

META VE GÖSTERİ OLARAK KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK: MARXİST BİR ELEŐTİRİ¹

**Eren KARACA AKBAŐ²
Çağatay TOPAL³**

ÖZ

Bu makalenin ana konusu, serbest piyasa mekanizması ile kamusal yarar arasındaki sözde karşılıklı fayda ilişkisini, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) tartışmaları üzerinden sorgulamaktır. Mevcut eleştirel KSS yazınına aşmak amacıyla olan bu makale, KSS kavramına Marxist bir bakış açısı ile yaklaşmaya çalışmaktadır. Makalede, KSS kavramının, Debordcu anlamda gösteri kavramının en az iki özelliğini taşıdığı için (işçi sınıfının birbirleriyle karşı karşıya getirilmesi ve insani değerlerin metalaştırılması), gösteri olarak nitelendirilebileceğini ileri sürmekteyiz. Makale, sözü edilen iki özelliğin küresel alandaki KSS söylemine ne kadar içkin olduğunu göstermek amacıyla KSS alanında kabul edilmiş en kapsamlı kılavuzlar olan Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi ve Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün (OECD) Çok Uluslu Şirketler için Kılavuzu üzerinde durmaktadır. Amaç, KSS kavramının ve uygulamalarının sınırlılıkları, başarısızlıkları veya potansiyeline dair yapılan tartışmaları aşmaktır, çünkü bu tür analizler doğaları gereği meta ilişkilerinin mantığı içerisinde kalmaktadır. Dolayısıyla, bu makalenin sunduğu katkı, KSS kavramını gösteri olarak yeniden kavramsallaştırmak olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), Gösteri, Meta, Debord

¹ Bu makale Eren Karaca'nın Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Yüksek Lisans Programında Y. Doç. Dr. Çağatay Topal'ın danışmanlığında 2012 yılında tamamladığı "A Sociological Study of Corporate Social Responsibility: A Marxist Perspective" başlıklı tezini temel almaktadır.

² Doktora Öğrencisi, Binghamton Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü

³ Yard. Doç. Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS COMMODITY AND SPECTACLE: A MARXIST CRITIQUE

ABSTRACT

This article problematizes the so-called mutually beneficial relationship between free market mechanisms and common good through the debates around Corporate Social Responsibility (CSR). With the help of Marxist concept of “commodity” combined with Guy Debord’s notion of “spectacle”, we argue that CSR can be considered as a spectacle in Debordian sense, because it has at least two characteristics of the spectacle: confronting the working class with each other and commodifying the humanitarian values. For our analysis, we focus on the two most comprehensive texts that have major contributions to the existence, dispersion and institutionalization of CSR worldwide: UN Global Compact and OECD Guidelines for Multinational Corporations. Our aim is to exceed the discussions about the limits, failures or potentials of CSR; because such analysis inherently follows the logic of commodity relations. “CSR as spectacle” will provide possibilities for contextualization of the spectacle as well as a novel reading of CSR.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Spectacle, Commodity, Debord

GİRİŞ

Serbest piyasa ekonomisinin derinleştirdiği sosyal sorunlara rağmen, kapitalist söylem, kendisini, özde iyi ve kamuya yararlı olarak göstererek meşrulaştırma eğilimindedir. Şirketler bu eğilimin önemli aktörleri arasında yer alır. David Harvey'nin (2005) “piyasa-temelli etik” olarak adlandırdığı bu eğilim, şirketlerin meşruiyetlerini güçlendirme amacıyla yarattıkları imajı, kısa ve öz bir biçimde tanımlar. Söz konusu imaj, genelde (şirketsel/kurumsal) “sosyal sorumluluk” (KSS) olarak adlandırılır. Sosyal ve görsel medya aracılığıyla geniş kitlelere aktarılmaya çalışılan bu imajın birçok örneğini Türkiye'deki sermayedar sınıfında görmek mümkündür. Bunlardan biri olan, Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği'nin (ÇYDD) şekillendirdiği ve Turkcell'in sponsorluğunu üstelendiği “Kardelenler” projesi özellikle televizyon reklamları aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmıştır. ÇYDD ile birlikte yürütülen proje, Turkcell'in televizyon reklamlarında da etik bir sorgulamaya gerek duymadan kullandığı bir imaj haline bürünmüştü. Koç Şirketler Grubu'na bağlı Aygaz'ın “Dikkatli Çocuk” kampanyası da ilkokul öğrencilerine verilen yangın, deprem ve ilkyardım eğitimleri ile gündeme gelmişti. Kampanyada bir yandan çocukların bilgilendirilmesi gereği savunulurken, öte yandan çocuklar “geleceğin müşterileri” olarak tanımlanmıştı (UNDP, 2008).⁴

Etik kaygıları olduğunu göstermek ve bir takım projeler ile kimliklerine “insani” sıfatlar eklemek isteyen şirketler, beklenileceği üzere bu amaç için en çok medya araçlarını kullanır. Örneğin, Özdora-Akşak ve Atakan-Duman (2014a, 2014b) Türkiye'deki bankaların internet ortamındaki imajları üzerine yaptıkları çalışmalarda, bankaların internet siteleri üzerinden aktardıkları kurumsal kimliklerini yeniden yaratırken en çok sosyal sorumluluk sahibi şirketler oldukları görüntüsü üzerinde durdukları sonucuna varır. Yine Özdora-Akşak'ın (2015) çalışmasına göre, telekomünikasyon sektöründeki büyük şirketlerin internet

⁴ Makale, projelerin çıktılarında ziyade, söz konusu şirketlerin bu projeler üzerinden ürettiği gösterisel imgelere odaklanmaktadır.

siteleri üzerinden topluma aktarmaya çalıştıkları örgütsel kimliklerinde etik görünme kaygısında oldukları görünür.

Bu durumda, Türkiye sermaye sınıfının KSS kavramını benimsemeye ve şirket imajlarına eklemlemeye çalıştıkları söylenebilir. Ancak, Türkiye’de bu kavrama dair çalışmaların, istisnalar dışında (Ayhan, 2009; Papatya, 2010) neredeyse tamamı işletme yazınının olguyu teknik ve yüzeysel ele alışı ile sınırlıdır. Söz konusu analizler genel itibariyle KSS’nin teknik olarak nasıl işlediğine yöneliktir. Bu açıdan analizlerin bakış açıları da şirket odaklıdır. Bu çalışmaların bir bölümü KSS uygulamalarını Türkiye’ye özgü bir tarihsel bağlam içerisinde incelemeye çalışıyor olsa da (Ertuna ve Tükel, 2009; Alakavuklar, Kılıçaslan ve Öztürk, 2009), kavramın küresel ekonomi-politik seyri ile birleşebilen bütünsel bir eleştiri barındırmaz. Bu durumun anlaşılır bir nedeni olarak, KSS uygulamalarının Türkiye’de sınırlı olması görülebilir. Daha çok küresel ölçekte kurumsallaşan ve çok uluslu şirketlerle özdeşleşen kavramın Türkiye yazını içerisinde kendine bu kadar az yer bulması pek de şaşırtıcı değildir. Üstelik Alakavuklar ve diğerlerine göre (2009) KSS’nin ülkeye özgü yaratıcı uygulamalarına rastlandığı da söylenemez. Küresel kapitalizm babında ortaya çıkan KSS kavrayışı ve bunun genel işletme yazınındaki yansımaları Türkiye bağlamında da fazla bir değişikliğe uğramadan korunmuştur.

Şu halde, KSS’nin yalnızca Türkiye uygulamaları üzerinden yapılacak bir değerlendirme eleştirel kavramsal bir çerçeve sunmaya çalışan bu çalışma için eksik kalacaktır. Böylesi bir KSS imajı, aslen sadece belirli bir şirketin etkinliklerinin ötesinde, ancak küresel düzlemde, ekonomik ve politik bir zeminde anlam kazanır. Bu metin, piyasa mekanizmasının kendini meşrulaştırma süreçlerini anlama çabası içerisinde kalarak ve mevcut ulusal ve uluslararası yazındaki egemen bakış açılarından farklı olarak, “kurumsal sosyal sorumluluk” süreçlerini ve dayandığı kapitalist zemini anlamaya çalışacaktır. Metin, ilk olarak uluslararası yazında kurumsal sosyal sorumluluk kavramına dair öne çıkan teorik yaklaşımları kısaca irdelleyecektir. Daha sonra bu kavramı, genel olarak Marxist perspektiften ve özel olarak Guy Debord’un bakışı üzerinden

kavramsallaştırmaya girişecektir. Bu anlamda, (şirketsel) kurumsal sosyal sorumluluğun gösterisel boyutu öne çıkarılarak, somut analizler için bir teorik arka plan hazırlanacaktır. Bu plan temelde Marx'ın "meta" (commodity) ve Debord'un "gösteri" (spectacle) kavramları etrafında şekillenecektir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı en az iki nedenden ötürü "gösteri" olarak tanımlanabilir: (1) işçileri/çalışanları birbirleriyle karşı karşıya getirmesi ve (2) insanı değerleri metalaştırması. Kavramın Debordcu bir genel okuması, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) Çokuluslu Şirketler için oluşturduğu prensipler (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) üzerinden yapılacaktır.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı basitçe şirketlerin stratejik iş planlarını ile toplumsal meseleler arasında gönüllü bir bağ kurma çabasını ifade eder.⁵ Bu çaba çerçevesinde şirketler kültür, eğitim, spor, sağlık ve çevre gibi farklı kamusal nitelikli hizmetlere yatırım yapabilir veya yine bu alanlarda kamu otoritesiyle işbirliği yürütebilir. Dezavantajlı toplum kesimlerinin korunmasına yönelik girişimlerde bulunabilir. Kentlerin mekânsal örgütlenmesine katkı sunabilir. Bilim, teknoloji ve araştırma odaklı kamu yararına dönük çalışmaları destekleyebilir. Her durumda amaç, şirketin kurumsal kişiliği ve toplum arasında sosyal bir bağın kurulması, geliştirilmesi ve sürdürülmesidir. KSS uygulamalarının somut çıktılar üretmesi, şirketler ve toplum arasındaki bağı niteliğini zorunlu olarak berraklaştırmaz. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, filantropi, hayırseverlik, şirket vatandaşlığı (aidiyeti), şirket duyarlılığı kavramları ile beraber ele alınabilir. Bu kavramların her birinin, ekonomik aktörler olan şirketler ile toplumun birbirleriyle olan ilişkilerini ve bu ilişkilerin düzenlenme biçimlerini ifade ettiği söylenebilir. Bu açıdan, benzer kavramlar olduklarını varsayabiliriz. Ancak, özel olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı, şirket-

⁵ Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, www.kssd.org.

toplum ilişkisi içerisinde yürütülen faaliyetlerin kurumsallaşmasını ifade ederken, aynı zamanda küresel piyasa ekonomisinin bir ürünü haline gelmiştir (Alakavuklar ve diğerleri, 2009). Bu yüzden, bu makale küresel ekonomi içerisinde tanımlanan haliyle KSS kavramı üzerinde yoğunlaşacaktır.

Fakat yine de kavramın muğlaklığının da evrensel bir tanımı zorlaştırdığını söylemekte fayda var. Sorumluluğun alanı ve kime yöneldiği belli değildir. Bu sorulara, farklı şirketler farklı cevaplar üretebilir. Her şirket, toplumun sorunlarına dair farklı motivasyonlar doğrultusunda farklı stratejiler ve uygulamalar geliştirebilir. Ama genel anlamda, Soederberg'in (2006: 53) belirttiği üzere, kurumsal sosyal sorumluluk şirketlere insani yüzlerini gösterme fırsatı veren bir yöntemdir. Soederberg'in öne çıkarttığı temel nokta, bütün şirketlerin ortaklara veya paydaşlara karşı sorumluluk taşıdığıdır (2006: 54). Bu nokta, anlaşılır genel bir tanım sağlasa da, bu tanım kurumsal sosyal sorumluluğun spesifik özelliklerini açıklamak için oldukça yetersizdir. Şirketlerin kime karşı ve nasıl sorumlu olduğu halen belirsizdir. Ancak, KSS'ye dair oluşturulan eleştirel yaklaşımlarda, tanıma dair olmasa da içeriğe dair ortak noktayı atlamamak gerekir. Bu eleştirel çalışmalara göre, ahlaki değerlerin öne çıkarılmaya başlanması küresel pazarda bir etik kaygısının oluştuğunu gösterir. Daha önce pek öne çıkarılmayan bu kaygı, tam da şirket karşıtı ve küreselleşme karşıtı mücadelelerin sermaye dolaşımını olumsuz yönde etkilemeye ve karları tehlikeye atmaya başladığı bir zamanda, 1990ların son yıllarında görünür hale gelmeye başlar. Dünya Ticaret Örgütü'nün 1999 yılındaki Seattle toplantısı sırasındaki gösteriler ve akabinde 2001 yılında patlayan Enron skandalı⁶ kapitalizmin "ahlakını" açıktan sorgulanır hale getirir (Shamir, 2008; Soederberg, 2010; Hanlon, 2008).

Bu yüzden kurumsal sosyal sorumluluk, küreselleşme süreci ile paralel anlaşılmak ve tanımlanmak zorundadır. Birçok eleştirel teorisyenin dile getirdiği gibi (Banerjee, 2007; Cloud, 2007; Rowe, 2005;

⁶ 2001 yılında Enron Şirketi'nin şirket içi etik dışı uygulamalar nedeniyle iflas etmesi bir skandal olarak görülmüştür. Skandal, bütün şirketlerin kurumsal işleyişinin mercek altına alınmasına ve ortak etik standartlara doğru adım atılmasına yol açmıştır (Nederveen-Pieterse, 2004).

Soederberg, 2006), küresel aktörler ve küresel olgular sosyal sorumluluğun tanımında önemli bir rol oynar. Etik ve ahlaki değerlerin giderek küresel anlamlar kazanması, kavrama da artan oranda küresel bir anlam yükler. Yanı sıra, küresel şirketler de kavramı süreç içinde sahiplenmiştir. Hükümetlerin iktidarları sorgulanır hale geldikçe ve piyasa mekanizması küresel olarak genişledikçe, şirketlerin toplumsal konularda daha etkin rol alması gündeme gelir. Kurumsal sosyal sorumluluk, sadece şirketler bağlamında değil, uluslararası diğer örgütler bağlamında da önemli olduğu için, kavramın küresel anlamı güçlenir. Şirketler tarafından benimsenen etik kurallar, aslen uluslararası örgütlerin öncelikleri doğrultusunda şekillenir. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü Çokuluslu Şirketler Prensipleri ve ISO 26000 standartları küresel kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri arasında sayılabilir (Soederberg, 2006).

TEORİK YAKLAŞIMLAR

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını teorik çerçevede tartışan ana alan, kavramın kaynağı orada olduğu için, işletme olmuştur. Sosyoloji, siyaset bilimi ve iktisat işletmeyi takip eder. Bu metinde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının literatür açıklaması basitçe iki perspektiften yapılacaktır: işletme teorileri ve eleştirel yaklaşımlar. İşletme teorileri genel itibariyle kurumsal düzeyde kalarak, şirketlerin kar ve zararlarına odaklanır. Farklı yaklaşımlar sergileseler de, temel amaç kurumsal sosyal sorumluluğun şirketlerin yararına yönelik işleyişinin olanaklarının analizidir. Eleştirel teoriler kavramın küresel kapitalist sistemdeki yerini sorgulayarak, işletme yazınına göre daha sistematik bir bakış sunar. Bu teorilere göre, kurumsal sosyal sorumluluk gerçekte şirketlerin işleyiş mantığına aykırıdır; dolayısıyla şirketler çözüm üreten değil, daha ziyade sorun üreten mekanizmalar olarak görülür. Bu yazıda var olan eleştirel yaklaşımların da ötesine geçilmeye çalışılacaktır, ancak öncesinde bahsedilen yaklaşımlara daha yakından bakmanın gerekli olduğunu düşünüyoruz.

İşletme literatüründe ilk yaklaşım olarak, Milton Friedman’ın neo-klasik bakış açısını, yani şirketler tek sosyal sorumluluğun kar üretmek olduğunu savunan yaklaşımı sayabiliriz. Friedman’a göre (1970) sosyal sorumluluk serbest piyasa mantığı açısından var olmaması gereken “yıkıcı” bir doktrindir. Öncelikle, bu kavram serbest piyasa mekanizmasının doğasına terstir. Sosyal sorumluluk özünde sosyalist bir bakış içerir ve bu yüzden özgür kapitalist toplumun altını oyar. Şirket aslen yapay bir oluşumdur; dolayısıyla, Friedman’a göre, bir şirkete sorumluluk atfetmek anlamsızdır. Sosyal sorumluluk, aynı zamanda şirketin yapısına da terstir. Zira yöneticiler özel hissedarlar adına bu tür sosyal kararlar alamaz. Yöneticilerin, sosyal sorumluluk projeleri geliştirmek veya desteklemek üzerine aldığı kararlar aslında şirket içi temsiliyet problemlerini (agency problems) arttırarak uzun vadede karlılığa sekte vuran sorunlara dönüşebilir. “Kusurlu olsun ya da olmasın, söz konusu kurumsal sorumluluk paravanı ile bunun hakkında gereksiz yere konuşan tesirli ve prestijli iş adamları, özgür topluma açık bir şekilde zarar vermektedir... Bu kadar kısa sürede piyasa sistemini tahrip edebilecek başka bir şey bulunamaz” (1970:5). Kısacası, Friedman’ın temsil ettiğini söyleyebileceğimiz bu neoklasik yaklaşıma göre, şirketin bir tek amacı vardır; o da karı arttırmaktır. Bunun dışında şirkete yüklenecek herhangi bir sorumluluk piyasa mantığına ters düşer. İkinci yaklaşım olarak hissedar teorisini (stakeholder approach) ele alabiliriz. Hissedar teorisine göre, şirketlerin amacı kısa dönemli kar artırımını değil, uzun dönemli yarar olmalıdır (Freeman ve McVea, 2001: 10). Bu da çoklu ilişkilerin göz önüne alınmasını gerektiren sürekli bir meseledir. Kapitalizm ve ahlak arasında ortak bir alan yaratılabilir. Bu ortak alan kapitalizmin daha iyi çalışması açısından da gereklidir. Hissedar teorisi bir denge teorisidir. Kurumsal sosyal sorumluluk ise bu denge unsurlarından biri olarak görülme eğilimindedir. Şirketler, kar artırımını hedefini elden bırakmamak üzere, ahlaki kaygıları da gündem edinebilirler. Hatta etik kaygılarla birlikte yönetilen kar maksimizasyonu hedefi daha başarılı olabilir. Görüldüğü gibi neo-klasik yaklaşım ve hissedar teorilerinin ikisi de kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili değerlendirmelerini tek bir şirket düzeyinde yapar. Küreselleşme tartışmaları ile birlikte bu konuya biraz daha “geniş” bir yerden bakmaya çalışan bir işletme literatüründen de söz etmek mümkündür. Bu bağlamda son olarak ele

alacağımız üçüncü yaklaşımda, kurumsal sosyal sorumluluk şirket düzeyinin ötesinde küresel bir süreç olarak ele alınır. Kapitalizm küresel bir olgudur; kurumsal sosyal sorumluluk hissedarlara veya belirli bir gruba sınırlı kalmaz. Toplumun genel refahı ön plana çıkmalıdır. Fakat bu bakış açısında da kapitalist şirketin ve kapitalist iş yapma pratiklerinin devamlılığı esastır (Bair, 2007). Sürdürülebilir kalkınma, üçüncü yaklaşımın temel kavramlarından. Yoksulluk, çevresel sorunlar, doğal kaynakların kullanımı gibi meseleler sürdürülebilir kalkınma içinde tartışılır. Kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilir kalkınmanın iş dünyasındaki karşılığı haline gelir. Sonuç olarak her üç yaklaşımda da, şirketin ve kapitalist sistemin çıkarı her zaman ön planda kalır.

Diğer taraftan, eleştirel yaklaşımlar, şirketlerin ve iş dünyasının sosyal sorunlara çözüm üretme kapasitesini sorgular. Örneğin, Bakan (2004), şirketi patolojik bir kurum olarak tanımlar. Zira şirketler zararlı sonuçlarına bakmadan, kendi çıkarları doğrultusunda hareket etme serbestisine sahiptir (Bakan, 2004: 2). Öte yandan, zararlı sonuçlar aşikârdır. Bu durumda, şirketlerin imajını koruması gerekir. Kurumsal sosyal sorumluluk, mevcut patolojinin meşrulaştırılmasından başka bir şey değildir. Dolayısıyla, sosyal sorumlu olduğunu iddia eden şirketler, Bakan'a (2004: 32) göre, “yalnızca kar peşinden giden değil, aynı zamanda devletlerin ve sivil toplum kuruluşlarının düşmanı olmaktan çok birer ortağı olduklarını” göstermeye çalışırlar. McMillan (2007) da benzer bir eleştirel yaklaşımla şirketlerin hayali bir yapılanmalar olduğunu ve bu yüzden gerçek anlamda bir sorumluluk geliştiremeyeceğini savunmuştur. Ayrıca, şirketlerin mevcut yapısal sınırlılıklar ve kurallar çerçevesinde, ahlaki davranması da mümkün değildir. Eleştirel teoriler, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının çıkışını, mevcut işlevini ve bağlamını oldukça güçlü bir şekilde tarif ederler. Bununla beraber, kurumsal sosyal sorumluluğun daha iyi uygulanabileceğine dair sakladıkları varsayımlarıyla, kapitalizmin mantığı içinde hareket etmeye devam ederler. Dolayısıyla, eleştirel teoriler birkaç istisnai yaklaşım dışında (örneğin Soederberg, 2010; Hanlon, 2008), kapitalizmin kurumsal sosyal sorumluluk tanımını verili alırlar. Örneğin Banerjee (2007), şirketlerin doğasının ve görevlerinin kuramsal olarak yeniden gözden geçirilebilirliğine dair yollar aramanın gerekliliğine vurgu

yaparken, Bakan (2007) da benzer bir eğilimle kamu yararı gözeten şirketlerin yeniden yapılandırılması gerektiği önerisini getirir. Sklair ve Miller (2010) eleştirel anlamda oldukça iyi yapılandırılmış makalelerini anlaşılması güç bir şekilde, “daha samimi” kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ihtiyacımız olduğu yönünde bir sonuçla bitirirler.

Şu halde, eleştirel teorilerinin genelinin düştüğü iki temel açmazdan bahsedebiliriz. İlk açmazları, kurumsal sosyal sorumluluğu bir yandan serbest piyasa ekonomisini revize eden (ve meşrulaştıran) bir süreç olarak görürken, öte yandan bu sürecin daha iyi işlemesine yönelik öneriler sunmalarından kaynaklanmaktadır. Bu da odağa tek tek şirketlerin uygulamalarını yerleştirir. Oysaki kapitalist sistem bir bütündür ve kurumsal sosyal sorumluluğun bu bütün içinde ele alınması gerekir. İkinci açmaz, eleştirel teorilerin, bilinçli veya bilinçsiz, işletme literatürünün yaptığı iş-toplum ayrımını devam ettirmesidir. İş dünyası ve toplum iki ayrı ve bağımsız alan olarak görülür. Bu görüntü, aslında iç içe geçmiş sosyal alanların birbirlerini nasıl etkilediklerini görmemizi engeller. Bu iki temel nedenden ötürü, var olan eleştirel literatürün açmazlarına yakalanmamak için Marxist bir yaklaşıma ihtiyaç olduğu daha belirgin bir şekilde anlaşılmaktadır.

Eleştirel literatür içerisinde istisnai olarak bahsedebileceğimiz Marxist eğilimli yaklaşımların bu iki temel açmaza düşmedikleri görülebilir. Bu istisnai çalışmalar, KSS kavramını sistem içerisinde incelememize olanak sağlamaktadır. Örneğin Soederberg (2010), Küresel İlkeler Sözleşmesi’ne odaklanarak yaptığı analizinde, bu sözleşmenin, aslında küresel sermaye birikiminin önüne çıkan sorunların aşılmasında ve birikimin devamının garantiye alınmasında bir araç olarak ortaya çıkarıldığını savunur. Benzer bir şekilde, Hanlon (2008) da KSS kavramının ortaya çıkarılışının Fordist birikim rejiminden Post-Fordist birikim rejimine geçişin bir sonucu olduğunu, dolayısıyla kapitalist toplumsal ilişkileri daha da derinleştirme rolünü başarıyla oynadığını savunmaktadır. Bu makalede ise, bahsettiğimiz bu Marxist eğilimli yaklaşımlardan etkilenecek ve onlara eklemelerde bulunarak, KSS kavramını Marxist teori içerisinde nasıl

inceleyebileceğimiz konusunu biraz daha genişletmek ve detaylandırmak amacındayız. İlk olarak, böylesi bir yaklaşımın aşağıdaki temel özellikleri taşıması gerektiğini savunuyoruz:

1. Kapitalist ekonominin durumsal sonuçları bütün bir sistem içinde ele alınır. Bütün sosyal olgular birbirlerine bağlıdır; olguların anlaşılması sermaye karşısındaki konumlarının anlaşılması ile mümkündür.
2. Kapitalist kurumlar doğal, verili yapılar değildir. İdeolojinin somutlaşmış biçimleridir. Herhangi bir kapitalist kurumdan, sistemin bizatihi parçası olduğu için, bütün sistemi dönüştürecek bir sonuç veya etki beklenemez.
3. Sosyal değişim, kapitalist kurumları revize etmek değildir; yapısal bir dönüşümü talep etmektir.
4. Kapitalizmin amacı, birikimine yönelik olarak meta üretimi, meta ilişkileri ve dolaşımıdır. Meta ilişkileri hali hazırda bütün sosyal alanları birbirine bağlar.
5. İş dünyası ve toplum eşitsiz iktidar ilişkileri bağlamında beraber var olur; birbirlerine olan etkileri, birbirlerine karşı buldukları iktidar konumları açısından anlaşılmalıdır.

MARXİST AÇIDAN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Harvey'e (2005) göre, şirketlerin gerçekleştirdiği sermaye birikimi toplumsal rızanın üretimini gerektirir. Kapitalizmin ideolojisi, medya, sivil toplum, üniversiteler, okullar, dini kurumlar ve meslek örgütleri aracılığıyla yayılır. Kapitalizm, bu rızaya basitçe kendini meşrulaştırmak için ihtiyaç duyar. Demek ki, asıl soru kapitalizm ve toplum arasında kurulan ilişkiyi anlamaktır. Zira kapitalist ilişkiler aynı zamanda sosyal ilişkilerdir. Sosyal ilişkiler metaya, meta üretimine ve dolayısıyla şirketlerin kuruluşuna içkindir. Bu yüzden, Marx'ın meta ve Debord'un gösteri kavramlarına bakmak, KSS terimini yeniden ve daha güçlü bir şekilde kavramsallaştırmamızı sağlayacak temeli oluşturacaktır. Burada belirtmek gerekir ki, Debord'un gösteri kavramı aslında Marx'ın meta kavramı üzerine kuruludur; ancak günümüz kapitalist üretim

ilişkilerinin karmaşıklığını ve daha özelden toplumsal ilişkilerin gerçekliğini imajlar arkasına hapsedmesini kapsayan gösteri kavramı, KSS kavramını anlamamız için daha elverişli bir araç olacaktır. Yine de, gösteri kavramını bütünsel olarak anlamlandırmak için Marx'ın meta kavramından kısaca söz etmek gerekir.

META VE METALAŞMA

Metalaşma, öncelikle bir sosyal ilişkinin nesnel(leşme süreci olarak tanımlanabilir. Meta üretimi emek gücünün kullanımını zorunlu kılar. Emek gücü üretim süreci içinde metaya dönüşür. Üretimin sonucu olan nesnel(ürünler, dolaşıma girdiklerinde içerdikleri emek gücü görünmez kılınır. Ortaya çıkan ilişki insanlar arasında değil de, nesnel(arasındaymışçasına vuku bulur. Kapitalist ve işçi arasındaki niteliksel ilişki, niceliksele dönüşür; çünkü işçinin emek gücü de alınıp satılan bir meta olmuştur. İşçilerin kendi aralarındaki ilişki de niceliksel; çünkü hareket ettikleri ortak alan kapitalizmin alanıdır. Sonuçta, Marx'ın yabancılaşma dediği süreç başlamış olur. İşçi hem kendi emek gücüne hem de kendi ürettiği ürüne yabancılaşır. Ürün, işçiden bağımsız, ayrı, yabancı ve kendinden menkul bir nesne olarak işçinin karşısında durmaktadır. Bu durum, işçide bir gerçeklik kaybına yol açar. Bu da sosyal ilişkinin işçi açısından kaybedilmesi demektir. İlişki (kapitalist anlamda) saf ekonomik bir ilişki olarak görülür. Öyleyse, kapitalizm metalaşma yoluyla işçilerin açısından gerçeksizlik (unreality) halleri üretmektedir. Gerçekliğin tanımı ancak metanın tanımıyla mümkün olur. Metanın gücü arttıkça, işçinin ve Marxist anlamda gerçeğin gücü azalır; meta fetişleşir (Marx, 1978).

Günümüzde, hemen hemen her alan metalaşmaya açılmıştır veya açılmaktadır. Wallerstein'ın dikkat çektiği gibi, kapitalist üretimden önceki üretim tarzlarında henüz ortaya çıkmamış olan kar zincirinin bazı öğeleri, kapitalist üretim içerisinde, üretimin, dağıtımın ve yatırımın her yönüyle metalaşması sonucunda tamamlanmış olur. Daha önce piyasa dışında çözümlenmeye çalışılan her ne varsa çözümünü artık piyasa içerisinde arar. Wallerstein'ın (1983) kısaca "her şeyin metalaşması" dediği bu duruma, Harvey (2005) de dikkat çeker. Harvey'e göre, kapitalist sistem, şirketleşme, özelleşme ve son olarak kamu varlıklarının

metalaştırılması ile kendine yeni kar kapıları açmaya başlar. Bugün her şey piyasa ilişkileri içerisinde aktarılmış ve bunun sonucu olarak metalaşmıştır. Yukarıda da söylediğimiz gibi, toplumsal gerçekliğin Marx'ın işaret ettiği "gerçeksizlik" halleri de yaygınlaşmaya ve yoğunlaşmaya devam etmektedir.

Toplumsal ilişkilerin nesnelleşmesi ya da metalaşması, Debord'un teorisi içerisinde daha önemli bir yer kaplar. Gerçeklik ve "gerçeksizlik" arasındaki artan gerilim ve mesafe Debordcu anlamda gösterisel bir boyut kazanır. Bu gerilimin ve sosyal ilişkilerin giderek nesnel(leşmesinin gözlemlenebildiği iki süreç, (1) insanın diğer insanlarla karşı karşıya getirilmesi ve (2) insani değerlerin metalaşmasıdır.

GÖSTERİSEL KAPİTALİZM

Debord'a (1996) göre gösteri, metanın bütün bir sosyal yaşamı işgal ettiği andır. Modern toplumdaki değişimi özetlediği 17. tezde Debord şöyle der:

İktisadın toplumsal yaşam üzerindeki tahakkümünün ilk aşaması, bütün insan gerçekleştirmelerinin tanımlanmasında *var olmak*'tan *sahip olma*'ya geçen bariz bir bayağılaşmaya yol açmıştır. Toplumsal yaşamın, iktisadın birikmiş sonuçları tarafından bütünüyle işgal edildiği bugünkü aşama ise *sahip olmak*'tan *gibi görünmek*'e doğru genel bir kaymaya neden olmuştur; öyle ki bütün fiili "*sahip olmak*"lar dolaysız itibarlarını ve nihai işlevlerini bu "*gibi görünmek*"ten almak zorundadırlar (Debord, 1996: 17. Tez).

Şu halde gösteri, bu sefer daha yüksek ve soyut düzeyde örgütlenmiş, yine bir meta toplumdur (Best, 1994: 47). Debord'un teorisine göre günümüz kapitalizminde nesnel(leşme salt nesnelere üzerinden değil, imajlar üzerinden de üretilir. Üretilen nesnelere ve imajlar ortak bir akış içinde birleşerek yaşama daha yoğun bir şekilde sirayet eder. Kapitalist mantığın egemenliği önceki dönemlere oranla çok daha derinlere işler; gerçeklik çok daha güçlü bir şekilde gizlenir. Benzer biçimde, nesnel(leşme giderek yaygınlaşır ve güçlenir. İnsanlar arasındaki karşılaşmalar giderek daha dolaylı ve görünmez bir şekilde gerçekleşir. Gösteri, kapitalizmin yarattığı kapitalist ve işçi arasındaki temel çatışmayı çok daha iyi gizler. Bu gizleme

bir çeşit “meta hümanizmi” sayesinde gerçekleşir (Debord, 1996: 43. Tez). Aslında, toplumu yaran, insanları ayırıştırın gösterisel kapitalizm, yekpare, ayrılmamış bir birlik resmi çizer; toplum sanki hiç bölünmemiştir. Dahası, olası ayırışmaların ve bölünmelerin ilacı kapitalizmdir.

Her şeyi piyasanın bir parçası olmaya iten gösteri, insanı değerleri de kendi bekası için piyasaya sürükler. Gösteri kendi imajını da bu yönde kurar. Bu noktada iletişim önemli bir yere sahiptir. İletişim tek taraflı bir etkinliktir. Tek taraflı etkinlik insani iletişimi de kendisine dönüştürür. Biriken şey, insani değerler değil, gösterisel değerlerdir. Bu sayede gösteri süreklileşen bir şekilde kendini üretir. Bu üretimi, kimi zaman işçiler, ezilenler ve toplum adına (aslen bir gösteri niteliğinde) konuşarak da gerçekleştirir. Kapitalizm, bu anlamda, Debord’un “meta hümanizmi” dediği, hümanist bir yüz yaratır. Söz konusu hümanist yüz sayesinde bir birlik imajı ortaya çıkar. Gerçeklikte ise, birlik artık mümkün değildir, kaybedilmiştir. Debord’un yine kendi sözleriyle aktaracak olursak:

Gösteri, mevcut düzenin kendisi hakkında verdiği kesintisiz söylev, onun övgü dolu monoloğudur. Yaşam koşullarının totaliter yönetimi döneminde iktidarın kendi portresidir. Gösteri ilişkilerindeki fetişist katıksız nesnellik görünüşü, bu ilişkinin insanlar ve sınıflar arasındaki ilişki olma özelliğini gizler (Debord, 1996: 24. Tez).

TEORİK ÇERÇEVE: GÖSTERİ OLARAK KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Öncelikle, kurumsal sosyal sorumluluk niteliksel bir ilişkiye tekabül etse de, işletme literatürü açısından KSS’nin ekonomik ilişkilerin bir parçası olduğunu not etmek gerekir. Gerçekten de, tanımlara bakılınca, kurumsal sosyal sorumluluğun kar amacına yönelik güçlü bir kaygısı olduğu görülür. Kısacası, KSS Marxist anlamda bir meta ilişkisidir. Şu halde, KSS bağlamında gösterinin daha önce değindiğimiz iki özelliğine dönelim:

Birincisi; KSS insanları birbirleriyle karşı karşıya getirir ve onlar (özellikle işçi sınıfı) açısından bir gerçeklik kaybına neden olur. Debord, toplumların kurtarıcılarında henüz kurtarılamadığının altını çizer. Gösteri, şirketleri birçok alanda kurtarıcı olarak sunar. Oysaki şirketler çözüm olarak görüldükleri bu alanlarda, çalışanların gerçekliğine uymayan ilişkisellikler kurmaktadır; kurtuluşun bir türlü gerçekleşmemesinin basit ve ana sebebi budur. Çalışanların ve çevrenin sömürsü kapitalist üretim biçiminin kaçınılmaz sonuçları iken, şirketlerin ahlaki sıfatlı eylemleri bu gerçeği tamamen göz ardı eder. Bu sonuçlardan kimlerin veya neyin sorumlu olduğu insanların aklına gelmez veya getirilmez. KSS hizmet götürdüğü insanların ve şirket çalışanlarının toplumsal, özellikle de sınıfsal, konumlarını arka plana atar; onların pozisyonlarının üstünü örter. Aynı veya benzer konumdaki insanlar farklı iktidar konumlarına sahipmiş gibi görünür. KSS toplumsal bağları şirketin öncelikleri çerçevesinde yeniden örgütleyerek alternatif bir gerçeklik düzlemi sunar. Bu düzlem KSS'yi meşrulaştıran bir siyaset pratiğini ve daha önemlisi toplumsal ilişki biçimini mümkün ve hatta gerekli kılar. Böylece KSS iktidar konumlarının belirsizleştiği ve tam olarak tanımlanamadığı bir toplumsal gerçeklikte birleştirici, duyarlı ve ahlaki bir ilişki olarak belirir. Örneğin, Google insanîyet namına kölelik ve insan kaçakçılığına karşı çalışan derneklere milyonlarca dolar akıtırken, şirketin çalışanları ve müşterileri, sanki aynı/benzer sınıflardan değilmiş gibi, köle pozisyonundaki insanlarla karşı karşıya konumlandırılır. Pfizer Afrika'daki ihtiyaç sahibi insanlara milyonlarca tıp/sağlık malzemesi dağıtırken, Pfizer'da çalışan işçi sınıfı mensubu onca insan, sanki aynı kapitalist sınıf tarafından sömürülmüyormuş gibi, Afrikalı insanlarla karşı karşıya getirilir. Chiquita kendi işçilerine ve ailelerine barınacak yer sağlarken, bu işçileri, sanki Latin Amerikalı insanları topraklarından atan kapitalist üretim biçimi değilmiş gibi, Latin Amerikalı çiftçilerin karşısında konumlandırır. Özetle, KSS işçi sınıfı ve çalışanlar arasında hümanist bir söylem üzerinden aslında kendi toplumsal konumlarına ve tarihsel gerçekliklerine uymayan bir ilişki yaratır; bu ilişki özel olarak işçi sınıfı içindeki ve daha genel anlamda toplumsal dayanışmayı zedeler. Kapitalist hâkimiyete karşı politikleşmesi gereken insanları siyaset dışına çeker. Gerçekte ise, KSS kapitalist sınıfı

temsil etmektedir. Google, Pfizer ve Chiquita'nın kurumsal sosyal sorumluluk yoluyla toplumsal ilişkiye girdiği insanlar, KSS'yi bu şirketlerin yükseldikleri, aslen kapitalizmin örüldüğü gerçeklik zemininden farklı bir zeminde anlamlandırır. Tam da bu zeminde kapitalizmin dezavantajlı konuma sürüklediği toplumsal kesimler KSS'nin gösterisel niteliği çerçevesinde zıt iktidar konumlarıymış gibi karşı karşıya gelirler.

İkincisi, KSS söylemleri insani değerleri metalaştırır. KSS iş dünyası ve toplum arasında bir araçtır. Fakat bu aracılık da dâhil olmak üzere, hiç bir ilişki metalaşmadan azade kalmaz. Piyasa, kapitalist koşullarda sosyal ilişkiler için en büyük ve uygun zemindir; öyle sunulur. Bununla birlikte, bu zemin sadece ahlaki söylemlerin dolaşıma girmesi ile ayakta kalabilir. Kapitalizm, Harvey'nin "piyasa temelli etik"ine veya Debord'un "meta hümanizm"ine ihtiyaç duyar. Bu iki kavram da aslında KSS'yi tanımlar. KSS, meta ve sermayenin dolaşım ağında kendiliğinden metalaşır; zira KSS, toplumla ilişkileri yönetmek üzere oluşturulmuş ve nihai hedefi kar maksimizasyonu olan bir yatırım stratejisi, bir işletme yaklaşımı, bir iş modeli veya bir kılavuzdur. Eş zamanlı olarak, KSS hümanizmi de metalaştırır. İşin aslı, insan hakları, işçilerin ve çalışanların hakları ve sosyal eşitlik söylemleri, kimi şirketlerin azalan piyasa paylarına çözüm olarak görüldükleri andan itibaren giderek yoğunlaşmıştır. Örneğin, Nike Çin'deki üretim alanlarındaki aşırı sömürü içeren çalışma koşulları kamuoyunca açıkça eleştirildikten sonra işçi haklarına uyacağı sözünü vermiştir; sonrasında da olası müdahaleleri engellemek için haklar söylemini kullanmaya başlamış ve bu söylemi ekonomik faaliyetlerinin bir unsuru haline getirmiştir. Bu durumda işçi hakları, sadece şirketlerin işçi hakları söyleminin yokluğunu bir sorun olarak gördüğü noktada önem kazanır. Dahası, küresel kurumlar da söz konusu haklara olan ihtiyacı, şirketlerin karşı karşıya oldukları küresel bir mesele olması bağlamında dile getirmiştir. Sözün özü, meta hümanizmi bir aldatmacadan ibarettir. Debord'un deyişiyle, zamanın gerçekliği, zamanın reklamına dönüşür. KSS toplumsal ilişkilere kendi kurgusu gereği Marxist anlamda bir meta ve Debordcu anlamda bir gösteri olarak dâhil olur. Girdiği ilişkileri bu çerçevede dönüştürür. İnsani değerler, ahlak ve hümanizm gibi söylemlerle hareket eden KSS, söz konusu söylemleri

de gösterinin parçası kılar. Aslen, bu söylemler KSS'ye gösteri (veya meta) dışındaki biçimlerde eklenemez. Şirketler toplum ile kurmak ve sürdürmek istedikleri bağları KSS yoluyla inşa etmeye devam ettikçe, ortaya çıkan toplumsal ilişki gösterisel bir ilişki olmaktan ve dolayısıyla metalaşmaktan kurtulamaz.

Özetle, KSS'nin iki temel noktadan hareketle gösteri olarak tanımlanabileceğini ileri sürüyoruz: (1) KSS işçi sınıfını/çalışanları/insanları birbirleriyle karşıt konumlara yerleştirir; onların bir sınıfa dâhil olduğu gerçeğini göz ardı ederek onları ayrıştırır; böylece kapitalist sınıfın egemenliğini gizler. Bu yanılısıma, yabancılaşmayı derinleştirdiği için, işçi sınıfı açısından bir gerçeklik kaybını beraberinde getirir. (2) KSS insani değerleri daha etkin ve karlı iş stratejilerini hayata geçirmek için kullanır. Dolayısıyla, bu değerleri, asıl amacı sermaye birikimi olan metalaşmanın tam ortasına yerleştirir. Bu iki noktayı biraz daha somutlaştırabilmek için, Debordcu anlamda *gösterisellik* izlerini bulabileceğimiz KSS uygulamalarına daha yakından bakmak yararlı olacaktır. Bu bağlamda, KSS'nin küresel olarak tanımlanmasında, tanınmasında ve en önemlisi kurumsallaşmasında önemli yeri olan küresel sözleşmelere ve bunların benimsedikleri söylemlere dair eleştirel bir analiz yapacağız. Yalnız bu noktada, önemli bir ayrımı yeniden belirtmekte fayda var. Bu analizin amacı, KSS uygulamalarının yeterliliğine, sürdürülebilirliğine veya ne kadar etkili olduğuna dair bir çıkarımda bulunmak değil. Böyle bir yol bizi yine mevcut literatürün kısır döngüsü içerisinde bırakacaktır. Buradaki amaç, söz konusu bu döngü içerisinde çıkarak, KSS kavramına bütünsel olarak yaklaşan eleştirel bakış açısını, anlamlı bir kavramsal çerçeve içerisinde sunmaya çalışmaktır. Metin bu noktadan sonra Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü Çokuluslu Şirketler Prensipleri'nin değerlendirmesi ile devam edecektir.

BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin temel söylemi, neoliberalizmin getirdiği yeni ortamda sermaye birikim sürecinin karşı karşıya olduğu sorunlara çözüm üretme üzerine kuruludur. Sözleşme, 2000

yılında şirketlerin “sorumlulukları”nın iyiden iyiye görünür olduğu bir ortamda zamanın Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan tarafından duyurulmuştur. Sermayenin dolaşımı “sorumluluklarından” doğru yükselen toplumsal rahatsızlık tarafından kesintiye uğradığı için, söz konusu görünürlük sermaye sınıfını olumsuz etkilemeye başlamıştır. İlkeler Sözleşmesi’nin internet sitesinde dile getirildiği üzere, “sosyal, siyasal ve ekonomik meseleler iş dünyasını her zamankinden daha fazla etkilediği için, birçok şirket hükümetlerle, sivil toplumla, iş örgütleriyle ve Birleşmiş Milletler ile ortak hareket etme ve birlikte çalışma ihtiyacını kabul etmektedir” (BMKİS, 2012). Kofi Annan, sözleşmenin amacının şirketlere insani bir yüz kazandırmak olduğunu vurgulamıştır (Gaffney, 2009: 279). Bu aslen bir tür ahlaki maskedir. Bu maske veya Marx’ın vurguladığı “gerçeksizlik” hali çağdaş dünyanın tekil bir parçası değildir; Debordcu anlamda bir bütünlüğü temsil eder. Kurumsal sosyal sorumluluk alanında en geniş gönüllü yapılanma olan sözleşme (BMKİS, 2012), sermayenin insancılığı ile şekillenen bir “gerçeksizliği” yayar. BMKİS, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, Uluslararası Çalışma Örgütü İş Hakları Temel İlkeleri ve Rio Çevre ve Kalkınma Bildirgesi belgelerinden esinlenerek on ilke belirlemiştir (Ruggie, 2002: 31). Bu ilkeler insan hakları, iş, çevre ve yolsuzluk gibi başlıkları kapsamaktadır.⁷ Amaç, iş dünyasını kendi strateji eylem planlarında bu ilkeleri benimsemeleri yönünde teşvik etmektir. İlkeler çerçevesinde iş dünyasının, Binyıl Kalkınma Hedefleri, yoksulluk, açlık ve eşitsizlikle mücadele gibi Birleşmiş Milletler’in daha genel

⁷ İnsan Hakları

İlke 1: İş dünyası, ilan edilmiş insan haklarını desteklemeli ve bu haklara saygı duymalı.

İlke 2: İş dünyası, insan hakları ihlallerinin suç ortağı olmamalı.

Çalışma Standartları

İlke 3: İş dünyası, çalışanların sendikalaşma ve toplu müzakere özgürlüğünü desteklemeli.

İlke 4: Zorla ve zorunlu işçi çalıştırma uygulamasına son verilmeli.

İlke 5: Her türlü çocuk işçi çalıştırılmasına son verilmeli.

İlke 6: İşe alım ve işe yerleştirmede ayrımcılığa son verilmeli.

Çevre

İlke 7: İş dünyası, çevre sorunlarına karşı ihtiyati yaklaşımları desteklemeli.

İlke 8: Çevresel sorumluluğu arttıracak her türlü faaliyete ve oluşuma destek vermeli.

İlke 9: Çevre dostu teknolojilerin gelişmesini ve yaygınlaşmasını desteklemeli.

Yolsuzlukla Mücadele

İlke 10: İş dünyası, rüşvet ve haraç dâhil her türlü yolsuzlukla savaşmalı. (BMKİS, 2012)

hedeflerini desteklemesi de düşünülmüştür. İlkeler Sözleşmesi aslında birbirini tamamlayan iki amaca yöneliktir: dünya çapındaki iş ve ticaret etkinliklerinde on ilkenin hâkim kılınması ve Binyıl Kalkınma Hedefleri'ni de içerecek şekilde BM'nin genel amaçlarını destekleyecek etkinliklerin kolaylaştırılması (BMKİS, 2012).

Binyıl Kalkınma Hedefleri “başarı” hikâyelerinden biri Laos'ta yoksulluğun azaltılması üzerinedir. Hikâye yoksulluğu beş yıllık bir süre zarfında yarı yarıya düşürme hedefinin örneğidir.⁸ Hikâyeye göre, Laoslu çiftçi Oudone Vonkham BM üzerinden gelen kalkınma fonları aracılığıyla kurulan yerel pazarlar ve inşa edilen yollar sayesinde yoksulluktan “korunmuştur”. Bu fonlar sayesinde daha pek çok aile kurtarılmıştır. 6,2 milyon nüfusu olan Laos'ta yaklaşık 950 bin kişinin mutlak yoksulluktan kurtulduğu belirtilmektedir. Başarı hikâyesinin son bölümünde bir bölge valisinin ağzından hükümetin hazırladığı projelerin başarısızlığa uğradığı savunulmaktadır. Buna karşılık, aynı vali sorumluluk sahibi küresel kapitalizmin bu projelerle istikrar getirdiğini savunmaktadır. Çiftçinin ve diğerlerinin hikâyeleri bu insanların meta hümanizmi tarafından belirlenen hedeflerin sonucunda nasıl ayakta kalabildiklerini anlatmaktadır. Bununla beraber, Laoslu bir çiftçi yoksulluktan korunurken, dünyanın başka taraflarındaki diğer çiftçiler neoliberal dönüşüm yüzünden topraklarını kaybetmektedir. Laoslu yoksul çiftçi, küresel kapitalizmin, kendisini Laoslu veya dünyanın başka yerlerindeki diğer çiftçilerle karşı karşıya getirdiğinin fark etmesinin çok zor olduğu bir yanılsama içinde konumlanmıştır. Bu yanılsamada küresel kapitalizm bir kurtarıcı olarak sunulmaktadır. Fakat kapitalist üretim biçiminin özelliği topraksızlaştırmaktır. Böylesi bir durumda, çiftçi aldığı sözde yardımın topraksızlaştırmayı meşrulaştıran ve kendisini kapitalist dönüşümün mağduru kılacak egemen sınıfın ideolojik bir aracı olduğunu kolayca fark edemez. Ayırdına hemen varamayacağı bir başka nokta ise, sanki kendisi aynı kesime ait değilmiş gibi ve sanki kendi gerçekliği onların gerçekliği ile aynı

⁸ <http://content.undp.org/go/newsroom/2010/june/20100602-laos-localisation.en?categoryID=349423&lang=en>.

veya benzer değilmiş gibi diğer çiftçilerle karşı karşıya gelmiş olmasıdır. Yardım alan yoksul çiftçi, topraksızlaştırılan yoksul çiftçinin gerçekliğinden kopar. Laoslu çiftçinin hikâyesinde açıkta kalan önemli bir nokta, kendisinin ve diğer 950 bin çiftçinin mutlak yoksulluk içinde yaşıyor olduğudur. Dolayısıyla bu tür başarı hikâyelerinde cevapsız kalan soru küresel dünyanın neden eşitsizlik sorunuyla yüzleşmek zorunda kaldığıdır. Kapitalizm öylesine doğal kabul edilmektedir ki, aşırı durumlar bir eyleyicisi olmayan veya eyleyicileri kapitalist sisteme özgü olmayan tesadüfler olarak görünmektedir. Egemen ideolojinin eşitsizlik gerçekliğine doğru görünüşteki müdahalesi yoksulluğu “insan doğası içindeki ötekiliğin, yabancılaşmanın ve olumsuzluğun edilgin bir tasvir”i yapan estetik bir hikâyeyi mümkün kılar (Harvey, 1989: 336). Bu estetik hikâyeler kapitalist toplumun “gerçeksizliğini” ve yanılışmasını, dolayısıyla sermayenin kurduğu gösteriyi taşır. 11 Eylül terörist saldırılarından sonra George W. Bush sadece barış aradıklarını söylemiştir. Bush yönetimi, demokrasi, kalkınma, serbest piyasa ve özgür ticaretin baskının, hıncın ve yoksulluğun yerine geçeceğini ve serbest pazarın bütün toplumu yoksulluktan kurtaracağını iddia ederken aslında savaşa hazırlanmaktadır (Harvey, 2003: 5).

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi’nin temel vaatlerinden biri küreselleşme sürecinde uçta bir konumda kalan gelişmekte olan ama özellikle en az gelişmiş ülkelerin yararlanabileceği BM destekli projelere katılabilmesidir (Ruggie, 2002: 31). Bu söylemde açıkta bırakılan yine ekonomik küreselleşmenin veya küresel kapitalizmin kapitalist sınıfın bir projesi olduğu ve söz konusu marjinalleşmenin kendiliğinden ortaya çıkmadığıdır. Bu söylemde hem küreselleşme hem de marjinalleşme süreçleri doğal olgular gibi sunulmaktadır. Debord’a göre gösteri, sefaleti gelişmenin farklı aşamalarına tekabül edebilecek gösterisel karşıtlıklar arkasında saklar. Gösteri gerçek karşıtlıkların – sınıf mücadelesi gerçeği gibi – gün yüzüne çıkmasına izin vermez. Debord, gösterinin sefaleti hem inkâr edebileceğini hem de besleyebileceğini belirtir. Öyleyse, gösteri tarihsel süreç içinde ortaya çıkan sefaleti inkâr ederken, durumdan çıkar sağlamak üzere bugünün sefaletini doğrulayabilir. Bize sunulan “mutsuzluğun dingin merkezindeki yıkım ve korkuyla çevrili mutlu bir birleşme imajından başka bir şey” olmayan gösteridir (Debord, 1996: 63. Tez).

Birleşme imajı kapitalist ekonominin toplumsal alana müdahalelerini meşrulaştırır; sosyal ilişkileri egemen ideoloji etrafında metalaştırır. Soederberg'in (2006: 89) belirttiği üzere, BM kapitalist dünya ekonomisinin bir eseri olduğuna göre, BM'nin eseri olan İlkeler Sözleşmesi de dünya sisteminin neoliberal normlarını meşrulaştırır. Böylece, gösteri kapitalist sisteme yöneltilmiş ve yöneltilecek olan itirazları kendi içinde eritir; şirketlere daha rahat hareket edecekleri alanlar açar (2006: 92).

Diğer bir başarı hikâyesi HIV/AIDS virüsüne karşı savaşla ilgilidir. Kofi Annan söz konusu savaşın bu bulaşıcı hastalık yüzünden maliyetlerin artmasına ve pazar paylarının azalmasına karşı başlatıldığını açıkça söylemiştir. Binyıl Kalkınma Hedefleri'nde de hastalığa dair amaçlar sıralanmıştır. Örneğin, Uganda'da yetişkinlerde HIV virüsünün görülme oranının 2001'de yüzde 8 iken 2007'de yüzde 5,7'ye düştüğü kaydedilmiştir. Benzer şekilde Kamboçya HIV virüsünün yayılmasını geriletmeyi başarmış, 2001'de yüzde 1,8 olan oranı 2007 itibarıyla 0,8'e çekmiştir.⁹ Kofi Annan'ın beyanına referansla, insanların bu tehlikeli hastalıktan kurtarılması karlı bir iş yatırımı gibi görünür. Bir yanda sorumluluk sahibi kapitalizmin kurumlarının işbirliği ile hümanizm vurgusu üzerinden yürütülen HIV karşıtı kampanyalar göze çarpar. Öte yanda, Harvey'nin (2005: 38) hatırlattığı üzere, birçok şirket var olan teknolojilerden daha fazla kar elde etmek amacıyla AIDS ilaçları gibi kendi yeni teknolojilerini kamunun kullanımına açmaz. Dahası, Şirket-İzleme (CorpWatch), Nike-İzleme (NikeWatch) ve Küresel Takas (Global Exchange)¹⁰ gibi eleştirel ve muhalif kuruluşlar BMKİS internet sitesinin şirketler için eleştirel yorumlara ve sorulara tabi kılınmadan masrafsızca reklamlarını yapabilecekleri serbest bir forum işlevi gördüğünü vurgulamaktadır (Soederberg, 2006: 80). Bu çelişkili durum gösterinin ikinci niteliğine, insani değerlerin metalaşmasına bir örnek teşkil

⁹ Binyıl Kalkınma Hedefleri hakkında bilginin ulaşılacağı internet adresi: <http://www.un.org/en/mdg/summit2010/successstories.shtml>.

¹⁰ Corpwatch, Nikewatch ve Global Exchange şirketlerin yolsuzluklarının etkilerine dair araştırmalar yapan, bunları kamuoyu ile paylaşan ve kar amacı gütmeyen sivil toplum örgütleridir. Bununla birlikte bu örgütlerin eleştirel pozisyonu şirketleri daha sorumlu davranmaya teşvik etmenin ötesine geçmemektedir. Bu örgütler ağırlıklı olarak kapitalizm içinde hareket eden şirketlerin içkin bir özelliği olması durumundan ziyade, bu ağırlıklı olarak olumsuz etkilerine odaklanmaktadır.

eder. Yaşam, ama özellikle sağlıklı koşullarda yaşama ve temel sağlık hizmetlerine ulaşım hakkı daha verimli ve karlı bir kapitalist üretimi sağlamak üzere kullanılan bir söyleme dönüşür. Hastalığın ve virüsün düşürülen oranları kapitalist sistemin daha sağlıklı bir kalkınma yolundaki olumlu etkileri olarak resmedilir. Bu söylem kapitalist üretim biçiminin içinde şekillenen hümanizmin derdinin insanların değil sistemin hayatta kalması olduğunu açık eder.

EKONOMİK İŞBİRLİĞİ VE KALKINMA ÖRGÜTÜ (OECD) ÇOKULUSLU ŞİRKETLER PRENSİPLERİ

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nden farklı olarak OECD Prensipleri, üye ülkeleri kendi sınırları içerisindeki şirketleri denetlemesi için teşvik etmeyi hedefler. Bu denetim genellikle “kurumsal yönetim” adı altında geliştirilmeye çalışılır. OECD kendi varlık amacını şu şekilde açıklar:

OECD 30 demokrasinin bir araya gelerek, küreselleşmenin ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlarına eğilmek üzere çalıştığı özgün bir forumdur. OECD aynı zamanda hükümetlerin, kurumsal yönetim, bilgi ekonomisi ve yaşanan nüfus sorunları gibi yeni gelişmeleri ve sorunları takip ederek cevap verebilmesi için gereken çabaları ön planda tutmaktadır. Örgüt, hükümetlerin siyasa deneyimlerini karşılaştırabildikleri, ortak sorunlara çözüm arayabildikleri, ulusal ve uluslararası politikalarla uyum içinde çalışabilmek için yararlı uygulama ve çalışmaları tespit edebildiği bir ortam oluşturmaktadır (OECD, 2006).

Söz konusu prensiplere göre, şirketler tüm paydaşları ile ilgilenmeli ve iş etkinliklerini çevre, insan hakları, iş ilişkileri, tüketici ilişkileri, yolsuzluğu önleme gibi konulara önem vererek yürütmelidir. Bu prensiplerin özünde açığa çıkarılan konular Küresel İlkeler Sözleşmesi'ndeki konularla oldukça benzerdir. Ancak, OECD Prensipleri'nde öne çıkarılan kurumsal yönetim kavramında insancıl söylemler biraz daha merkezi bir yer kaplar. Kurumsal sorumluluk ve kurumsal yönetim alanları geniş açıdan bakıldığında oldukça yakındır. Sonuç olarak iki alan da neoliberal ideolojinin birer temsilcisidir. Kendi söylemlerindeki amaçtan da anlaşılacağı üzere, yasal düzenlemelerin de senaryonun içine katıldığı kurumsal yönetim kavramında

devletlere daha etkin bir rol biçilir. Yine de hissedar değerinin maksimize edilmesinin KSS gibi kurumsal yönetim kavramına içkin olması değişmez. Söz konusu kavram zaten “hissedar değerinin arttırılması amacıyla şirketlerin yönlendirildiği ve kontrol edildiği sistem” olarak tanımlanır (Soederberg, 2010: 92).

OECD Prensipleri içerisinde, konumuz açısından önemli bir nokta, işçi-işveren ilişkisine dair ortaya atılan söylemlerdir. Prensiplere göre şirketler, “çalışanların sendikalaşma hakkına saygı duymak, ... çalışanlar arasında ayrımcılık yapmamak, iş sağlığı ve güvenliğine dair gerekli adımları atmak, ... işçi-işveren ilişkilerine dair konularda veya toplu görüşmelerde işçi temsilcilerine yetki vermek” gibi görevleri yerine getirmek zorundadır (OECD, 2008: 18). Fakat bu tür gerekliliklerin “toplumsal sorun” olarak görülmesi dikkat çeken bir durumdur. Herhangi bir devlet, sınırları içerisinde bir bölgede bunun gibi “toplumsal sorunları” aşmada başarısız olduğunda, bu bölgeler “zayıf kurumsal yönetim” bölgeleri olarak etiketlenir. Bu etiketleme, özel sektör için “riskli” bulunan bölgelerin belirlenmesinde işe yaramaktadır. Dolayısıyla, devletin bu sorunları aşmada “başarısız” olması piyasadaki yatırımcılara bir uyarı niteliğindedir. Sonuç olarak, piyasa mantığına göre riskli görülen bu bölgelerin, yatırımcılar için daha güvenli hale getirilmesi için verilen reçete devlet teşvikli “kurumsal sorumluluk” olmaktadır. Bu tip bir *gösterisellik* içerisinde sunulan işçinin korunma çabası, kapitalist üretim ilişkilerinin içerisinde tekrar mahkûm edilmiş ve Marxist anlamda işçi sınıfının sömürülmesinden uzaklaşamamış bir çabaya dönüşür. Sonuçta buradaki işçiyi koruma vaadi, “zayıf kurumsal yönetim” alanının içerisinde tanımlanan bir grup insana tekabül eder. Söz konusu bu grubun ise sermaye dolaşımını garanti altına alabilmek için stratejik önemi olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

O halde zayıf kurumsal yönetim alanında korunduğu iddia edilen bir işçi ancak gösteri toplumunun kuralları içerisinde varlığını bulabilir. Bu “koruma” söylemi ise işçileri sömürü ilişkileri içerisinde daha fazla çekebilmeğe öte bir çaba içermez. İşçilere dair yaratılan söylemler asıl olarak emeğin metalaşmasını meşrulaştırır. Gösteri toplumuna dair çıkardığımız sonuçlarla açıklayacak olursak, zayıf kurumsal

yönetişim alanına dâhil edilen emekçiler, kendi kendileri ve sınıfdaşlarıyla karşı karşıya getirilerek, işçi sınıfının Marxist anlamda yabancılaşmasını daha da derinleştirir. İşçi sınıfını siyasetlesizleştiren (depolitizasyon) bu tür uygulamaların, kurumsal yönetim ya da KSS kavramlarına içkin olduğunu anlayabilmek büyük bir önem taşır.

Söz konusu OECD prensipleri aynı zamanda piyasa tabanlı etik ve insani değerlere dair söylemleri de işçi haklarının korunması söylemleri altında yeniden üretir (OECD, 2006). Fakat açıktır ki piyasa tabanlı etik kaygıların, gerçekten insan hakları koruyucusu olması mümkün değildir. Soederberg’in Marxist bir bakış açısıyla yorumladığı gibi, “zayıf kurumsal yönetim” kavramı, “neoliberal kapitalizm içerisinde işçi sınıfının artık kendi haklarını koruyabilmek ve iyileştirebilmek için devlete bel bağlayamadığı anlayışı üzerine kurulmuştur” (2010: 99). Bu durumda, OECD’nin çok uluslu şirketler, devlet ve toplum üçlüsü arasında daha iyi ilişkiler kurulmasına dair girişimleri, kapitalist üretim sisteminin metalaştırma sürecinin bir parçası haline dönüşür. Olası riskli bölgeleri daha az riskli hale getirip sermayenin önünü açma girişiminde işçi sınıfına biçilen rol ancak ve ancak ekonomik bir kategori olarak belirlenebilir (Soederberg, 2010: 101). Fakat OECD’nin ürettiği söylem aynı kategorizasyonu “insan hakları” söylemini öne çıkararak devam ettirmeye çalışmaktadır. Şirketlerin sözde sosyal sorumlu uygulamalarını destekleyen prensipler, emeğin metalaşmasını doğallaştırırken, insani değerlerin de metalaşma sürecini ortaya koyar. OECD’nin ürettiği insani değerleri koruma söylemi, kapitalizmin kendini yeniden üretebilmesi için gerekli olan meta dolaşımını sağlamaya yardımcı olma niyetiyle ortaya çıktığından, meta hümanizminin içkin olduğu *gösteri toplumunu* besler.

Kurumsal sosyal sorumluluk söylemi dünyanın, faili görünmez sorunlarla uğraştığını varsayar. Kapitalist sınıf bu sorunları tanımlama ve çözme görevini üzerine alır. Bu sorunlar küreselleşmenin doğal sonuçları olarak yansır. Kapitalist sınıf sosyal çözümler uğruna risk alır ve aynı anda hem ekonomiyi hem de toplumu kurtarır. İşin aslı, tek suçlu kapitalist üretim biçiminin kendisidir. Kapitalizminden gelen her insani eylem

kapitalist gerçekliğe katkı sunar; bu gerçeklik ise işçi sınıfının, çalışanların, genel olarak kapitalizmin dezavantajlı konuma ittiği kesimlerin “gerçeksizliğidir”.

SONUÇ

Bu makalede, KSS kavramının Debordcu bir anlamda gösteri olarak tanımlanabileceğine dair belirlediğimiz iki özelliği açarak, kavramı meta olarak tanımlamaya çalıştık.

(1) Kurumsal sosyal sorumluluk toplumu ayrıştırır; fakat kendisini, toplum ve ekonomi arasında bir dil kurarak, birleştirici olarak sunar. Gerçekte, toplum ve ekonomi arasındaki bu dil kapitalizmin yararınıdır. İşçi sınıfının üyeleri sanki tek bir sınıfa ait değillermiş gibi karşı karşıya getirir. Örneğin, Çin’deki işçilerin koşullarının iyileştiği iddia edilirken, Laos’taki çiftçiler kapitalist ekonominin sömürü koşullarında var olmaya çalışır. Bu karşılaştırma (karşı karşıya getirme) sermaye sınıfı ile işçi sınıfı arasındaki gerçek çelişkiyi saklar; kurumsal sosyal sorumluluk bu saklamadaki en önemli araçlardandır.

(2) Kurumsal sosyal sorumluluk söyleminde yer alan insani değerler metaların ve dolayısıyla sermayenin dolaşımına olası müdahaleleri engellemek üzere üretilir. Bu dolaşım kapitalizm için elzemdir; insan hakları, işçi hakları, kadın hakları, eşitlik gibi söylemler meta dolaşımını sürdürmek üzere KSS bağlamında araçsallaştırılır.

Bu metinde ana akım yazında mevcut olan KSS tartışmalarından farklı olarak, KSS uygulamalarının ne gibi sınırları, başarısız uygulamaları ve potansiyeli olduğuna dair yapılan analizlerin ötesine geçmeye çalıştık. Kavramı ve uygulamaları daha geniş bir bağlamda, küresel kapitalist üretim ilişkileri bağlamında, Debordcu bir çerçeveden okumak üzere bir çerçeve sunduk. Bu çerçeve KSS’nin iyi ya da kötü, başarılı ya da başarısız olmasına dair bir iddia içermiyor. Hatta öyle ki bu tür bir analizin doğası gereği piyasa mantığı içerisinde kalmaya mahkûm olduğunu ileri sürüyoruz. Böyle bir perspektifin meta hümanizmi ile sınırlı olduğunu anlatmaya çalıştık. Öte yandan, KSS’nin uygulamalarına daha yakından bakmanın, etkilerine, sonuçlarına, aktörlerine, koşullarına ve türlerine dair bir kavramsallaştırmanın, daha bütünsel bir sosyolojik

resim çizilebilmesi açısından gerekliliğinin ve öneminin farkındayız. Ancak, KSS'ye dair eleştirel yazının çok sınırlı olması dolayısıyla, bu makaledeki katkımızı KSS'nin bir *gösteri* olarak yeniden kavramsallaştırılması ile sınırlamaya çalıştık. Bu durumda “Gösteri olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk” perspektifinin, bu kavramı mevcut literatürden daha uygun bir bağlama yerleştirdiğini ve kavrama dair yeni bir okuma sağladığımızı düşünöyoruz.

SUMMARY

The main concern of this article is to problematize the so-called mutually beneficial relationship between free market mechanism and common good through the debates around Corporate Social Responsibility (CSR). Despite the social problems deepened by the free market, capitalist discourse attempts to justify itself by adopting some ethical concerns. As being one of the main powerful actors of capitalism, and as an actor increasingly speaking about ethical concerns in the global arena, corporations have not been behind this legitimation process. On the contrary, they have always had intentions for creating a “good” image for themselves. Moreover, the concept of CSR is not only about corporate activities, but also included in the larger global economic and political arena, in which CSR discourse is increasingly embedded. However, it should be recognized that these kind of attempts constitute market-based ethics. Trying to move beyond the existing critical literature on CSR, this article approaches to the concept of CSR from a Marxist perspective. We attempt to do it with the help of Marxist concept of commodity combined with Guy Debord’s notion of spectacle. We argue that CSR can be considered as a spectacle in Debordian sense, because it has at least two characteristics of the spectacle: confronting the working class with each other and commodifying the humanitarian values. This article also includes a close reading of the discourse about CSR in order to show that how these two characteristics of the spectacle are embedded in the global language of CSR and how they are manifested through the institutions of capitalism. In this context, we focus on two main texts that have major contributions to the existence, dispersion and institutionalization of the concept of CSR worldwide: UN Global Compact and OECD Guidelines for Multinational Corporations, the most comprehensive international guidelines for CSR. Our aim is to exceed the discussions about the limits, failures or potentials of CSR; because such analysis, we argue, inherently follows the logic of commodity relations. In this paper, we limit our contribution to a re-conceptualization of CSR as spectacle. We believe that “CSR as spectacle” provides possibilities for contextualization of the spectacle as well as a novel reading of CSR.

KAYNAKÇA

- Alakavuklar, O. N., Kılıçaslan, S. ve Öztürk, E. B. (2009). Türkiye’de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal Değişim Öyküsü. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 9 (2), 103-143.
- Ayhan, B. (2009). Siyasal İktisat ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 9 (2), 173-187.
- Bair, J. (2007). From the Politics of Development to the Challenges of Globalization. *Globalizations*. 4 (4), 486-499.
- Bakan, J. (2004). *The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power*. New York: Free Press.
- Banerjee, S. B. (2007). *Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad, and the Ugly*. Edward Elgar Publishing.
- Best, S. (1994). The Commodification of Reality and The Reality of Commodification: Baudrillard, Debord, and Postmodern Theory. D. Kellner (Ed.) *Baudrillard: A Critical Reader* içinde (41-67). Oxford: Blackwell Publishers.
- Cloud, D. L. (2007). Corporate Social Responsibility as Oxymoron: Universalization and Exploitation at Boeing. S. May, G. Cheney ve J. Roper (Eds.), *The Debate over Corporate Social Responsibility* içinde (219-231). Oxford: Oxford University Press.
- Debord, G. (1996[1967]). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*. A. Ekmekçi ve O. Taşkent (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ertuna, B. ve Tükel, A. (2009). Türkiye’de KSS Uygulamaları: Geleneksel ve Kültürel Arasında. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 9 (2), 145-172.
- Fleming, P. ve Jones, M. J. (2013). *The End of Corporate Social Responsibility: Crisis and Critique*. London: Sage.
- Gaffney, M. (2009). *After the Crash: Designing a Depression-free Economy*. Malden: Wiley-Blackwell.

-
- Freeman, R. E. ve McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *Working Paper No. 01-02*. Darden Graduate School of Business Administration, University of Virginia, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263511.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, <http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>
- Hanlon, G. (2008). Rethinking Corporate Social Responsibility as the Role of the Firm: On the Denial of Politics. A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon ve D. S. Siegel (Eds.), *Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* içinde (156-172). Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity: An Inquiry into the Origins of Cultural Change*. Malden: Blackwell Publishers.
- Harvey, D. (2003). *The New Imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. New York: Oxford University Press.
- Marx, K. (1978[1867]). *Kapital Birinci Cilt*. A. Bilgi (Çev.). Ankara: Sol Yayınları,
- McMillan, J. J. (2007). Why Corporate Social Responsibility: Why Now?. S. May, G. Cheney ve J. Roper (Eds), *The Debate over Corporate Social Responsibility* içinde (15-29). Oxford: Oxford University Press.
- Nederveen-Pieterse, J. (2004). Capitalisms: Asian-European Dialogue after Enron. *Asian Journal of Social Science*. 32 (2), 274-289.
- OECD (2006). *OECD Risk Awareness Tool for Multinational Enterprises in Weak Governance Zones*. <http://www.oecd.org/daf/inv/corporateresponsibility/36885821.pdf>.
- OECD (2008). *Guidelines for Multinational Enterprises*. OECD Publishing, <http://www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf>.
- Özdora-Aksak, E. ve Atakan-Duman, Ş. (2014a). The Online Presence of Turkish Banks: Communicating the Softer side of Corporate Identity. *Public Relations Review*. 41 (1), 119-128.

-
- Özdora-Aksak, E. ve Atakan-Duman, Ş. (2014b). The Role of Corporate Social Responsibility in Online Identity Construction: An Analysis of Turkey's Banking Sector. *Public Relations Review*. 40 (5), 862-864.
- Özdora-Aksak, E. (2015). An Analysis of Turkey's Telecommunications Sector's Social Responsibility Practices Online. *Public Relations Review*. 41 (3), 365-369.
- Papatya, N. (2010). Kapitalizmin Yeni/Yenilenen Akıl Oyunu: Küresel Şirketlerin Etiksel Ütopyaları. *Mülkiye*. 34 (268), 303-329.
- Rowe, J. K. (2005). Corporate Social Responsibility as Business Strategy. R. D. Lipschutz ve J. K. Rowe (Eds.), *Globalization, Governmentality and Global Politics: Regulation for the Rest of Us?* içinde (130-170). London: Routledge.
- Ruggie, J. G. (2002). The Theory and Practice of Learning Networks: Corporate Social Responsibility and the Global Compact. *The Journal of Corporate Citizenship*. 5, 27-36.
- Shamir, R. (2008). The Age of Responsibilization: On Market-embedded Morality. *Economy and Society*. 37 (1), 1-19.
- Sklair, L. ve Miller, D. (2010). Capitalist Globalization, Corporate Social Responsibility and Social Policy. *Critical Social Policy*. 30 (4): 472-495.
- Soederberg, S. (2006). *Global Governance in Question: Empire, Class and the New Common Sense in Managing North-South Relations*. London: Pluto Press.
- Soederberg, S. (2010). *Corporate Power and Ownership in Contemporary Capitalism: The Politics of Resistance and Domination*. London: Routledge.
- Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, www.kssd.org.
- UNDP (2008). *Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu*. http://kssd.org/wp-content/uploads/2013/04/turkiyede_kurumsal_sosyal_sorumluluk_degerlendirme_raporu.pdf.
- UN Global Compact (BMKİS) (2012). www.unglobalcompact.org.
- Wallerstein, I. (1983). *Historical Capitalism*. London: Verso.