer (2003), **İktisat ve Ahlâk**, Ankara, Liberte Yay.

Derleme (1999), **Medikal Etik 1: Kuram ve Uygulama Sorunları**, İstanbul, Yüce Yay.

Derleme (2000), **Medikal Etik 2: İlkeler ve Sorunlar**, İstanbul, Yüce Yay.

Derleme (2001), **Medikal Etik 3: Doğum, Ölüm Süreçleri ve Yaşamın Anlamı**, İstanbul, Yüce Yay.

Derleme (2003), **Medikal Etik 6: Tıp Uygulamalarında Yeni Gelişmeler ve Etik İkilemler**, İstanbul, Yüce Yay.

- Döndüren, Hamdi (2005), **Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali**, İstanbul, Erkam Yay.
- Erken, Veysi (1998), **Bir Sivil Örgütlenme Modeli: Ahilik**, Ankara, Seba Yay.
- Ersöz, Halis Yunus (2007), **Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları**, İstanbul, İTO Yay.
- Frederick, Robert E. (editor) (1999), **A Companion to Business Ethics**, Massachusetts-USA, Blackwell Publ.
- Gazi Üniversitesi, **Ahilik Araştırmaları Dergisi**, Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayını.
- Girgin, Atilla (2000), **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik’i**, İstanbul, İnkılap Kitabevi.
- Gülerman, Adnan ve Sevda Taştekil (1993), **Ahi Teşkilatının Türk Toplumunun Sosyal ve Ekonomik Yapısı Üzerindeki Etkileri**, Ankara, Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yay.
- Güney, Emrullah (2004), **Çevre Sorunları**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Güney, Emrullah (2004), **Türkiye Çevre Sorunları**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Halebi, Mustafa (2002), **Hadisler Işığında Helal Kazanç Yolları**, (Çeviren: Nebi Bozkurt), İstanbul, Darulhadis Yay.
- İGİAD (2008), **İş Ahlâkı Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 2.
- İGİAD (2008), **İş Ahlâkı Raporu**, İstanbul, İGİAD Yay.
- İMKB (1988), **Türk Sermaye Piyasasında Etik Değerler ve İş Adabına İlişkin Çalışma Kuralları**, İstanbul, İMKB Yatırımcı Danışma Merkezi Yay.
- İnan, Yusuf Ziya (1964), **İslam’da Ticari Ahlâk**, İstanbul, Çağdaş Yay.
- Jardins, Joseph R. Des (2006), **Çevre Etiği: Çevre Felsefesine Giriş**, (Çeviren: Ruşen Keleş) Ankara, İmge Kitabevi.
- Kaleşi, Hüseyin (1990), **İslâm’da İş ve Ticaret Ahlâkı**, İstanbul, Seha Neşriyat.
- Kaymakcan, Recep, Mevlüt Uyanık (Editör) (2007), **Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk**, İstanbul, DEM (Değerler Eğitimi Merkezi) Yay.
- Keleş, İhsan, Hatice Metin, Hatice Özkan Sancak (2006), **Çevre Kalkınma ve Etik**, Alter Yay.
- Kılavuz, Raci (2003), **Kamu Yönetiminde Etik ve Bir Sorun Alanı Olarak Yozlaşma**, Ankara, Seçkin Yay.

- Kotler, Philip, Nancy Lee (2006), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, Mediacat Yay.
- Kozak, Meryem Akoğlan, Hatice Güçlü (2006), **Turizmde Etik: Kavramlar, İlkeler, Standartlar**, Ankara, Detay Yay.
- Köseoğlu, Mehmet Ali, Çetin Bektaş (2007), **İş Etiği ve Rekabet Stratejileri Yönetimi**, Ankara, Gazi Kitabevi.
- MacIntyre, Alasdair (2001), **Ethik'in Kısa Tarihi: Homerik Çağdan Yirminci Yüzyıla**, (Çeviri: Hakkı Hünler), İstanbul, Paradigma Yay.
- McHugh, Francis P. (1992), **İş Ahlâkı**, (Çeviren: TÜSİAD), İstanbul, TÜSİAD Yay.
- MESS (2005), **Şirket Ahlâkı, (Harvard Business Review'den Seçmeler)**, (Çeviren: Cermal Engin), İstanbul, MESS Yayınları, Eylül 2005.
- MESS (2005), **Şirketlerin Toplumsal Sorumluluğu, (Harvard Business Review'den Seçmeler)**, (Çeviren: Murat Çetinbakış), İstanbul, MESS Yay.
- Murat, Sedat (2008), "Loncalar ve Ahilikten Sanayi Devrimine, X ve Z Teorilerinden İş Ahlâkına: İnsan Araç mı Yoksa Amaç mı?", (Yayınlanmamış Ders Notları), İstanbul, 2008, s. 1-67.
- Nakvi, Haydar (1985), **Ekonomi ve Ahlâk**, İstanbul, İnsan Yay.
- O'Neill, John (2001), **Piyasa Etik, Bilgi ve Politika**, İstanbul, Ayrıntı Yay.
- Oktay, Ayşe Sıdıka (2005), **Kınalızade Ali Efendi ve Ahlâk-ı Alai**, İstanbul, İz Yay.
- Okur, Rana (1969), **Türk-İslam Medeniyetlerinde İş Ahlâkı**, 2. Baskı, Ankara, Ayyıldız Matbaası.
- Öcal, Tolga (2007), **İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu: Ahlâki Bir Değerlendirme**, İstanbul, Beta Yay.
- Özdoğan, F. Bahar (2007), **Pazarlamada Tüketim ve Tüketici Ahlâkı**, Ankara, Siyasal Kitabevi.
- Özey, Ramazan (2001), **Çevre Sorunları**, İstanbul, Aktif Yay.
- Özgen, Ebru (2006), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri**, İstanbul, İstanbul, Mavi Ağaç Yay.
- Özgener, Şevki (2004), **İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Özüpek, M. Nejat, **Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk**, Konya, Tablet Basım Yayın.
- Painter-Morland, Mollie (2008), "Introduction: The Dissociation of Ethics from Practice",

Business Ethics as Practice: Ethics as the Everyday Business of Business, Cambridge–UK, Cambridge University Press.

Robinson, David (1997), **İş Töresi**, İstanbul, Rota Yay.

Ruddell, Larry (2007), **İş Etiği, Verimli İnanç: Şirketinizi Uzun Vadeli Başarıya Götürmek**, Çev.: Nur Nivan, İstanbul, Haberci Basın–Yay.

Sakarya Üniversitesi (2005), **Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, 15–16 Kasım 2005, Sakarya.

Sarıkaya, Mehmet Saffet (2002), **XII–XVI. Asırlardaki Anadolu’da Fütüvvetnamelere Göre Dini İnanç Motifleri**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yay.

Saymer, İdil, Pınar Erarslan Yayınoğlu (Editör) (2007), **Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler**, İstanbul, Beta Yay.

TEDMER (2002), **The Approach of Turkish Workforce Ethics Survey**, (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr/pps/turkisgucu2002.eng.pps>, 13.12.2008.

TEDMER (2002), **Türk İş Gücünün İş Etiğine Yaklaşımı Araştırması**, (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr/pps/turkisgucu2002.pps>, 13.12.2008.

TEDMER (2006), **Türk İşgücünün İş Etiğine Yaklaşımı Araştırması**, (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr/pps/turkisgucu2005.pps>, 13.12.2008.

TEDMER (2007), **Etik Barometre Araştırması**, Nisan 2007, (Çevrimiçi): <http://www.tedmer.org.tr/pps/etikbarometre.pps>, 13.12.2008.

TEDMER (2007), **Etik Barometre Araştırması**, Temmuz 2007, (Çevrimiçi): http://www.tedmer.org.tr/EtikBarometreArastirmasi2007I.DonemRaporu_v01.pps, 13.12.2008.

Tevrüz, Suna (Editör) (2007), **İş Hayatında Etik**, İstanbul, Beta Yay.

Tierney, Elizabeth P. (1997), **İş Ahlâkı: Yöneticiler İçin Bir Rehber**, Çev.: Günhan Günay, İstanbul, Rota Yay.

Torlak, Ömer (2007), **Pazarlama Ahlâkı: Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi**, Tıpkı 4. Baskı, İstanbul, Beta Yay.

TÜGİAD (1992), **İş Ahlâkı ve Türkiye’de İş Ahlâkına Yönelik Tutumlar**, İstanbul, TÜGİAD Yay.

Türkdoğan, Orhan (1998), **İşçi Kültürünün Yükselişi: İş Ahlâkı**, İstanbul, Timaş Yay.

TÜSİAD (2003), **Kamu Hizmetinde Etik: Güncel Konular ve Uygulama**, İstanbul, TÜSİAD Yay.

TÜSİAD (2005), **Devlette Etikten Etik Devlete: Kamu Yönetiminde Etik (Kavramsal Çerçeve ve Uluslararası Uygulamalar)**, Cilt: 1, İstanbul, TÜSİAD Yay.

TÜSİAD (2005), **Devlette Etikten Etik Devlete: Kamu Yönetiminde Etik (Yasal Altyapı, Saydamlık ve Ayrıcalıklar: Tespit ve Öneriler)**, Cilt: 2, İstanbul, TÜSİAD Yay.

Uçkun, Gazi, Seher Uçkun, Hasan Latif (2004), **Turizmde Etik**, Sakarya, Sakarya Yay.

Uçma, İsmet (2003), **Bir Sosyal Siyaset Kurumu Olarak Ahilik**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ural, Tülin (2003), **İşletme ve Pazarlama Etiği**, Ankara, Detay Yay.

Uslu, İbrahim (1995), **Çevre Sorunları: Kainat Tasarımındaki Değişimden Ekolojik Felaketslere**, İstanbul, İnsan Yay.

Uydacı, Mert (2002), **Yeşil Pazarlama: İş Ahlâkı ve Çevresellik Açısından Yaklaşımlar**, Türkmen Kitabevi.

Ülgener, Sabri F. (2006), **İktisadi Çözülmenin Ahlâk ve Zihniyet Dünyası (Fikir ve Sanat Tarihi Boyu Akisleri İle Bir Portre Denemesi)**, İstanbul, Derin Yay.

Vergara, Francisco (2006), **Liberalizmin Felsefi Temelleri, Liberalizm ve Etik**, (Çeviren: Bülent Arıbaş) İstanbul, İletişim Yay.

Weber, Max (2002), **Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhunu**, Ankara, Ayraç Yay.

Yıldız, Fehmi (2002), **Muhasebe Mesleğinde Meslek Ahlâkı**, İstanbul, Der Yay.

Yurtsever, Gülçimen (2000), **Şirket Etik Kodu**, Ankara, Barış Yay.

(<http://www.basbakanlik.gov.tr/etik>).

(<http://www.etik.gov.tr>).

(<http://www.huem.hacettepe.edu.tr>).

(<http://www.igiad.com>).

(<http://www.tedmer.org.tr>).

(<http://www.toplumsaetik.org.tr>).

Dördüncü Bölüm
DÜNYADAN İŞ AHLÂKI
VAK'A ÖRNEKLERİ

10. DÜNYADA İŞ AHLÂKI UYGULAMALARI ve VAK'A ÖRNEKLERİ

Ali Osman Öztürk*

GİRİŞ

Uygulamalı ahlâkın (applied ethics) bir dalı olan iş ahlâkının olumlu ya da olumsuz örneklerine gündelik yaşamımızda sıkça rastlamaktayız. Satın aldığımız ürünün satış rafına gelene kadar geçirdiği tüm evrelerin yalnızca maliyet, pazarlama veya kar açısından değil, insan onuruna yaraşır iş ve çalışma ilişkilerinden, insan sağlığı ve doğal çevreye olan etkilerine varana kadar çok geniş bir perspektifte değerlendirilebildiği bir dünyada yaşamaktayız.

İş ahlâkı, diğer birçok akademik alana göre daha genç bir sosyal bilim dalı olma özelliğini taşıdığından, 1960'lı yılların sonundan itibaren akademisyenlerin çalışmalarını yoğunlaştırmasıyla ve ancak 1970'li yılların başında akademik çalışmalarda ilk halini almıştır¹. Her ne kadar genç bir alan olsa da, iş ahlâkı alanında teorik ve ampirik çalışmalar son yıllarda büyük bir artış göstermiştir. Bu artışın en önemli nedenleri arasında dünya ölçeğinde 20.yy'ın son çeyreğinde yaşanan ekonomik, politik, sosyal, demografik ve çevresel değişimlerin olduğu görülmektedir. Günümüz işletmeleri büyüklükleri ne olursa olsun, küresel ekonomik değişimlerden, ülkelerin ya da ekonomik paktların politika ve uygulamalarından, bilinçli tüketicilerin tavır ve isteklerinden ve yatırımcıların salt kar temelli olmayan karar alma mekanizmalarından oluşan etkilere oldukça hassas hale gelmiştir.

Değişimin çok hızlı yaşandığı dünyamızda, iş ahlâkının (kimilerine göre otuz-beş yıl gibi) kısa bir sürede toplumsal yönü olan bir hareket (social movement), üniversitelerde bir akademik alan ve firmaların plan, üretim ve pazarlama pratiklerinde önemli bir rutin haline gelmesi her ülkede aynı hız ve derecede olmadığı gözlenmektedir. Ülkelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik

* Yrd. Doç. Dr., Program Director, Leadership in the Public Sector, School of Public & International Affairs, North Carolina State University, Raleigh, NC, US.

1 De George, (2005) "A History of Business Ethics". Paper February 19, 2005, at "The Accountable Corporation, " the third biennial global business ethics conference sponsored by the Markkula Center for Applied Ethics. Retrieved on June 2008 <http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html>

düzeylerine, dış dünya ile ticari bağlarının kuvvetliliğine, idari, yasal, politik yapılarıyla, kültürel altyapılarının demokratik değerlere olan uyumuna bağlı olarak iş ahlâkı tanımları, normları ve pratikleri değişiklik arz etmektedir.

Her ne kadar kimi sosyal bilimciye göre bu farklılık teorik anlamda “ahlâki izafiyet”² ile açıklansa da, uygulamalı iş ahlâkı alanında böyle bir mazerete sığınmaksızın, temel iş ahlâkı anlayışına daha duyarlı hale gelmek ve hatalardan ders çıkarmayı hedefleyen uluslararası düzeyde çalışmalar yapıla gelmiştir. Çokuluslu firmaların sıradan üretim, pazarlama, iş ve çalışma ilişkilerinin ahlâki boyutu, çokuluslu tüketicilerin gündelik satın alma kararlarında öncelikli bir konu halini aldığı günümüzde, iş ahlâkı uygulamalarının her yönüyle irdelenmesi giderek artan bir önem arz etmektedir. Burada ele alacağımız vakalar farklı sektörlerden olumlu ve olumsuz iş ahlâkı uygulamalarına örnekler sunmak amacı ile seçilmiştir. Çalışmamızın boyutu gereği sınırlı sayıda vakaya yer verilebileceğinden hareketle, iş ahlâkı çalışma ve araştırmalarının yoğun bir şekilde yapıldığı Amerika Birleşik Devletleri ve Batı Avrupa ülkelerinden örnekler üzerinde durulurken, çalışmamızın son bölümünde iş ahlâkının uluslararası boyutuna örnek teşkil edecek bir vaka ele alınmıştır.

I. İŞ AHLÂKI UYGULAMALARINA DÜNYA’DAN ÖRNEKLER

İş ahlâk vakalarını ele alan çalışmaların büyük bir çoğunluğu genellikle hatalı uygulamalar sonucu ortaya çıkan ekonomik, hukuki, sosyal, idari ya da çevresel sorunlar üzerinde durmak suretiyle bir takım paylaşılabılır dersler çıkartmayı amaçlamışlardır³. Bu geleneğe bu çalışmamızda çok fazla uyulmamış ve sadece olumsuz iş ahlâkı vakalarına değil, genel sonuçları itibariyle olumlu iş ahlâkı uygulamalarına örnek teşkil edeceği düşünülen vakalara da yer verilmiştir.

Diğer yandan, Georges Enderle’nin (1997, s.4–5) bir çalışmasında belirttiği gibi, “her ülke ve bölgenin kendine özgü iş ahlâkı (bilim) tarihi vardır” ki bu tarih Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Batı Avrupa ülkeleri gibi ülkeler için 35 yıla yaklaşırken, çoğu az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkede ise oldukça kısa bir süreçtir. Bu nedenle, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği ülkelerinin “iş ahlâkı” geçmişi ve genel karakterlerine vaka sunumu

2 Ahlâki izafiyet (ethical relativism) teorisyenlerine göre değişik kültürlerin barındırdığı çok çeşitli ahlâki kural ve normlar bizleri “evrensel” geçerliliğe sahip ahlâki kurallara ulaştırmaz.

3 İş Ahlâk disiplninde vaka analizlerinin kullanılma neden ve metodlarını daha iyi irdellemek için, lütfen bakınız: Van Lujik, (2001).

öncesi oldukça kısa bir şekilde değinilerek, vakaların irdelenmesine katkıda bulunacağı düşünülmüştür.

Bu çalışmamızda her vakanın arkaplanı (genellikle vakaya konu olan firmanın genel bilgileri ve soruna götüren süreç), sorunu (iş ahlâkına konu teşkil eden sorun ya da krizin belirlenmesi), sonucu (sorunun ortaya çıkardığı olumsuz durumlar ya da çözüme götüren adımlar) ve kısa bir analizi (yaşanan bütün gelişmelerin iş ahlâkı bağlamında değerlendirilmesi) yapılmıştır.

II. AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ'NDEN İKİ VAKA ve İKİ FARKLI SONUÇ

Kimilerine göre iş ahlâkının 1970'lerin başında uygulamalı felsefenin bir kolu olan yeni bir alan olarak ele alınması dünyada ilk kez Amerika Birleşik Devletleri'nde olmuştur⁴. 35 yılı aşan zaman sürecinde, çoğu Amerikan şirketinin iş ahlâkına uygunluğu gözetmek amacıyla programlar sunduklarını, üst düzey ahlâk komiteleri oluşturduklarını, iş ahlâkına uygunluğu özendirici kodlar (rehberler) geliştirdiklerini, şirket anlayış ve değerlerini kendi mensup ve müşterileriyle açıkça paylaştıklarını ve firmaların sosyal sorumluluklarına vurgu yapan ve çalışanlarına eğitimler sunan birimler oluşturduklarını görmekteyiz⁵. Bütün bunların yanında, özel sektör genelinde iş ahlâkına uygunluğu özendirici profesyonel açılımlar gerçekleştirilmiştir. Bunlara örnek olarak iş ahlâkı ödülleri dağıtan (The Business Enterprise Trust ve The Better Business Bureau) ve firmalara iş ahlâkı alanında rehberlik hizmeti sunan (Ethics Officers Association) organizasyonların yaygınlaşması, şirketler arası iletişim ve işbirliğini arttırmaya dönük konferansların sıkça düzenlenmesi ve pozitif örnekleri yaygınlaştırmak için iş ahlâkında belli standarda yaklaşan firmalara vergi ve benzeri düzenlemelerde kolaylıklar tanınması verilebilir.

Bütün bu gelişmeler yaşanırken, özellikle 2001 yılına gelene dek ciddi boyutta olumsuz finansal sorunları beraberinde getiren iş ahlâkına mugayir firma pratikleri⁶, Amerika'nın yüzyıla yaklaşan hukuki düzenlemelerini tekrar gözden geçirilmesini zorunlu kılmıştır. Buna göre firma içi ve dışında büyük yet-

4 E. Hurst, Nathan (2004). "Corporate Ethics, Governance and Social Responsibility: Comparing European Business Practices to those in the United States." A Study conducted for the Business and Organizational Ethics Partnership Markkula Center for Applied Ethics, Santa Clara University., http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/comparitive_study.pdf, (Çevrimiçi: 1.06.2008); T. W. Dunfee ve P. Werhane (1997). "Report on Business Ethics in North America." *Journal of Business Ethics*. Vol. 16, s. 1593.

5 Nathan, s. 12.

6 ENRON, WorldCom, Tyco, HealthSouth vb. gibi.

kilerle donatılmış denetleme organları ve mekanizmalarının oluşturulması, üst düzey finans yöneticilerinin karar ve uygulamalarında iş ahlâkı kodlarına uygunluğunun takip edilmesi ve yanlış uygulamaları ihbar eden firma üyelerinin (whistleblowers) korunmasını öngören bir dizi yasal düzenlemelere gidilmiştir.⁷

Gerek mikro anlamda firma düzeyinde, gerekse makro anlamda ülke genelinde iş ahlâkını oldukça öne çıkaran özendirici ve denetleyici gönüllü ve zorunlu mekanizmalara dünyanın hiç bir yerinde bu yoğunlukta rastlanamazken, son yıllarda üst üste yaşanan büyük firma skandalları hala ciddi kırılmaların yaşanabileceğini göstermiştir.

A. BİR İŞ AHLÂKI İHLALİ VE FİNANSAL SONUÇLARI: WORLD/COM/MCI

Arkaplan: Bernard J. Ebbers tarafından 1983'te telefon hizmetleri sunan küçük bir şirket olarak kurulan WorldCom'u sektöründe ilk sıralara taşıyan gelişme 1998'de yaşanmıştır. Bu yılda, MCI'yi 37 milyar dolara satın alarak Amerika'nın en büyük telekomünikasyon şirketlerinden biri haline geldi. Birleşmenin hemen neredeyse % 100 değer kazanan hisselerinin yani sıra, Ebber bütçe kısıntılarına giderek düşürdüğü maliyetlerden dolayı piyasada WorldCom'a güven giderek arttı ve şirket hisselerinin toplam değeri 118 milyar dolara kadar artış gösterdi⁸.

Sorun: 1999 yılından itibaren ise diğer (özellikle AT&T) telekomünikasyon firmalarıyla yaşadığı ciddi rekabet ve kablosuz telefon (wireless phones) şirketlerine artan talebin bir sonucu olarak WorldCom düşüşe geçmeye başladı. Müşteri sayısında hızla düşüş olan ve cellular telefon servisi sektörüne geçiş yapamamış olan WorldCom, 129 milyar dolarlık bir teklifle Sprint'i (kablosuz telefon hizmetleri sunan bir şirket) alarak yeniden bir çıkış yakalamak istese de, bu girişimi sektörde oluşacak muhtemel tekelcilik nedeniyle Amerikan resmi makamlarınca engellenmiştir. Bu başarısız teşebbüsün akabinde ise WorldCom'da finansal çalkantılar başlamış ve beraberinde bir dizi iş ahlâkı ihlalini de gün yüzüne çıkarmıştır.

7 L. V. Ryan, (2006). "Business Ethics and Corporate Governance in North America. ", *Global Perspective on Ethics of Corporate Governance*, (eds.), G. J. Rossouw ve A. J. G. Sison. New York: Palgrave Macmillan, s. 198-199.

8 C. Claycomb, (2005). "WorldCom/MCI: Massive Accounting Fraud. " (Ed.) Robert F. Hartley, *Business Ethics: Mistakes and Successes*, Hoboken NJ: John Wiley and Sons s. 112.

Söz konusu iş ahlâkı ihlallerinin en başında biri olarak, WorldCom'un kurucusu olan Ebbers'in kendi firma hisse değerlerini artırmak amacıyla şirket politikalarını yönlendirdiği ve değişik kredi kurumlarından aldığı kredileri ödemede şirketin yaklaşık 415 milyon dolarını kullanması gösterilmiştir. 2002'ye gelindiğinde, Ebbers'in WorldCom'u daha fazla zarara uğratmaması amacıyla, firma üst yönetimi kendisinden yıllık 1,5 milyon dolarlık emekli maaşı önererek istifasını istedi.

Ebbers'in emekliliğinin hemen ilk aylarında ise Amerikan Federal Sermaye Piyasaları Komisyonu (the Securities and Exchange Commission) aldığı duyumlardan hareketle firma muhasebe kayıtlarını inceleme altına almıştır. Firma içi denetlemelerde işletme maliyetlerini, firma genel giderleri şeklinde göstererek WorldCom'un karlılık oranlarını hissedarlara yüksek yansıttığı tespit edilmiştir. Örneğin, Haziran 2002'de firmanın finansal genel müdürü, Scott Sullivan'ın yaklaşık 3.8 milyar dolara yakın diğer telekomünikasyon firmaları aracılığıyla sundukları servis maliyetlerini, firma genel bilançosu içinde yer alan giderlere ilave ettiği ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan, firma gelirlerinde yaşanan ciddi düşüşler ile internet ve kablosuz telefon sektöründe artan rekabet ortamı WorldCom'u daha çok müşteri kaybına uğratmıştır. Nihayet, Temmuz 2002 yılında firma iflas ettiğini duyurmuştur⁹. Bütün yaşananların ardından yolsuzluğun yol açtığı toplam kayıp 11 milyar doları bulurken, WorldCom/MCI 60 milyar dolarlık mal varlığını kaybetmiştir.¹⁰

Sonuç ve Değerlendirme: WorldCom/MCI Amerikan tarihinin en büyük finansal yolsuzluklarından biri kabul edilmektedir. Yapılan incelemeler sonucunda 14 WorldCom üst düzey yöneticisi ile bu firmaya finansal danışmanlık hizmetleri sunan kuruluşların üst düzey yetkilileri, iş ahlâkına aykırı davranarak şirket çalışanlarını, hissedarlarını ve sektörde oluşturdukları spekülâtif ve haksız rekabet ortamı nedenleriyle, ciddi finansal yaptırımların yanında 25 yıla kadar varan hapis cezalarına da çarptırılmışlardır.

WorldCom'da başlayan yolsuzluk zincirlerinin en tepe noktadan başladığı ve bunun zamanla aşağı doğru sirayet ettiği gözlenmektedir. Burada, finansal açıdan ciddi boyutlarda olan iş ahlâkı ihlali üst düzey yetkililerinin bireysel tutum ve davranışlarıyla şekillenirken, sadece bir kişinin gerçekleştireceği bir olay olmadığı anlaşılmaktadır. Burada altı çizilmesi gereken konu, yolsuzluk faaliyetlerine gönüllü ve aktif olarak katılanların yanında, oluşturulan korku

⁹ Claycomb, s. 115-116

¹⁰ W. C. Frederick, (2006), *Corporation, Be Good!* Indianapolis: Dog Ear Publishing, s. 189.

ve baskı ortamından etkilenecek pasif olarak katılanlarında bulunuyor olmasıdır. Örneğin, WorldCom'da bazı orta kademe yöneticileri yapılan yolsuzluğu tespit etmelerine rağmen, durumu ihbar etmeleri halinde yolsuzluğa karışan üst düzey yöneticiler tarafından işten çıkartılabileceklerini düşünerek geri adım attıkları tespit edilmiştir.¹¹

WorldCom/MCI kurucusu, yönetim kurulu üyeleri ve diğer üst düzey yetkililerinin tahrifat yapılmış muhasebe kayıtlarından hareketle, firmalarına haddinden fazla güvenerek iyimser tahminler üzerine yatırım kararları almış olması firmayı iflasa sürüklerken, bir çok çalışanın işlerini kaybetmelerine ve hissedarlarının çok büyük kayıplar yaşamasına neden olmuştur. Bunun yanında, telekomünikasyon sektöründe spekülasyon hareketlenmelere neden olması hasebiyle diğer firmaları bir hayli müşkül durumda bırakmıştır. WorldCom/MCI bünyesinde bulunan 70 şirketin tüm muhasebe işlemlerini yürütmek üzere, merkezi bir sistem kurmuş ve bu vesileyle tüm hesap kalemlerini rahatlıkla bir merkezden kontrol edebilen yapıda oluşabilecek yolsuzluklara zemin hazırlamıştır. Bütün bunların yanında, özel iki mali denetleme firmasının, üç yatırım bankasının ve bir komisyoncu firmanın (brokerage) böyle bir yolsuzluğa göz yumduğu ortaya çıkartıldığına göre, finansal denetimin resmi makamlar tarafından da yapılmasının ya da denetleme surecine daha etkin organların dahil edilmesinin gerekliliği bir kez daha anlaşılmaktadır. Hali hazırda firma denetleme mekanizmalarının, iş ahlakına aykırı tutum ve davranışları engellemesinin ötesinde, kayıplar yaşanmadan önce durumu tespit etmekte dahi zorlanıyor olması, yeni ve daha kapsamlı denetim mekanizmalarına olan ihtiyacı gözler önüne sermektedir.

B. POZİTİF İŞ AHLÂKI VE ETKİN KRİZ YÖNETİMİ: TYLENOL

Arkaplan: Johnson & Johnson (J & J) sağlık ve hijyen ürünleri üretiminde dünyanın önde gelen üreticilerinden biridir. Merkezi, New Jersey Amerika'da bulunan firma 57 değişik ülkede üretim faaliyetlerine devam eden ve yaklaşık 120 bine yakın çalışanı olan bir firmanın 2007 yılındaki satış geliri toplamda 61 milyar doları aşmış durumdadır.¹²

Sorun: Sektöründe önde gelen, çalışanlarına ve müşterilerine oldukça güven veren firmalardan biri olarak gösterilen Johnson & Johnson'ın kaderinde dönüm noktası kimilerine göre Ekim 1982'de gerçekleşmiştir. Firmanın o yıllardaki

¹¹ Claycomb, 2005, s. 119-120.

¹² Johnson & Johnson (2008), **Our Company**. <http://www.jnj.com/connect/about-jnj/?flash=true> (17/5/2008)

toplama karının % 20'ye yakını elde ettiği TYLENOL isimli ağrı kesici ilacın Chicago (Sikago)'da yedi kişinin ölümüne neden olduğu iddia edilmiştir. Daha sonra yapılan tetkiklerde, söz konusu ilacı alan kişilerin oldukça yüksek dozda zehir içeren TYLENOL kapsüllerinden etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Kısa bir süre sonra ise, kimliği belirlenemeyen kişi ya da kişilerce, market ve eczanelerde satılan TYLENOL ilaçlarının önceden satın alarak, kapsüllerin içine zehir enjekte ettikten sonra ilaçları tekrar paketlemek suretiyle satış noktalarına yerleştirdiği ve bazılarını satın alan ve kullanan yedi kişinin güçlü zehir karşısında çok kısa bir surede hayatlarını kaybettikleri tespit edilmiştir (Berge, 1990). Bütün bunlar olurken, medya ve kamuoyunun dikkatini yoğun bir biçimde üzerine çeken firma, ciddi bir krizle karşı karşıya kalmış ve TYLENOL ilacının sektördeki payı giderek azalmaya başlamıştır.

Firma Reaksiyonu ve Kriz Yönetimi: Söz konusu ölümlerin üzerine, firma ilk olarak tüketicileri Tylenol ağrı kesicisini satın almamaları konusunda uyarırken, aynı zamanda ilacı bütün satış noktalarından toplatmıştır. Akabinde, J & J yönetim kurulu başkanı James Burke firma nezdinde bir strateji komitesi kurarak üç aşamalı bir plan hazırlamıştır. Buna göre, ilk asama bu trajik olayın nedenlerinin tespiti; ikinci aşama, firma adına oluşan mali zararın tespiti ve kontrol altına alınarak firma tarafından karşılanması; üçüncü aşama ise ürünün (Tylenol) tekrar piyasaya sürülmesi şeklinde belirlenmiştir. Belirlenen strateji J & J'in firma olarak suçlu bulunmadığı bir olay karşısında, sorumluluk olarak oluşan zararı asgariye indirmek için her türlü tedbiri almaya istekli olduğunu kamuoyuna göstermiştir. Kamuyu koruma ve bilgilendirme sürecinde, yaklaşık 100 milyon dolarlık maliyet göze alınarak, piyasada bulunan tüm Tylenol ilaçları geri toplatılmış ve yarım milyon dolar daha harcanarak sağlık kuruluşları, doktorlar ve müşterilere reklamlar ve anonslar yapılmak suretiyle daha güvenli şekilde ambalajlanmış ürünleri piyasaya sunacağını duyurmuştur.¹³

James Burke'nin kriz yönetimi stratejisinin üçüncü ayağında, Tylenol'u tekrar piyasaya sürmek gibi çok güç bir hedef amaçlanmıştır. Bu zorlu hedef için, J & J oldukça geniş çaplı bir pazarlama ve reklam atağına geçerek, müşterilerin güvenle Tylenol'u satın alabileceklerini ve sabotaja açık olan kapsül turu yerine tablet şeklinde yeniden üretilen ilacın kullanımında hiç bir sakınca olmadığı konusu sıkça telkin edilmiştir. Son olarak, özel paketleme yöntemiyle (üç-kat firma mührü kullanılarak) manipölasyonlara açık olmayacak şekilde

13 G. Broom., A. Center ve s. Cutlip, (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Prentice-Hall, s. 252

de ürünü piyasaya sunmaya başlamışlardır. Bunun yanında, ürünün fiyatında dörtte biri oranında indirim uygulanmış, kuponlar dağıtılarak müşteri çekilmeye çalışılmış ve ayrıca yaklaşık iki bine yakın firma satış elamanı doktor ofislerini ve eczaneleri ziyaret ederek, alınan tüm tedbirleri ve yeni ürünün güvenilirliği hakkında bilgiler sunmuştur.¹⁴

Sonuç ve Kısa Bir Değerlendirme: J & J'in belirlediği üç aşamalı stratejinin başarıyla uygulanmasıyla birlikte, firma bir yıl gibi kısa bir süre içinde tekrar eski market payını elde ederek bu oranı % 7'den % 35'e çekmiştir. Aynı zamanlarda yapılan anketlerde, J & J'in dürüstçe ve samimi bir şekilde krizi ele aldığını ve sorumluluğu üstlenerek her türlü önlemi alabileceğini müşterilerine ispatladığını işaret eden sonuçlar elde edilmiştir.¹⁵

Burada ele aldığımız iş ahlâkı vakası, firmanın ahlâki ve sosyal sorumluluk alanlarını çok doğru biçimde belirlemek suretiyle, kendi eylem ve hataları dışında da olsa içine düştüğü büyük krizden aşamalı olarak uyguladığı stratejik planı sayesinde nasıl kurtulduğunu irdelemek anlamında klasik bir örnek teşkil etmektedir. Böyle bir başarının sağlanmasında atılan kritik adımlar, J & J firması her türlü iletişim kanalını açık tutarak kamuoyunu zamanında bilgilendirme ve aydınlatma faaliyetlerini kontrol etmesi, kriz döneminde ilaçları hemen toplatarak ve vakit kaybetmeksizin daha güvenli şekilde tekrar sunumunu gerçekleştirmesi, maliyetine katlanarak kamuoyu ve müşteriler nezdindeki firma ve ürünün imajını koruması şeklinde sıralanabilir.

III. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE İŞ AHLÂKI: İKİ ÜLKE, İKİ VAKA

Avrupa Birliği ülkelerinde iş ahlâkı konsept ve uygulamalarına 1980'lerin başında rastlanırken, üye ülkelerin iş ahlâkını konu alan akademik eğitim, öğretim ve araştırmalarında bir çok benzer noktalar ve özel sektör/firma uygulamalarında ise bir o kadar farklı oldukları gözlenmektedir. Avrupa'da her ülkenin farklı tarihi geleneklere ve kültüre sahip olması böyle bir farklılığı tabii kılmaktadır. Söz konusu farklılıkları asgari düzeye çekmek ve Birlik geneli bir ahenk oluşturmak amacıyla üniversite, özel sektör ve diğer profesyonel kuruluşların temsilcilerinden oluşan Avrupa İş Ahlâkı Birliği (The European Business Ethics Network– EBEN) 1987'de kurulmuştur (Gilbert, 1999; Guillen, Mele, and Murphy, 2002). 1994 yılında ise İş Ahlâkı Avru-

14 R. F. Hartley (2005), *Business Ethics: Mistakes and Successes*, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc. Hartley, 2005, s. 307.

15 Hartley, 2005, s. 313.

pa Enstitüsü (The European Institute for Business Ethics – EIBE) EBEN ile ortak bir girişim olarak kurularak, ülkesel düzeyde iş ahlâkı anlayış ve pratiklerinin Avrupa Birliği norm ve politikaları bağlamında gelişimine katkıda bulunması amaçlanmıştır.¹⁶

Genel olarak bakıldığında, iş ahlâkıyla doğrudan ilişkili olduğu kabul edilen şirket sosyal sorumluluğuna (corporate social responsibility) Avrupalı şirketlerin oldukça duyarlı oldukları gözlenmiştir. Böyle bir sorumluluğun gelişiminde, kıta Avrupası'nın sosyalizm akımından etkilenerek üretim faaliyetlerinin insani boyutuna daha çok vurgu yapıyor olmasının etkisinden söz edilebilir.¹⁷ Ancak son yıllarda Avrupa'nın önde gelen firmalarında iş ahlâkına aykırılıklar olduğu gözden kaçmamaktadır. Söz konusu trendin gelişiminde ise 1990'lı yılların sonunda Avrupa şirketlerinin, Kıta Avrupası'nda alışageldikleri klasik devlet kontrolünden uzak bir şekilde, "Amerikan Stili Ekonomi" politikalarını ve metodları kullanarak dünya pazarlarına hızla açılmış olmaları gösterilmektedir. Ayrıca, özelleştirme politikalarının hızla uygulamaya konduğu yılların akabinde, devletin piyasa düzenleyici rolünü yerine getirdiği "güçlü eli" artık özel sektör politika ve uygulamalarını kontrol altına almada oldukça zayıflamıştır.¹⁸

A. PARMALAT: İTALYAN GIDA DEVİNİN ÇÖKÜŞÜ

Arkaplan: Parmalat, İtalya'nın en büyük, Avrupa'nın ise dördüncü en büyük süt ürünleri ve gıda firmasıdır. 1961 yılında, Calisto Tanzi tarafından kurulan firma 1990'lara gelindiğinde, Latin ve Kuzey Amerika'dan, Avustralya ve Güney Afrika'ya kadar değişik kıtalarda yan kuruluşlar tesis etmiştir. Kısa süre içinde bir dünya devine dönüşen ve 31 değişik ülkenin gıda pazarlarına girmiş olan Parmalat 2002 itibariyle 36 bin işçinin çalıştığı ve toplam geliri 7.6 milyar Euro'ya yaklaşmış bir uluslararası firma haline gelmiştir.¹⁹

(Sorun: Aralık 2003'te, Parmalat'ın 150 milyon Euro'luk bir bono ödemesini yapamadığı ortaya çıktığında, bankalarda 4 milyar Euro nakiti olduğu bilinen firmanın aslında görüldüğü kadar finansal açıdan güvenli ve istikrarlı bir yapıya sahip olmadığı anlaşılmıştır. Bu olayın akabinde başlayan hesap incele-

16 Lujik, Henk J. L. (1997). Business Ethics in Western and Northern Europe: A Search for Effective Alliances. *Journal of Business Ethics*, Vol. 16 No. 11, s. 1582.

17 Guillen, M., D. Mele ve P. Murphy, (2002). "European vs. American Approaches to Institutionalisation of Business Ethics: The Spanish case." *Business Ethics: A European Review*. Vol. 11, No. 3, s. 168.

18 Nathan, s. 45.

19 S. Arie (2004) **Parmalat dream goes sour**. The Observer. <http://www.guardian.co.uk/business/2004/jan/04/corporatefraud.parmalat2> (04/01/2004)

meleri sonucunda, herhangi bir nakit varlığın olmadığı ve firma yetkililerinin finansal kayıt ve mali işlemlerde usulsüzlük yapmak suretiyle Parmalat'ın gerçekte borç miktarı olan 14.3 milyar doları açıklamadıkları ortaya çıkarılmıştır. Bu miktar Parmalat yetkililerin açıkladığı resmi borç miktarının tam sekiz katı daha fazladır.²⁰

Parmalat'da yolsuzluğun başlangıcı olarak, firmanın 1997 yılında dünya çapında bir gıda devi olmak amacıyla yeterli finansal donanımı olmaksızın borçlanarak Kuzey ve Güney Amerika kıtalarına açılmış olması gösterilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde üçüncü büyük bisküvi üreticisi haline gelmesine rağmen, Parmalat bu açılımlarından kar yerine zarar etmeye başlamıştır. Firma bunlarla da yetinmeyerek, Parmalat'ın kurucusu ve ilk yönetim kurulu başkanın arzusuyla turizm ve medya sektörlerine de yönelen firma, ayrıca Parma futbol kulübünü de satın almıştır. Bu yatırımlarının hepsinde ciddi zararlara uğrayan firmanın Aralık 2003'te, Cayman adalarında bulunan bir offshore hesabi aracılığıyla banka işlemlerinde sahtekarlık ve yalan beyanda bulunarak borçlarını gizlediği tespit edilmiştir. Firmanın, offshore hesapları aracılığıyla yaklaşık 10 milyar Euro'yu nerede ve nasıl ortadan kaybettiği konusu hala net olarak bilinmemekle birlikte, firmanın kurucusu Calisto Tanzi yaklaşık 1 milyar dolarlık miktarın aile şirketlerinin açıklarını kapatmak üzere usulsüz olarak kullanıldığını göstermektedir.²¹

Sonuç ve Kısa Bir Değerlendirme: Parmalat'ın firma hesaplarında usulsüzlük ve sahtekarlık yaparak hissedarlarını ve resmi makamları dolandırmak ve yolsuzluk suçlarından dolayı, İtalyan yetkililer içlerinde firmanın kurucusu, yönetim kurulu başkanları, finansal direktörü, muhasebecileri ve avukatlarından oluşan 29 kişi hakkında Aralık 2003'te takibat başlatmıştır. Aynı şekilde, Parmalat ile uzun yıllar çalışmış ve finansal işlem ve usullerde gerekli ihtimamı göstermediği görülen Bank of America İtalya şubesi ve denetçileri ile Deloitte & Touche mali müşavirlik firması yetkilileri de suçlu bulunmuştur. 2003 yılı başında, Parmalat firması İtalyan hükümetine başvurarak, borçlularından korunma ve Endüstri Bakanlığından firmanın başına bir kişi atmasını talep etmiştir. Bu talebi olumlu karşılanan firmanın başına, resmi karar ile Enrico Brondi getirilmiştir.²²

20 Guardian, 2004.

21 Business Week (2004). **How Parmalat Went Sour.** http://www.businessweek.com/magazine/content/04_02/b3865053_mz054.htm, (Çevrim içi. Haziran 2008)

22 Guardian, 2004.

2003 yılına kadar hiç bir Avrupa Birliği üyesi ülke bu şiddette finansal yolsuzlukla sonuçlanan iş ahlâkı ihlaline şahit olmamıştır. Kimilerine göre, Amerika Birleşik Devletlerinde ENRON, WorldCom/MCI, Tyco, v.b. finansal yolsuzluk skandallarının benzerlerinin A.B. ülkelerinde de yaşanabileceğini ortaya koyması açısından önemli bir iş ahlâkı vakasıdır. Bu yönüyle, Parmalat bir anlamda A.B. yetkili mercilerine ciddi bir sinyal göndererek, ileride doğabilecek sakıncalı durumları önlemeye dönük tedbirler almaya çağırmaktadır. Aynı şekilde, İtalya’da firma yönetimi, muhasebe ve finansal raporlama standartları gibi kritik alanlardaki eksiklikleri de acı bir fatura ile gözler önüne sermiştir.

İş ahlâkı ihlalleri yakından incelendiğinde, ortaya çıkan sorunun temelinde Parmalat’ın bir aile firması şeklinde kurulduktan sonra, bu yapıyı bozmaksızın kurucu ailenin kontrolünde kalan bir karar alma mekanizması ile hızla dünya piyasalarına açılması gösterilmektedir.²³ Ancak, karar alma mekanizmalarına katılan profesyonel firma temsilcilerinin de yeterince ahlâki sorumluluklarını yerine getirmedikleri, özellikle iç ve dış denetimler esnasında yalan beyan ve belgeler sunarak bilinçli olarak otoriteleri aldatmayı amaçladıkları ortaya çıkmıştır. Parmalat süt ve gıda ürünlerinde bir dünya devi haline geldiğinde ise oluşan kompleks yapıya rağmen, hala karar alma mekanizmasının merkezde tutulması firma denetimini güçleştirirken, iş ahlâkı ihlallerine elverişli bir ortam hazırlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nde görülen ENRON finansal yolsuzluğunda da görüldüğü gibi, büyük firmaların iş ahlâkı ve sosyal sorumluluklarını gözetleme ve denetlemenin firma içi ve dışında çok yönlü olarak sağlayacak mekanizmalara İtalya’da, dolayısıyla A.B. genelinde de oldukça ihtiyaç duyulduğu ortaya çıkmıştır.

B. VOLKSWAGEN: ŞİRKET SOYSAL SORUMLULUĞU ve İŞ AHLÂKINA GÜZEL BİR ÖRNEK

Arkaplan: Almanya’nın Wolfsburg kentinde merkezi bulunan, Avrupa’nın en büyük otomobil üreticisi olan Volkswagen firmasının 2007 satış geliri 109 milyar Euro olarak açıklanmıştır. Dünya otomobil piyasasının yaklaşık % 10’nu elinde bulunduran Alman firmasının 2007 yılı karı 4.1 milyar Euro şeklinde gerçekleşmiştir. Volkswagen gurubu Avrupa başta olmak üzere, Kuzey

²³ V. Marco, (2004). “Italy’s Enron: Does Wall Street Share Parmalat’s Blame?” *World Press Review*. Vol. 51, No. 3. <http://www.worldpress.org/Europe/1796.cfm>; A. Melis, (2005). “Corporate Governance Failures: to What Extent is Parmalat a Particularly Italian Case?” *Corporate Governance*. Vol. 13, No. 4, s. 482.

ve Güney Amerika, Asya ve Afrika’da 48 değişik noktada üretim yapmakta ve bünyesinde 329 bin işçi çalıştırmaktadır.²⁴

Sorun: Dünya ekonomilerinde küreselleşmenin yarattığı dalgalanmalar 1993–1994 yılında Volkswagen’i büyük bir kriz ile yüz yüze getirmiştir. Krizin aşılabilmesi için üretim maliyetlerinin kısılması ve bu çerçevede 30 bine yakın işçinin işten çıkartılması gündeme getirilmiştir. Bu planın uygulanması halinde hem Alman ekonomisi, hem de firmanın üretim yaptığı diğer ülkelerde doğuracağı olumsuz etkiler tartışılmaya açılmıştır. Tartışmaların odağında ise, firma üretiminin Almanya başta olmak üzere diğer Avrupa ülkelerinden işçi maliyetleri düşük Latin Amerika, Güney Afrika ve Çin’e kaydırılmasını amaçlayan alternatiflerin firma tarafından oldukça ciddiye alınmış olmasıdır.

Çözüme Götüren Süreç: Bilindiği gibi, Alman İş Hukuku ve Sosyal Politikaları, işveren ve işçiler arasında vuku bulan anlaşmazlıklara çözüm üretirken sektörel bazda eşit ücret, adil çalışma koşulları ve diğer sosyal haklarda belirli standartlar oturtmayı hedeflemiş, bu hedefe ulaşmak için ise toplu iş sözleşmeleri, grev ve lokavta gidebilme haklarının her yönüyle kullanılmasına olanak sağlamıştır. Bu sistemin, II. Dünya savaşı sonrası yeniden küllerinden doğan bir ülkenin hızlı ve istikrarlı gelişme hedeflerine uygun olduğu tartışma götürmez bir gerçekken, küreselleşmeyle birlikte özellikle üretici firmaların içinde buldukları hassas durumlarda eski etkinliğinden oldukça uzakta olduğu savunulmuştur.²⁵ Bu çerçevede önceden iş güvenliği kapsamında işveren ve işçiler arasında doğan anlaşmazlıklarda “kuvvet dağılımına” dayalı çözüm üretme mantığının yerini küreselleşmenin olumsuz etkilerini bertaraf etmede “karşılıklı dayanışma” ya da “karşılıklı fedakarlık” anlayışına bırakması gerektiği şeklinde tartışmalar son yıllarda daha da artmıştır.

1990’lı yıllarda uluslararası ölçekteki firmaların artan rekabet ve üretim maliyetlerine karşı geliştirdikleri stratejilerin genellikle üretim kapasitelerini düşürmeden firma maliyetlerini kontrol altına almak üzerine yoğunlaştırdıkları ve ilk iş olarak işçi çıkarımına gittiklerini görmekteyiz. Benzer problemlerle karşı karşıya kalan Volkswagen, 30 bine yakın işçisini gerektiğinde lokavt hakkını da kullanarak işten çıkartabilecek yasal imkanlara sahipken, böyle bir metod izlememiştir. Söz konusu kriz karşısında firma yönetimi ve işçi konseyleri hemen harekete geçerek işçi çıkarımı dışındaki alternatifler üze-

24 (Volkswagen (2008). (çevrimiçi: 11. 06. 2008) <http://www.volkswagenag.com/vwag/vwcorp/content/en/homepage.html>

25 Steinmann, Horst (2002). “Corporate Ethics in Germany: A Republican View and Its Practical Consequences.” Lu, Xiaohu and Enderle, Georges (Eds.) *Developing Business Ethics in China*, s. 252.

rinde araştırma ve müzakerelere başlamışlardır.²⁶ Böyle bir girişim o yıllara kadar Alman özel sektör uygulamalarında klasik yöntemlerin dışına çıkmak anlamına da gelmiştir. Uzun süren cabalar sonucunda, Volkswagen yönetimi ve işçileri arasında varılan mutabakat ile “karşılıklı fedakarlık” esasına uygun olarak krizi önlemeye dönük bir “tedbir paketi” uygulamaya konmuştur. Söz konusu tedbirler çerçevesinde Volkswagen işçi çıkarımına gitmezken, çalışma saatleri 30 saatle sınırlı kalmış, sosyal kriterler göz önünde tutulmak suretiyle maaş ve ücretler belli oranda düşürülmüş, işçiler gerektiğinde başka üretim bölgelerine kaydırılmış, çalışma saatlerinde esneklik sağlanmış, erken emeklilik imkanı sunularak genç işçilere iş güvenliği temin edilmiş ve firma-içi eğitimler yoğunlaştırılarak ihtiyaç görülen alanlara işçi yetiştirilmiştir.²⁷

Değerlendirme: Bu vakayı şirket sosyal sorumluluğu ve iş ahlâkı anlamında irdelediğimizde, Volkswagen şirketinin üretim hedef ve süreçlerini değişen rekabet şartlarına göre yeniden gözden geçirirken çalışanlarını mağdur etmeyecek alternatiflere yoğunlaşmasıyla bir çok dezavantajı, firmanın avantajına dönüştürmeyi başardığını görebiliriz. Volkswagen firması genel ekonomik ve sosyal durumu bahane ederek, mavi yakalı işçilerinin zayıf yönlerini (yaşlı ve kalifiye olmayan iş gücü v.b.) ve otomobil üretimini gerçekleştirdiği bölgelerin zaaflarını (işsizlik oranı, ekonomik gelişmişlik ve çevre şartları v.b.) kullanmak yerine, söz konusu zayıf ve hassas noktalara katkı sağlamak üzere hareket etmiştir.

1993'teki bu gelişmelerden sonra, Volkswagen dünya çapında faaliyet gösterdiği yerlerde de aynı hassasiyeti korumaya çalışmakla birlikte çalışanlarıyla, faaliyet gösterdiği ülkelerin yerel yönetimleri ve yakın çevreyle her zaman diyalog halinde kalarak ve onların sorunlarına, isteklerine duyarsız kalmamaya özen göstermiştir. Bu çerçevede “hayat boyu eğitim” felsefesiyle çalışanlarının kendilerini geliştirmelerine dönük faaliyetlerini yoğunlaştırdığı gibi (örneğin, 2004'te 36 bin işçisine 4 binden fazla kurs ve seminerler düzenlemiştir), Alman Doğayı Koruma Birliği'yle ortaklaşa benzin tasarrufu konusunda Alman halkını bilinçlendirme çabalarına katkıda bulunmaya devam etmiştir. Şeffaflık ve dürüstlük ilkelerine oldukça önem veren Volkswagen her iki yılda bir danışma kuruluna ekonomik gelişmeler, firma planları ve muhtemel riskler hakkında bilgilendirmek suretiyle çalışanlarına ve kamu-

26 Steinmann, s. 253.

27 EMCC (2003). “Corporate social responsibility in Volkswagen AG.” European Monitoring Centre on Change case studies. <http://www.eurofound.europa.eu/emcc/publications/2003/dc03004a.pdf> (Çevrimiçi, 10.06.2008).

yuna şeffaf bir yönetim tarzı benimsediğini ispatlamıştır. Ayrıca, ombudsman mekanizmasını iş ahlâkına uyarlayan Volkswagen, firma içinde vuku bulan olumsuz durumları “ihbar etme” sistemini geliştirerek, hem yanlış durumu ihbar eden işçisini yeterli şekilde korumuş, hem de sorunlar ciddi boyutlara ulaşmadan makul araç ve yöntemler kullanmak suretiyle çözüm üretme mekanizmaları geliştirmiştir.²⁸

IV. ULUSLARARASI FİRMALAR ve AZ GELİŞMİŞ ÜLKE GERÇEKLERİ: GÜÇLÜKLER ve ÇÖZÜM ARAYIŞLARI

Son yıllarda, Çin ve Hindistan basta olmak üzere, gelişmekte veya az gelişmiş ülkelerde üretim ve pazarlama faaliyetlerinde bulunan uluslararası firma sayılarında yaşanan artış, olası iş ahlâkı ihlallerinin önlenmesi ya da asgari kayıpla telafi edilmesi için gereken tedbirlerin alınmasını zorunlu hale getirmektedir. İş ahlâkı konsepti üzerindeki çalışma ve tartışmalar genel hatları itibariyle (Avrupa Birliği’ni istisna kabul edersek) ülkelerin yerel unsurları ve sınırları çerçevesinde gerçekleşmektedir. Bu durum ise gerek evrensel iş ahlâkı standartlarını inşa etmede ve gerekse uluslararası firmaların iş ahlâkına aykırı uygulamalarını düzenleyici ve denetleyici mekanizmaların geliştirilmesinde ciddi güçlüklerle karşılaşılmasına neden olmaktadır.

Bu güçlüklerden ilki, ülkelerin ekonomik, yasal, politik ve sosyo-kültürel altyapılarındaki farklılıklar nedeniyle iş ahlâkının her ülkede aynı ehemmiyete ve muhtevaya sahip olmamasıdır.²⁹ Son yıllarda yerel sosyo-kültürel altyapıların iş ahlâkı algılamalarını ne yönde etkilediğini araştıran ampirik çalışmalar baktığımızda, bu iddiayı güçlendiren sonuçlar görmekteyiz. Bu tür bilimsel çalışmaların ortak sonucu şirket yönetici ve çalışanlarının iş ahlâkı tasavvur ve uygulamalarında içinde yetiştikleri sosyo-kültürel unsurların etkilerinde kaldıkları yönünde olmuştur.³⁰ Diğer bir deyişle, ülkelerin altyapılarında gözlenen farklılıklar nedeniyle, bir ülkede ahlâki kabul edilebilen işletme pratikleri bir diğer ülkede gayri ahlâki kabul edilebilmekte, ya da bunun tam

28 Kopp, R. and Richter, K. (2007). “Corporate Social Responsibility at Volkswagen Group.” Zimmerli, W., Richter, K., ve Holzinger, M. (Eds.) *Corporate Ethics and Corporate Governance*, Berlin, Almanya: Springer-Verlag. s. 206.

29 De George, 1999

30 Jackson, T. and Artola, M. C. (1997). “Ethical beliefs and Management behavior: a cross-cultural comparison.” *Journal of Business Ethics*, Vol. 16 No. 11, s. 1168; Chan, T. S. and Armstrong, R. W. (1999). “Comparative ethical report card: a study of Australian and Canadian managers’ perceptions of international marketing ethics problems.” *Journal of Business Ethics*, Vol. 18 No. 1, s. 6-8; Luijk, 1999, s. 1583 Peppas, s. C. and Peppas, G. J. (2000). “Business ethics in the European Union: a study of Greek attitudes.” *Management Decision*, Vol. 38 No. 6, s. 373; Ali, A. J. and Al-Kazemi, A. A. (2003). “Islamic work ethic in Kuwait.” *Cross Cultural Management: An International Journal*, Vol. 14 No. 2, s. 98-99.

tersi durumlar görülebilmektedir.

Buna en güzel örnek çocuk işçi kullanmayla ilgili olarak, uluslararası firmaların kendi ülkelerindeki pratiklerin aksine Asya ve Güney Amerika'daki ortaklarının ya da taşeron firmalarının iş ahlâkına aykırı faaliyetlerine belli oranda kayıtsız kalmaları gösterilebilir. Örneğin, 20 yıl sonra nasıl bir Çin ile karşılaşacağımızı tasavvur bile edemediğimiz bir ortamda, Çin'in üretim faaliyetlerinde tecrübe ettiği bas döndürücü hiza yeterli mukavemeti gösterecek iş ahlâkı anlayışı ve uygulamalarının geliştirilmesinde bu ülkede faaliyet gösteren tüm uluslararası firmaların katkılarına ihtiyaç duyulmaktadır.³¹ Ancak iş ahlâkı alanında söz konusu ihtiyaca yönelik adımların Çin'de faaliyet gösteren uluslararası firmaların önceliği olmadığı yaşanan gelişmelerden anlaşılmaktadır.

Uluslararası iş ahlâkı alanındaki gelişmeleri engelleyen ikinci güçlük, yerel anlamda özellikle gelişmekte olan ülkelerin iş ahlâkı uygulama ve ihlallerine karşı gereken tedbir ve tepkiyi kısa vadeli hedefleri uğruna göstermemeleriyle ilgilidir. Burada üzerinde durmaya çalıştığımız husus, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde iş ahlâkına riayetsizlikleri önlemek amacıyla kapsamlı hukuki altyapıya ve kurumlara sahip olmamalarının yani sıra iş ahlâkı konusunda bilinçlenmeyi ve ortak hareketi sağlayacak baskı gruplarının (özellikle tüketici ve işgücünü temsil eden) yeterince etkili olamamalarıdır. Bir diğer taraftan, yüksek enflasyon ve işsizliğin yanında yeterli endüstriyel altyapıya sahip olmayan az gelişmiş ülkelerin içinde buldukları çıkmazdan kurtulabilmek adına (uluslararası yatırımcı ve üreticilere cazip gelecek şekilde) iş ahlâkı ihlallerini görmemezlikten geldikleri gözlenmektedir.³² Brezilya'nın ekonomik çıkarları doğrultusunda Amazon yağmur ormanlarının yerel ve uluslararası firmalar tarafından tahrip edilmesine karşı gereken düzenleme ve denetlemelerin yapılmaması bu duruma örnek gösterilebilir.³³

İş ahlâkı uygulamaları konusundaki diğer bir kritik konu ise uluslararası düzeydeki meseleler (çocuk işgücü kullanma, rüşvet, çevre kirliliği vb.) ve zenginliğin paylaşımı gibi kritik konulara adalet ve eşitlik prensipleri çerçevesinde yaklaşabilen kabul edilmiş bir uluslararası kuruluşun olmamasıdır. Aslında son yıllarda bu eksikliği gidermek üzere bir takım girişimlerde bulunulsa da kayda değer bir mesafe kat edilmemiştir. Örneğin OECD üyesi ülkeler ilki

31 G. Enderle, (1997). "A Worldwide Survey of Business Ethics in the 1990s," *Journal of Business Ethics*, Vol. 16, s. 3.

32 De George, R. T. (2002). "Business Ethics, Globalization, and the Information a.g.e." Lu, X. and Enderle, G. (Eds.). *Developing Business Ethics in China*. New York, NY: Palgrave Macmillan, s. 4).

33 De George, 1999, s. 236.

1999 yılında olmak üzere uluslararası finansal istikrarı sağlamak ve korumak amacıyla on iki ana standart yayınlamıştır. Dünya Bankası ise büyüyen dünya pazarlarında bu standartların uygulanmasını teşvik edici rol üstlenerek, şirket yönetimlerinin hukuki ve mali sorumluluklarına uygun hareket etmelerine katkıda bulunmaya çalışmıştır. 2004 yılında söz konusu standartlar yeniden gözden geçirilerek genişletilmiştir (OECD, 2004). Birleşmiş Milletler, Kofi Annan'ın başkanlığı döneminde benzer bir çaba içine girerek, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi çerçevesinde ülkelerin ve firmaların üzerlerine düşeni yapmaları çağrısında bulunmuştur. Yine son yıllarda, bir grup Amerikan, Avrupalı ve Japon firmaları, ortak girişimleri sonucu üzerinde mutabık oldukları Caux Prensiplerini (insan onuruna saygı ve ortak hedef için güç birliği) deklare etmişler, gönüllü olarak iş ahlâkını özendirici bir dizi faaliyet ve tedbirleri uygulamaya koymuşlardır (cauxroundtable.org). Maalesef, bahsini edilen tüm çabaların küresel boyutta çözüm üretebilen mekanizmalara dönüşmesinin henüz mümkün olmadığı gözlenmektedir. Bu konuda, çok yönlü çalışma ve konsensüslere ihtiyaç duyulmaktadır.

Takip eden kısımda, şu ana kadar üzerinde durmaya çalıştığımız konuya örnek teşkil edecek bir vakayı incelemeye çalışacağız. Bir uluslararası firmanın (Nestle) özellikle az gelişmiş ülke pazarlarında kullandığı pazarlama tekniklerinin iş ahlâkına yeterince uygun olmaması neticesinde karşılaştığı kriz ele alınarak, firmaların kendi ülke sınırları dışında neden olabilecekleri olumsuz gelişmeler ve bu tür krizlere çözüm üretmeye dönük çabaların uluslararası boyutu irdelenmiştir.

Nestle Bebek Maması: Bir Uluslararası İş Ahlâkı Vakası

Arkaplan: Resmi olarak Nestle Alimentana olarak bilinen ve merkezi Vevey (İsviçre/Switzerland)'de bulunan Nestle firması gıda ve kozmetik ürünleri alanında dünyanın sayılı uluslararası firmaları arasında gösterilmektedir. Kökü 19.yy ikinci yarısına kadar dayanan firma, günümüze değin bünyesinde dünyanın birçok yerinden değişik gıda ve kozmetik firmalarını katarak pazar payını daha da arttırmıştır.³⁴ Dünya pazarlarının hemen hepsinde pazar payına sahip olan Nestle süt ve süt ürünlerinin yanında, hazır içecekler (instant drinks) ve kurutulmuş gıdalarda da söz sahibidir.

Sorun: 1970'li yılların başlarında, bebek maması tozu üreticilerinin geliş-

³⁴ Nestle, özellikle 1990'lı yıllarda Latin Amerika ve son yıllarda Avrupa firmalarını bünyesine katmıştır. En son, bebek gıda ürünleri üretim ve pazarlamasını yapan Geber firmasını yaklaşık 5.5 milyar dolara Nisan 2007'de satın almıştır. (Bknz: <http://money.cnn.com/2007/04/12/news/international/bc.gerber.nestle.reut/index.htm>).

mekte olan ülkelerdeki uyguladıkları agresif pazarlama teknikleri sayesinde artan satışları ve aynı ülkelerdeki artan bebek ölümleri arasında bir bağlantı olabileceği tartışılmaya başlamıştır. Az gelişmiş ülke pazarlarını ele geçirmeyi şiddetle arzu eden Nestle firmasının anne ve bebek sağlığı ve gelişimi hakkında gerçekleri tam olarak yansıtmayan bir reklam ve pazarlama kampanyası yürüttüğü, henüz anne sütü dışında beslenme metodlarını tam olarak bilmeyen müşterilerine yanlış kullanılmaya müsait ürüne özendirildiği ve geri kalmış ülkelerdeki kullanıcılarını bilinçlendirmeye dönük herhangi bir gayret içine girmediği yönünde suçlamalarda bulunulmuştur.

Bu tür eleştirilerin şiddetlendiği 1974 yılında, bir İngiliz bağış organizasyonu tarafından yayınlanan raporda, Nestle bebek maması tozunun yanlış pazarlama taktikleri neticesinde az gelişmiş ülkelerde neden olduğu ölümleri ele alan bir rapor (The Baby Killer) yayınlanmıştır.³⁵ Adı geçen yayın ve Nestle firmasının yayıncılara karşı İngiltere mahkemelerinde açmış olduğu dava haberleri yayıldığında, dünyanın birçok yerinde Nestle aleyhine protesto gösterileri yapılmaya başlamıştır.³⁶

Sonuç ve Değerlendirme: Nestle firması, bebek maması tozu ürünüyle ilgili hiçbir iddiayı kabul etmeyerek, az gelişmiş Afrika ülkelerinde görülen bebek ölümleriyle firmanın bir alakası olmadığını iddia etmiştir. Diğer taraftan, giderek artan boykotlar ve toplumsal reaksiyonlar neticesinde, Amerika Birleşik Devletleri Senatosu'nda halka açık olarak Nestle firmasının pratikleri 1978'de sorgulanmış ve uluslararası firmaların üçüncü dünya ya da az gelişmiş ülkelerle olan pazarlama plan ve taktiklerini düzenleyen yasa ya da standartlara ihtiyaç olduğunun altı çizilmiştir. Bu bağlamda, Dünya Sağlık Örgütü ve UNICEF'in katkılarıyla 1979'da uluslararası bir toplantı yapılarak, uluslararası pazarlama pratiklerini düzene sokmaya dönük bir çaba içine girilmiştir. Toplantılar neticesinde, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) bünyesinde yeni bir standart (WHA-34.22) Mayıs 1981 yılında kabul edilerek, anne sütü alternatifi sayılabilecek tüm ürünlerin tanıtımı ve pazarlamasında promosyonlar ve sağlık görevlilerinin kullanılmaması ve ürün ile ilgili bilimsel bilgilerin müşterilere doğru bir şekilde aktarılmasını sağlayan bir mekanizmanın alt yapısı oluşturulmaya çalışılmıştır. 1984 yılında, Nestle yönetimi ve dünya genelinde

35 Hartley, 2005, s. 177-178.

36 Söz konusu boykotların ilki, 4 Temmuz 1977'de Amerika Birleşik Devletlerinde başlamışken, bir yıl içerisinde Avustralya, Kanada, Yeni Zelanda ve Avrupa'nın değişik yerlerinde devam etmiştir. Dünya genelindeki bu boykotları organize etme ve faaliyetleri koordine etme amacıyla koalisyon ve aksiyon komiteleri kurulmuştur. (Bknz: <http://www.babymilkaction.org/pages/history.html>)

boykot koordinatörleri bir araya gelerek Dünya Sağlık Örgütü'nün deklare ettiği pazarlama standartlarına uyulması konusunda mutabık kalmışlardır.³⁷

Burada ele aldığımız iş ahlâkı vakasını iki önemli açıdan ele almak mümkündür:

Az gelişmiş ülkelere dönük reklam ve pazarlama faaliyetleri: Az gelişmiş ülkelerin ekonomik ve sosyal şartlarının bir sonucu olarak annelerin oldukça fakir olmaları, temel sağlık hizmetlerinin çoğundan mahrum olmaları ile okuma-yazma konusundaki yetersizliklerinin böyle bir krize altyapı oluşturduğu gözlenmiştir. Nestle firmasının uyguladığı pazarlık teknikleri, ürünün satıldığı pazar ve müşterilerin nitelikleri göz önüne alındığında iş ahlâkı ihlalleri açısından oldukça yüksek riskler taşımaktadır. Örneğin, bebek maması tozlarının pazarlamasında bilinen reklam tekniklerinin yanında, bedava mama örneklerinin anne adaylarına, hastanelere ve daha çok fakir bölgelerdeki halka dağıtılması, promosyonlarda sağlık elamanlarından (doktor, hemşire, v.b.) yararlanarak halk üzerinde yanlış intibalar uyanmasına neden olması (bebek mamasının neredeyse anne sütünden daha faydalı olduğu gibi), genellikle hijyenik su imkanları kısıtlı olan Afrika'nın bu handikabının görmezden gelinmesi ve bu konuyla ilgili ürün kullanıcılarına yeterli uyarılarda bulunulmaması gibi durumlardan söz edilmektedir.³⁸

Kalite kontrol problemleri: İş ahlâkı ihlallerine götüren süreç içinde Nestle firmasının bebek maması ürünlerinin kalite kontrolleriyle ilgili sorunların da yaşandığı ortaya çıkmıştır. Firma, bu yöndeki uyarıları çok ciddiye almadığından gereken önlemleri zamanında almamış ve söz konusu iş ahlâkı ihlalleri oluşmaya başlamıştır. Örneğin, 1977 yılı Nisan'ında Kolombiya'daki bir hastanede (Colombian General Hospital) yeni doğmuş bebek ölümlerinde görülen artışı inceleyen uzmanlar, Nestle'nin üretim yaptığı fabrikaların birinden gelen bir bakterinin yaklaşık 25 bebeğin kaybedilmesine neden olduğunu ispatlamışlardır. Buna benzer bir olay Avustralya'da da gözlenmiş, bu ülkede Nestle'nin bebek sütü ürünlerine bakteri karıştığı firma tarafından saptanmasına karşın üretime devam edildiği ve ürünü sterilize etme çabalarında oldukça gecikildiği belirtilmiştir.³⁹

37 Nestle firmasına karşı gerçekleştirilen bu tür boykotlar, dünyanın değişik yerlerinde yer yer devam etmektedir (Bknz: http://www.ibfan.org/site2005/pages/article.php?art_id=310&iui=1).

38 S. Robinson, (2002). "Nestle baby milk substitute and international marketing." Megone, C. and Robinson, s. (Eds.) **Case History in Business Ethics**. New York, NY: Routledge, s. 142-143.

39 Hartley, 2005, s. 174.

Nestle firması ise bütün bu eleştirilere ilk etapta gereken önemi vermezken, dünya geneline yayılan protesto ve boykotlardan sonra, oluşan krize çözüm üretebilmek üzere adım atamaya çalışmıştır. Özellikle, Afrika'da yaşanan bebek ölümleri ve yetersiz beslenme sorunlarıyla ilgili olarak, firma kasıtlı olarak ürününü yanlış kullanılmasına yol açacak pazarlama taktikleri uyguladığı iddialarını reddetmiştir. Buna karşın, az gelişmiş ülkelerin genel karakterleri gereği bebek maması gibi birçok ürünün tüketiciler tarafından yanlış kullanılabilmesini ve bu durumu düzeltmede firmaların çevre şartlarıyla mücadele etmede sınırlı kapasiteye sahip olduğu iddialarıyla kendini savunmaya çalışmıştır. Ancak, 70'lerin sonunda ve 80'lerin başında yaşanan gelişmeler göstermiştir ki, Nestle firması az gelişmiş ülkelerde uyguladığı pazarlama tekniklerinde firma sosyal sorumluluğuna yeterli derecede riayet etmemiştir. Az gelişmiş ülkelerdeki sosyal ve ekonomik gerçekleri göz ardı ederek, gelişmiş ülkelerin tam aksine, iş ahlâkı ihlallerini düzenleyen ve denetleyen hukuki alt yapıdaki yetersizliklerden faydalanarak, çok ciddi sorunlar doğurabilecek reklam ve pazarlama faaliyetlerine girişmiştir. Böylesi büyük bir uluslararası firmadan beklenen, yerel anlamda yaşanan trajedilerden ders çıkartabilecek ahlâki olgunluğa ulaşması ve kötü sonuçların tekrarlanmaması adına atılabilecek her türlü teknik, finansal ve hukuki adımların atılmasına yeterli derecede katkıda bulunmasıdır.

Bu olay da görüldüğü gibi, uluslararası arenada iş ahlâkı uygulamalarını düzenleyen ve denetleyen, ihlaller karşısında yaptırım gücüne sahip olan bir mekanizmanın oluşturulması gerekmektedir. Nestle bebek maması örneğinde olduğu gibi, uzun çabalar sonucu Dünya Sağlık Örgütü öncülüğünde bir takım adımlar atılmış ve uluslararası firmaların az gelişmiş ülkelerdeki bebek maması ürünlerini pazarlama faaliyetlerine bir standart getirilmiştir. Fakat, günümüzde uluslararası boyutta karşılaşılan iş ahlâkı ihlalleri için sadece standartlar üretilmesi yeterli değildir. Bu standartların yorumu ve uygulanmasıyla ilgili uluslararası alanda bağlayıcılığı olan mekanizmaların geliştirilmesinin gerekliliği açıkça ortadadır.

SONUÇ

Günümüz üretim sistemleri ve ticari mekanizmalarında şahit olduğumuz baş döndürücü hız ve değişimin bir sonucu olarak, ulusal sınırları çoktan aşmış firma pratiklerinin ve pazar ilişkilerinin ahlâki boyutları itibariyle detaylı bir şekilde irdelenmesi, yaşanabilir ve temiz bir dünya tasavvuru için kaçınılmaz bir durumdur. Bu gereklilik akademik alanda eğitim ve araştırma çalışmaları aracılığıyla yerine getirilebileceği gibi, yerel ve uluslararası firmaların yaşanan olumlu ve olumsuz tecrübelerden dersler çıkarması ve olası krizleri önlemenin ya da minimum zararla atlatmanın yöntemlerini geliştirmeleriyle mümkündür. Bu çalışmamızda, iş ahlâki çalışmalarında ciddi mesafe kat ettikleri bilinen Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği ülkelerinden seçtiğimiz vaka örneklerini irdelenmiş, yanlış firma uygulamaları tartışılmış ve firma sosyal sorumluluğu ve iş ahlâki anlamında atılan pozitif adımlar tartışılmıştır.

Ayrıca, uluslararası düzeyde iş ahlâkını düzenleyici ve denetleyici mekanizma ya da mekanizmalara olan ihtiyacın her geçen gün daha da arttığı belirtilmiştir. Böyle bir eksikliğin ise, yerel ve uluslararası firma temsilcilerinden, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin resmi temsilcilerine, uluslararası finans, ticaret ve çevre kurum temsilcilerinden, üçüncü sektör (non-government) temsilcilerine kadar geniş tabanlı bir diyalog ve işbirliği ile giderilebileceğini vurgulanmıştır.

KAYNAKLAR

Ali, A. J. and Al-Kazemi, A.A. (2003). "Islamic work ethic in Kuwait." *Cross Cultural Management: An International Journal*, Vol. 14 No.2, s. 93–104.

Arie, Sophie. Parmalat dream goes sour. *The Observer*. Article published on Sunday, January 4, 2004. Retrieved on June 2008 from <http://www.guardian.co.uk/business/2004/jan/04/corporatefraud.parmalat2>

Berge, Dieudonnee T. (1990). *The First 24–Hours: A Comprehensive Guide to Successful Crisis Management*. Cambridge MA: Basil Blackwell.

Broom, G., Center, A., and Cutlip, S. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Prentice–Hall, Inc.

Business Week (2004). *How Parmalat Went Sour*. Retrieved on June 2008 http://www.businessweek.com/magazine/content/04_02/b3865053_mz054.htm

Chan, T.S. and Armstrong, R.W. (1999). "Comparative Ethical Report Card: A Study of Australian and Canadian Managers' Perceptions of International Marketing Ethics Problems." *Journal of Business Ethics*, Vol. 18 No. 1, sa.3–15.

Claycomb, Cindy (2005). "WorldCom/MCI: Massive Accounting Fraud." (Ed.) Robert F. Hartley, *Business Ethics: Mistakes and Successes*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. s. 111–129.

De George, R. (2005). "A History of Business Ethics". Paper February 19, 2005, at "The Accountable Corporation," the Third Biennial Global Business Ethics Conference sponsored by the Markkula Center for Applied Ethics. Retrieved on June 2008 <http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html>

De George, R.T. (1999). "International Business Ethics." Frederick, Robert E. (Ed.). *A Companion to Business Ethics*. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers. sa 233–242.

De George, R.T. (2002). "Business Ethics, Globalization, and the Information Age." Lu, X. and Enderle, G. (Eds.). *Developing Business Ethics in China*. New York: Palgrave Macmillan. sa.99–109.

De George, R. (2005). "A History of Business Ethics." Delivered at The Accountable Corporation: the Third biennial global business ethics conference in the Markkula Center for Applied Ethics. Retrieved on June 10,

<http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/pa...>

- Dunfee, T. W. ve P. Werhane, (1997). "Report on Business Ethics in North America." **Journal of Business Ethics**. Vol. 16, s. 1589–1595.
- EMCC (2003). "Corporate social responsibility in Volkswagen AG." **European Monitoring Centre on Change case studies**. Retrieved on June, 2008 <http://www.eurofound.europa.eu/emcc/publications/2003/de03004a.pdf>
- Enderle, Georges (1997). "A Worldwide Survey of Business Ethics in the 1990s," **Journal of Business Ethics**, Vol. 16, s. 1475–1483.
- Enderle, G. (2002). "An Overview of the Essays As a Platform for Further Dialogue." Lu, X. and Enderle, G. (Eds.) **Developing Business Ethics in China**. New York Palgrave Macmillan. s. 3–11.
- Frederick, W.C. (2006). **Corporation, Be Good!** Indianapolis, IN: Dog Ear Publishing.
- Gilbert, L. (1999). "**International Business Ethics in Western Europe.**" Paper presented at 1999 International Conference, at Academy of Business Administrative Science. Barcelona, Spain., July 12–14, 1999.
- Guardian (2004). **Parmalat: All you need to know about the collapse of the Italian Dairy Giant**. Retrieved on June 2008 <http://www.guardian.co.uk/business/2004/oct/06/corporatefraud.businessqandas>
- Guillen, M., Mele, D., and Murphy, P. (2002). "European vs. American Approaches to Institutionalisation of Business Ethics: The Spanish case." **Business Ethics: A European Review**. Vol. 11, No. 3. s. 167–178.
- Hartley, Robert F. (2005), **Business Ethics: Mistakes and Successes**, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc. Hartley, 2005
- Hurst, N. E. (2004). "**Corporate Ethics, Governance and Social Responsibility: Comparing European Business Practices to those in the United States.**" A Study conducted for the Business and Organizational Ethics Partnership Markkula Center for Applied Ethics, Santa Clara University. Retrieved on June 11, http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/comparitive_study.pdf
- Jackson, T. and Artola, M.C. (1997). "Ethical beliefs and management behavior: a cross-cultural comparison." **Journal of Business Ethics**, Vol. 16 No. 11, sa.1163–1173.
- Johnson & Johnson, "**Our Company**". Retrieved in May, 2008 <http://www.jnj.com/connect/about-jnj/?flash=true>
- Kopp, R. and Richter, K. (2007). "Corporate Social Responsibility at Volkswagen Group." Zimmerli, W., Richter, K, ve Holzinger, M. (Eds.) **Corporate Ethics and Corporate Gover-**

nance. (s.a 201–210). Berlin, Almany: Springer–Verlag.

Lujik, Henk J.L. (1997). Business Ethics in Western and Northern Europe: A Search for Effective Alliances. **Journal of Business Ethics**, Vol. 16 No. 11, s. 1579–1587.

Marco, V. (2004). “Italy’s Enron: Does Wall Street Share Parmalat’s Blame?” **World Press Review**. Vol. 51, No. 3. Retrieved on June 2008 from <http://www.worldpress.org/Europe/1796.cfm>

Melis, A. (2005). “Corporate Governance Failures: to what extent is Parmalat a particularly Italian Case?” **Corporate Governance**. Vol. 13, No. 4, s. 478–488.

OECD, 2004. Information retrieved on June 2008 from http://www.oecd.org/document/49/0,3343,en_2649_34813_31530865_1_1_1_1,00.html

Peppas, S. C. and Peppas, G. J. (2000). “Business ethics in the European Union: a study of Greek attitudes.” **Management Decision**, Vol. 38 No. 6, s. 369–376.

Robinson, S. (2002). “Nestle Baby Milk Substitute and International Marketing.” Megone, C. and Robinson, S. (Eds.) **Case History in Business Ethics**. New York: Routledge. s.141–158.

Ryan, Lori V. (2006). “Business Ethics and Corporate Governance in North America.” G.J. Rossouw ve A. J. G. Sison (ed.), **Global Perspective on Ethics of Corporate Governance**. New York, NY: Palgrave Macmillan. s. 187–229

Steinmann, Horst (2002). “Corporate Ethics in Germany: A Republican View and Its Practical Consequences.” Lu, Xiaho and Enderle, Georges (Eds.) **Developing Business Ethics in China**. New York, NY: Palgrave Macmillan. s. 247–257.

Sternberg, E. (2001). “The Importance of Business Ethics.” A. Malachowski (Ed.) **Business Ethics: Critical Perspectives on Business and Management**. London: Routledge. s. 9–20

Van Luijk, Henk V. (1999). “Business ethics in Europe: a tale of two efforts,” Robert E Frederick (Ed.), **A Companion to Business Ethics** Malden, MA: Blackwell Publishers. s. 353–365.

Van Luijk, Henk. (2001). “Analyzing Moral Cases in European Business.” Alan Malachowski (Ed.), **Business Ethics: Critical Perspectives on Business and Management**. New York: Routledge. s. 51–60.

Volkswagen (2008). Information retrieved on June 2008 from <http://www.volkswagenag.com/vwag/vwcorp/content/en/homepage.html>

İTO YAYINLARI (2008)

- 2008-1 Türkiye'nin Küreselleşmesi Fırsatlar ve Tehditler (3 cilt)
- 2008-2 İnternet Üzerinde Hukuki Yükümlülükler Bilişim Suçları
- 2008-3 Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Otomotiv Sektörü Rehberi
- 2008-4 Türkiye'de KOBİ'lerin BASEL II'ye Uyum Süreci ve Öneriler
- 2008-5 Orta Asya'da Girişimcilik: Fırsatlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri
- 2008-6 Lonca'dan Oda'ya Nadir Eserler Kataloğu
- 2008-7 Organik Pamuk ve Tekstil Sanayii
- 2008-8 İş Dünyasına Yönelik Bilgi Merkezleri
- 2008-9 İstanbul Ticaret Odası Görev ve Hizmetler
- 2008-10 Uluslararası Hizmet Ticaretinde Gelişmekte Olan Ülkeler ve Türkiye
- 2008-11 İstanbul'da Şiddet ve Şiddetin Sosyolojik Arka Planı
- 2008-12 İhracat Yönelimli Yabancı Yatırım Ortamı: Karşılaştırmalı Bir Analiz ve Politika Önerileri
- 2008-13 AB ve Diğer Uluslararası Birlikler ile İlişkilerde Türkiye'nin Seçenekleri (2 cilt)
- 2008-14 Yöneticilerin Toplantı Yönetimi Becerileri ve Çalışanların Kararlara Katılma Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi
- 2008-15 Yöneticilerin Liderlik Stilleri, Değişim Yönetimi ve Ekip Çalışması Arasındaki İlişkilerin Çok Yönlü Olarak Değerlendirilmesi
- 2008-16 Kozmetik, Güzellik ve İtiryat Sektörünün Sorunları, Çözüm Önerileri ve Geleceği
- 2008-17 Fiyat İndeksleri

- 2008-18 Öğrenci Yönetmeliği
- 2008-19 Yeni Başlayanlar İçin Tüccarlığın Prensipleri
- 2008-20 Dersaadet / İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası'nda Kayıtlı Olan Banker, Tüccar ve Komisyoncuların İsimleri
- 2008-21 İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası Mecmuası
- 2008-22 Sigortacılık Yasası, Yeni Yönetmelikler, Yeterlilik Belgesi ve Levhalar
- 2008-23 Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Yönelik Vergi Teşvik Politikası
- 2008-24 Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Artırılması ve Türkiye'de KOBİ'ler
- 2008-25 Sigorta Sektörünün, Sigorta Düzenleme ve Denetleme Yasasından Beklentileri ve Vergi Problemleri
- 2008-26 Türkiye'de Sınır Ticaretinin Gelişimi ve Mevcut Durumu
- 2008-27 Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Eksik ve Aksak Yönleri ile Tadiline İlişkin Çözüm Önerileri
- 2008-28 Teknik Eğitim Fakülteleri Araştırması
- 2008-29 Meslek Yüksek Okulları Araştırması
- 2008-30 Solvent ve Baz Yağların Kullanımına Yönelik Karşılaşılan Sektör Sorunları
- 2008-31 Enerji ve Çevre Uyumu
- 2008-32 Dünyada Türkiye ve İstanbul (Broşür)
- 2008-33 Turkey & İstanbul in the World (broşür)
- 2008-34 Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları
- 2008-35 Sahra Altı Ülkeleri Pazar Araştırması: Senegal, Mali, Fildişi Sahili, Gana
- 2008-36 Avrupa Birliği Vergi Sisteminde Gelişmeler

- 2008-37 Osmanlı Misafirperverliği ve Avrupa'daki Yankıları (2.baskı)
- 2008-38 20 Soruda Reach: AB'nin Yeni Kimyasallar Stratejisi
- 2008-39 Mikroenerji Santralleri
- 2008-40 AB ve Türkiye'de Sosyal Diyalogun Gelişimi
- 2008-41 İş Makinası Tescil Belgesi İşlemleri
- 2008-42 Milano Ulusal ve Uluslararası Tahkim Odası Tahkim Kuralları
- 2008-43 Makro Ekonomik Göstergeler
- 2008-44 Kamu İhale Kanunu'na Göre Sağlık ve İnşaat Sektörlerinde
Teklif Hazırlama ve Sözleşme Yönetimi
- 2008-45 Rakamlarla İstanbul Ekonomisi
- 2008-46 Istanbul in Figures
- 2008-47 Rakamlarla İstanbul Ekonomisi (Arapça)
- 2008-48 Rakamlarla İstanbul Ekonomisi (Rusca)
- 2008-49 Türk Yan Sanayi Borsası Üye Profili Araştırması
- 2008-50 Türk Bankacılık Sektöründe Yabancılaşma: Risk mi, Fırsat mı?
- 2008-51 Uluslararası Finans Merkezi Olarak İstanbul'un Yapılanması ve
Finans Kümelenmesi
- 2008-52 Taşınmaz Kültürel Miras Yönetimi ve Mali Teşvikler
- 2008-53 Uluslararası Ticarete Risk Yönetimi
- 2008-54 Bavul Ticareti ile Başlayan Tekstil Dış Ticaretinin Sorunları ve
Çözümüne Yönelik
Beklentileri
- 2008-55 İstanbul'da Gayrimenkul Pazarı
- 2008-56 Türkiye Ekonomisinde Son Yıllarda Yaşanan Yüksek Oranlı
Büyüme Rakamlarının
İç Piyasa Üzerindeki Etkileri
- 2008-57 Türkiye'de Katılım Bankacılığı
- 2008-58 Sorularla Açıklamalı Güncel Kambiyo Mevzuatı

- 2008-59 Türkiye’de Yayın Hayatı (Türkçe)
- 2008-60 Türkiye’de Yayın Hayatı (İngilizce)
- 2008-61 Türkiye’de Yayın Hayatı (Almanca)
- 2008-62 Triko Sektöründeki Mevcut Durum ve Gelişmeler ile Kayıt Dışı Ekonominin, Vergi ve Sigorta Denetimlerinin Sektöre Etkileri
- 2008-63 Rakamlarla Türkiye Ekonomisi (Türkçe)
- 2008-64 Rakamlarla Türkiye Ekonomisi (İngilizce)
- 2008-65 Yer-Yüzey, Havuz Suyu Kimyasalları Mevzuat, Sorunları ve Çözüm Önerileri
- 2008-66 2007 Yılı İstanbul Küçük Sanayi Kapasite Kullanım Araştırması
- 2008-67 Türk Tekstilinin Altyapısının Yaşaması için Alınması Gereken Önlem ve Çözümler
- 2008-68 Trafik Kaza Tutanakları ile İlgili Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri
- 2008-69 Sosyal Güvenlikte Yeni Dönem ve İstihdam Paketinin Getirdikleri
- 2008-70 Bir Zamanlar İstanbul: Şehir Mektupları
- 2008-71 Yargıtay Kararları Işığında Sorularla 4857 Sayılı İş Yasası (gncl.2.bs)
- 2008-72 Hamdım...Çizdim...:Mesnevi’den Çizgiler
- 2008-73 Türkiye’de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli
- 2008-74 İstanbul’un Esnaf Lokantaları
- 2008-75 Başarılı Vergi Mükellefleri ‘ 2007 (kitap-cd)
- 2008-76 2023 İçin 13 Genç Fikir
- 2008-77 Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi
- 2008-78 Ottoman Hospitality and Its Impact on Europe
- 2008-79 Başarılı İhracatçılar’2007 (kitap-cd)
- 2008-80 İstanbul’un Ekonomik ve Sosyal Göstergeleri
- 2008-81 İstanbul’un Ekonomik ve Sosyal Göstergeleri (İng)

- 2008-82 Türk El Halıcılığı Sektör Araştırması
2008-83 Ekonomik Rapor: 2008
2008-84 Economic Report:2008

İTO YAYINLARI (2009)

- 2009-1 Züccaciye-Turizm Sektörleri Ekonomik Etkileşimi
2009-2 Züccaciye-Turizm Sektörleri Ekonomik Etkileşimi (özet)
2009-3 Organik Tarım Bakımından Türkiye'nin Potansiyeli, Bugünkü Durumu ve Geleceği
2009-4 Sosyal Güvenlik ve Vergi Mevzuatındaki Düzenlemelerin Etkileri
2009-5 Profesyonel Mutfak ve Ekipmanları İçin Avrupa Direktifleri ve Standartlarının Uygulama Rehberi
2009-6 Haberlerden Yansıyan İTO
2009-10 Türkiye'de Optometrik Ürünler Sektörü
2009-11 Sektörler İtibariyle İstanbul'daki Meslek Liseleri
2009-12 Fiyat İndeksleri
2009-13 İstanbul Balık Hali'nin Pazarlama ve Satış Durumu
2009-14 Türkiye'de ve Dünyada Tarımsal Destekleme Politikası
2009-15 Türkiye'de Madencilik
2009-19 Halkla İlişkiler Yönetimi
2009-20 Geçmişten Günümüze İstanbul Hanları
2009-22 Makroekonomik Göstergeler

*** Haziran itibariyle**

Not: 2004 Yılı ve Sonrası Çıkan Bütün Yayınlarımıza İnternet Sitemizden Tam Metin Olarak Ücretsiz Ulaşılabilir.

İŞLETMELERDE İŞ ETİĞİ

Elinizdeki çalışma, iş etiği gibi hayati öneme sahip bir konuda başvuru kaynağı olması amacıyla hazırlanmıştır.

“İşletmelerde İş Etiği” isimli bu kitap, esas itibariyle dört ana kısımda tasarlanmıştır. “İktisat, Ahlak ve Yönetim” başlığını taşıyan ilk kısımda, İş Etiği’ne genel bir fikri zemin oluşturularak, iktisat ile ahlak arasındaki ilişkiler ve yönetim düşüncesini oluşturan temel kaynaklar irdelenmiştir. Bunu takip eden ve “Genel Olarak İş Ahlakı” başlıklı ikinci kısımda ise, iş etiği konusunun genel bir haritası çıkartılmıştır. “Türkiye’de İş Ahlakı” başlıklı üçüncü kısımda, ülkemizdeki sorunlar ele alınarak, Türkiye’de İş Ahlakı geleneği, akademik iş ahlakı gibi konular irdelenmiştir. Dördüncü kısım ile de son bölüme kadar ifade edilen fikri malzemenin, iş hayatının somut gerçekleriyle örneklendirilmesi gerçekleştirilmiştir.



İSTANBUL TİCARET ODASI

(Elektronik) ISBN 978-9944-60-478-9

ISBN 978-9944-60-477-2



9 789944 604772