

Kapitalizmin Yeni/Yenilenen Akıl Oyunu: Küresel Şirketlerin Etiksel Ütopyaları

Nurhan Papatya*

Özet

Bu çalışmada, kapitalizmin başlangıç evresinden şirket kapitalizmine evrilişi ve küresel şirketlerin “etiksel ütopyaları” kapsamında sosyal sorumluluk anlayışı ele alınmaktadır. Özellikle kapitalizmin, içinde yaşanan dünyayı yaratıp, insan ilişkilerini düzenleyerek, insan doğası üzerinde nasıl hâkimiyet kurduğu ve aynı zamanda küresel şirketlerin gelecekte hiçbir şeyin kendilerini rahatsız etmeyeceği bir dünya düzeni kurmaya yönelik çabaları geçmişten günümüze gelişim evreleriyle ortaya konulmuştur. Şirket kapitalizminin eylemleri yansıtma şekli ve iki yönlü işleyişi yani hem etiksel şirket ideolojisinin yeniden üretilmesi hem de meta-etik ikilem olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına yönlendirilmesi sistem yaklaşımıyla içeriklendirilip detaylı olarak incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kapitalizm ve Şirket Kapitalizmi, Etiksel Ütopya, Sosyal Sorumluluk, Küresel Şirket Vatandaşlığı, Yumuşak Sistem Düşüncesi.

New Renewed Mind Games of Capitalism: Ethical Utopia of Global Corporation

Abstract

In this study, the social responsibility conception from the initial phases of capitalism to its evolution to the company capitalism and the “ethical utopias” of the companies are handled with. Especially, how capitalism reigns over human nature by creating the word in which human begins live, and by coordinating human relationships and at the same time, the struggles of the global companies to create a world-system in which nothing else would disturb them are displayed from the past to our times with all of their development stages. The way the company capitalism reflects actions and its running in two directions which mean the reproduction of the ethical company ideology and also its concentration on the social responsibility activities as a meta-ethical dilemma are based on the system approach and are analyzed in detail.

Keywords: Capitalism and Corporate Capitalism, Ethical Utopia, Social Responsibility, Global Corporate Citizenship, Soft System Thinking.

* Doç.Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

Giriş

Günümüzde çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin dünya düzeni üzerindeki sosyal, kültürel, ekonomik ve politik etkilerine yönelik tartışmalar geniş, karmaşık ve hızla değişen bir eksende olmasına karşın, bu konuyla ilgili sorunların ortaya konduğu farklı düzlemler dizisini ayırt etmek mümkündür. Bu düzlemler dizisi daima birbiriyle çarpan etki gösteren girift ilişkiler olmakla birlikte, aralarında en dikkat çeken “ahlâki/etik”¹ sorundur. Ahlâki sorun, şirketlerin/insanların yaşam karşısındaki tavrı, görevi, varlık nitelikleri, davranışlarının bağımlı ya da bağımsız olduğu ile ilgilidir Çünkü ahlâk hayatımızda en çok gereksinim duyulan, ancak bulunması o kadar zor genel kurallar bütünü olma özelliğini sürdürmektedir. Bu kurallar bütünü, birbirimiz karşısında kendimizi güvenlikte hissedebilmemiz, birbirimize yardım edebilmemiz, huzur içinde işbirliği yapabilmemiz ve birbirimizin varlığından korku ve kuşkuyla lekelenmemiş bir keyif alabilmemiz için, birbirimize karşı ya da bizim ötekine karşı tavırlarımıza, aynı zamanda da ötekilerin bize karşı tavırlarına kılavuzluk edebilecektir.² Bu kılavuzluk mutluluk ve özgürlük arayışları esasına dayanarak eski Grek ahlâk anlayışları ile başlayıp günümüze kadar devam eden çizgide varlığını sürdürür. Çünkü her zaman diliminde mutluluk “*erdeme uygun ruh etkinliği*” ya da “*kendisi için istenen iyi*” olarak açıklanır.

Bu açıdan mutluluk ideali bireysellikten toplumsallaşmaya doğru, modern toplum, modern devlet ve modern hukuk anlayışlarıyla yeni bir şekle bürünerek toplumsal mutluluğa dönüşür. Bu tür mutluluğun yansımalarından biri de “*ütopya*” eserlerinin dolayısıyla “*ütopyacı düşünüşün*” iddialarında mevcuttur. Özellikle, Altın çağ, ideal şehir Cokaygne ülkesi; cennet, binyıl, manastırcı ideal... Bu fikirlerin ve hayallerin hiçbir şekilde henüz kaybolmamış olan gücü göz önüne alındığında, ütopyacı anlayışın zaman tanımazlığı ve evrenselliği Orwell ile birlikte kabul edilebilir. Neredeyse arketipik olan bu biçimler tarafından beslenen ütopyanın kendisi de bir arketip, insan zihninin düş görmek gibi doğal bir eğilimidir. David Plath’e göre, “insanlar her yerde ideal ötekilik hayallerine bağımlı görünürler”; Manueller ütopyacı düşüncenin “hayali dayanağı”ndan bahseder ve Arthur Koestler, “bütün ütopyalar mitolojinin kaynaklarından

1 Ahlâk tarih üstü bir soyutlama değil, tarihsel olarak evrimleşen ve hatırı sayılır değişimlerden geçen bir şeydir. Diğer bir deyişle ahlâk sınıfsal bir temele sahiptir. Egemen toplumsal sınıfın değerlerini, çıkarlarını ve bakış açısını yansıtır. Şüphesiz, ahlâk eğer yurttaşların büyük çoğunluğu tarafından kabul edilmezse, zorunlu bir toplumsal kaynaşma düzeyini korumayı beceremez. Bu nedenle de ihlal edilmeleri durumunda tüm toplumsal yapıyı çökertecek mutlak ve sorgulanmaz doğrulardan oluşuyor görünmek zorundadır. Çokuluslu şirket sahiplerinin, halkı ahlâk, din, aile planlaması ve tutumluluk konusunda eğitmelerinden daha tiksindirici çok az şey vardır. Tüm tarih, egemen sınıfın kendi iktidar ve ayrıcalıklarını gerekirse her zaman en vahşi araçlarla savunacağını göstermektedir. Bkz. Woods A, Grant, T. (2006), **Aklın İsyanı: Marksist Felsefe ve Modern Bilim** [çev. Ömer Gemicci, Ufuk Demirsoy], İstanbul: Tarih Bilinci Ya., s. 428-431.

2 Bauman, Z. (1996), **Postmodern Etik** [çev. Alev Türker], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 204/112, s. 27.

beslenir; toplum mühendisinin ayrıntılı planları yalnızca eski metnin gözden geçirilmiş baskılarıdır” der.³

Genel olarak ütopyacı düşünce, şimdiki zamanla ilgili olarak hoşnutsuzluk duymak ve şimdiki zamanı ondan daha iyi olduğu düşünülen geçmişin ve/veya geleceğin hayali bir görüntüsüyle değiştirmek olarak tanımlanabilir.⁴ Karl Mannheim ütopyanın “gerçeklik-üstü” gücünün yok olmasında insan iradesinin çöküşü anlamına geleceğini düşünür;⁵ ve ütopyayı, mevcut düzenin ilişkilerini kısmen veya tamamen ortadan kaldırmayı hedefleyen ve devrimci olasılıklar öneren düşünce sistemi olarak tanımlar. Mumford ise, ütopyayı “ya mevcut zorluklardan ve boşuna uğraşılardan kurtulma arayışı ya da *gelecekteki kurtuluş koşullarını sağlayan yeniden kurma girişimi*” olarak tanımlamaktadır. Mumford’un tanımından yola çıkarsak, kuşkusuz günümüzde çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin, toplumsal, ekonomik ve siyasal baskılardan kurtulma arayışları ve gelecekteki kurtuluş koşullarını yeniden kurma girişimleri, yani, toplumun yumuşak karnı, etik üzerinden geliştirdikleri “*etiksel ütopyalar*”ı olduğu söylenebilir.

Çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin etiksel ütopyası -tüm ütopyalarda olduğu gibi- kurgu üzerinedir; yani, gerçek dünyayı konu alan *tarih yazımından* farklı olarak gerçekleşmesi mümkün olmayan, hatta olağandışı dünyaları ele alır. Ancak bu ütopyayı, gelecekte nelerin olabileceğini önceden düşünüp, buna göre önlem alma ve bundan dolayı da gelecekte hiçbir şeyin gelip kendisini rahatsız edemeyeceği bir dünya düzeni kurmaya yönelik çabalar” olarak adlandırmak mümkündür. Bu çabalar, içinde yaşanılan dünyayı yaratıp, insan ilişkilerinin düzenlenmesi ve insan doğası üzerinde hakimiyet kurmaya yönelik okunabilir. Burada “*etiksel şirket ütopyası*”, şirket kapitalizminin eylemlerini yansıtmakta ve iki yönlü işlemektedir: Bu yönlerden ilki, (a) şirket kapitalizminin kendi eylemlerini etik olarak meşrulaştırmak için mevcut durum tasvirinden kaynaklanan korkularla “*etiksel şirket ideolojisinin yeniden üretilmesi*”, (b) birinci durumda ortaya konulan ve bütün insanlığa kabul ettirilen korkulardan geleceğin mutlu dünyası adına kurtulmak için yapılabilecek “*olanların bir olasılık olarak sezdirilmesi*” ve bu olasılıkların gerçekleştirilmesine yönelik meta-etik ikilem olarak *sosyal sorumluluk* çalışmalarına yönlendirilmesidir.⁶

3 Kumar, K. (2006), **Modern Zamanlarda Ütopya ve Karşıütopya** [çev. Ali Galip], İstanbul: Kalkedon Ya. Adonis Kitaplığı No.1, s. 38-39.

4 Bkz. Jameson, F. (2009), **Ütopya Denen Arzu** [çev. Ferit Burak Aydar], İstanbul: Metis Ya.; Jameson, F. (2006), **Marksizm ve Biçim** [çev. Mehmet H. Doğan], İstanbul: Yapı Kredi Ya. No. 755/26.

5 Kumar, 2006, s. 656.

6 Hardt, M., Negri A. (2000). **İmparatorluk** [çev. Abdullah Yılmaz], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 337/6, s. 20-23; Ayrıca Bkz. Lipartito, K. (2001), “The Utopian Corporation”, <http://www.sscnet.ucla.edu/history/yeager/lipartito.pdf>

Bu yönelmelerde, çeşitli şikâyetlerin kaynağı olan kurulu düzeni değiştirmek, ona yeniden biçim vermek için toplumun ileride alacağı ideal durum dile getirilirken, tüm kurgu etik üzerinden yeniden biçimlenir. Bu, öyle bir kurgu/biçimlendirmedir ki, sürekli olarak insan hakları ihlâl edilir, çevreye zarar verilir, beyinler iğfal edilir; bununla birlikte kendisini barışa, çevreye, evrensel ve ahlâki değerlere adamakla da meşrulaştırılır.⁷ Evrensel ahlâki değerler küresel adalet/barış adına meşrulaştığı için, bütün insanlara sağlanacak adaletin garantisini de kendisinde görür ve modern bir mitos olarak değerlendirilir. Bu mitos, bütün insanların sağlığını korumak, hayır işlemek, sosyal ve evrensel değerlere sahip çıkmak adına yüce, ideal amaçlarla ve gerekli kuvvetlerle donatılmıştır. Sorunsuz bir dünya yaratmak için sanal ile gerçeğin birbirine karıştığı olaylar örgüsü içerisinde, her türlü önlemi alan ve uygulayan bu mitosun gerçek anlamı ve gerçek derinliği, şekillendirdikleriyle açığa çıkan şeyde değil, perdelediği şeydedir. Böyle bir durum görünüş ile gerçek arasında ayrımı güçleştirmekte, neyin görünüş neyin gerçek olduğu konusunda kararsız kalınmasına yol açmaktadır. Çünkü mitosta “her şey her şeyle görünmez ipliklerle bağlanmıştır.”⁸

Bu görünmezlik çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin “*sosyal sorumluluk*” mitoslarıyla, siyasallaşan küresel rollerinin teorik ve pratik sonuçlarının yansıması olarak belirginleşmektedir. Bununla birlikte, sosyal koşullarda biçimlendirilen değişim ne kadar hızlı olursa, şirketlerin sosyal sorumluluk kavramına yüklenen anlamlar da o kadar sığlaştırılmaktadır. Bu durum şirketlerin tüm yaşam alanlarını, insana dair tüm ahlâksal değer yargılarını metalaştırmaya dönük çabalarının bir göstergesi olarak ortaya çıkmaktadır.

Süreçte, erişme ve biçimsel kuralları yönetebilme becerilerini de *yumuşak bir güç* olarak etik üzerinden gerçekleştirme ve üretilen yeni/yenilenen akıl oyunları ile etiksel ütopyalarını ideolojiye dönüştürme çabası izlemektedir.⁹ Son yüzelli yılda şirketlerin nispeten belirsizlik içeren bir durumdan çıkıp dünyanın egemen ekonomik kurumlarına dönüşmeleri ve sosyal/çevresel yan etkiler sonucunda küresel sorunların büyümesiyle siyasallaşmaları, artık hem küresel oyunu/oyun alanını, hem de aktörlerini belirleyebilecek bir güce sahip olmaları sonucunu

7 Bkz. Brooks, R. E. (2003). **The New Imperialism: Violence, Norms and the Rule of Law**, [Working Paper No. 03-20 December]; Mattelart, A. (1995), **Beyin İğfal Şebekesi** [çev. Işın Gürbüz], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 108/56.

8 Bkz. Hafez, K. (2007), **The Myth of Media Globalization**, Cambridge: Polity.; Harvey, D. (2003), **The New Imperialism**, Oxford: Oxford University Press.

9 Bkz. Maalouf, A. (2009), **Çivisi Çıkış Dünya: Uygarlıklarımız Tükendiğinde** [çev. Orçun Türkay], İstanbul: Yapı Kredi Ya. No. 2914/874; Nye, S. J. (2002). **The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower can't Go It Alone**, New York: Oxford University Press.; Nye, S. J. (2004), **Soft Power: The Means to Success in World Politics**, New York: Public Affairs.

doğurmaktadır.¹⁰ Tıpkı Armand Mattelart'ın söylediği gibi;¹¹

“...Çokuluslu [ve/veya küresel] şirketlerin damgasını vurduğu “küreselleşen” gezegenimizde iktisadi akıl söylemi ütopyaları da ele geçirdi. Geçmişin dinsel, etnik, ırksal cemaatsel fikirlere dayanan ütopyaları yerini piyasa söylemine dayanan iktisadi ütopyalara bıraktı. Şimdi dünyaya tek bir ütopya hâkim: Neoliberal/Emperyalist ütopya...”

Bu çalışmada sadece bir kuram olmakla yetinmeyip aynı zamanda bir praksi, insanları eyleme davet eden şirket ve toplum felsefelerini içinde barındıran “ütopya” üzerinden şirketlerin politik-ekonomik dönüşümü ele alınacaktır. “Olmayan şey” (yok ülke) anlamındaki ütopya terimi, gerçek anlamına çok sadık kalınmadan ve klasik anlamından yer yer uzaklaşarak “metalaştırılan etik ile ütopya” ve çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin sosyal sorumluluk söylemleri arasındaki ilişkiler tarihsel ve güncel içeriksel okumalar eşliğinde tartışılacaktır.

Etiksel Ütopyanın Politik-Ekonomik Dönüşümü: Kapitalizmin Tarihsel Anlamı ve Dayanakları

Her düşünce, idea ve tikel toplumsal yaşam süreciyle iç içe örülmüştür. Horkheimer, kavram ve nesne, sözcük ve şey arasında bir açıklık olduğunu ileri sürer. Bunlar toplam toplumsal sürecin birbirlerine bağımlı olarak indirgenemez yönleridir.¹² Bu bağlamda, yeni bir yüzyılın başında sosyal bilimlerin bütün alanlarında tartışılan -aslında kapitalist ekonominin ikinci bir devrimi, tıpkı 15. ve 16. yy.'daki gibi coğrafya keşifleri ve sömürgeleştirme gibi- bir taraftan merkezileşme ve yoğunlaşma, diğer taraftan genişleme/yayıma eğilimi ve dinamiği ile yeni bir fetih çağının adı olan “küreselleşme” kavramı ve kavrama yüklenen anlamlar da birbirine bağımlı olarak masum ya da tarafsızlığa indirgenemez. Yanı sıra küresel kapitalizmin ürettiği süreçler ve değerler hiçbir zaman başlangıçtaki üretim modlarını ve ideolojilerini silmemiş, bunun yerine eşanlı olarak hem içerde hem dışarıda işbirlikçileri ile kendi araçlarını var etmiştir.¹³ Küresel kapitalizmin bütün eşitsizliklere, adaletsizliklere rağmen önlenemez yükselişi bu durumun bir göstergesidir.¹⁴

10 Scherer, A.G., Palazzo, G., Baumann, D. (2006), “Global Rules and Private Actors: Towards A New Role of The TNC in Global Governance”, **Business Ethics Quarterly**, 16, s. 505-536.

11 Mattelart, A. (2005), **Gezegensel Ütopya Tarihi** [çev. Şule Çiltaş], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 475/210.

12 Bağcı, E. [Ed.] (2006), **Frankfurt Okulu**, Ankara: DoğuBatı Ya. içinde; Held, David “Horkheimer’in Eleştirel Kuram Çözümlemesi: Epistemoloji ve Yöntem”, s. 171.

13 Chaput, C. (2008), **Inside The Teaching Machine: Rhetoric and The Globalization of U.S. Public Reseach University**, USA: University of Alabama Pres., s. 141; Ayrıca Bkz. Işıklı, A. (2009), **Yeni Ortaçağ**, İstanbul: İmge Kitapevi Ya.

14 Bkz. Stathakis, G. (2008), “Imperialism: Old and New Theories”, **International Journal of Economic Sciences and Applied Research**, 1, 1 (April), s. 100-124.

Habermas 21. yüzyıl ekonomisinde güçlü devletlerin bile küresel kapitalizm karşısında çoğu zaman eli kolu bağlı kaldığını düşünmektedir. Habermas'a göre tabakalara ayrılmış bir dünya devletinde, gelişmiş ülkelerle yeni-sanayileşmiş ve gelişmemiş ülkeler arasındaki asimetrik nitelikli karşı-bağımlılık ilişkilerinin, uzlaşmaz çıkar çatışmalarına yol açması ve aynı zamanda ekonomiye bağlı olarak gelişen politik sürecin uluslararası güç dengesini bozarak, tekelleşmesi aşikârdır.¹⁵ Kaldı ki, Ian Bremmer da “*The End of the Free Market: Who wins the War Between States and Corporations?*” adlı son kitabında, gelecekteki büyük küresel ekonomik eğilimleri yatırımcıların, iş liderlerinin belirleyeceğini ve Çin, Rusya, İran, Venezüella gibi ülke şirketlerinin geleceğin oyun belirleyicileri olacağını öngörmektedir.¹⁶ Rekabetin yeni şekli ABD, Avrupa ve Japonya'nın (G-3 Ülkeleri) kısmen serbest piyasa-yönlü ekonomilerine karşı olarak (eski merkantilist şekliyle değil) gelişecek ve G-3 ülkeleri yeni oyun alanında Çin ve Orta-Doğu ülke şirketleri tarafından rekabet etmeye zorlanacaklardır.¹⁷ Bu açıdan ne geçmişte emperyalizm, ne de şimdilerde küreselleşme olarak sunulan kavram, yeni ve özgün değildir. Sadece dünyada büyük güç merkezlerine sahip olan devletlerin modernizm paradigması üzerine bina ettikleri emperyalist söyleminin bitmesiyle, tüm bu gelişmeler ışığında sistemlerinin devamı ve istikrarı için yeniden bir kavramsallaştırma sürecine girmeleri sonucu ortaya çıkmış söylemler ve rekabet etme biçimleridir.¹⁸ Ancak, o zamanlardaki yayılışın başta gelen aktörleri devletler olduğu halde, bu kez dünyaya egemen olmak isteyen aktörler çok uluslu ve/veya küresel şirketlerdir.¹⁹

Bu açıdan üretim araçlarının özel mülkiyetine, rekabete, yüksek teknolojiye, ücretli emek sömürsüne dayanan kapitalizm, Doğu'daki üretim tarzının aksine *feodal üretim* tarzının egemenliği olarak Batı'da 16. yy.'da feodalizm ile Hıristiyanlığın etkisi altında gelişmeye başlar; uzmanlaşmaya doğru yürüyüşü ise, birkaç yüzyıla yayılır.²⁰ Söz konusu olan, burjuvazinin oluşması (ticaret ve bankacılık), ulusallığın kendini dayatması ve modern devletlerin biçimlenmesi, uluslar arası ticaret ve egemenliğin dünya ölçeğinde genişlemesi, üretim ve taşımacılık alanlarındaki teknik gelişmeler, yeni üretim yöntemlerinin devreye sokulması ve yeni zihniyetlerin ortaya çıkması gibi iç içe geçmiş süreçlerdir.²¹

15 Habermas, J. (2008), **Küreselleşme ve Milli Devletlerin Akabeti** [çev. Medeni Beyaztaş], İstanbul: Bakış Ya.

16 Bkz. Bremmer, I. (2010), **The End of The Free Market: Who Wins The War Between States and Corporation**, USA: Penguin Group, s. 1-240.

17 Kleiner, A. (2010), “Surviving State Capitalism”, **Strategy+Business**, 59 (Summer), s. 1.

18 Habermas, 2008, s. 18.

19 Tanilli, S. (2006), **İnsanlığı Nasıl Bir Gelecek Bekliyor?**, İstanbul: Adam Ya., s. 118.

20 Bkz. Wood, E. M. (2003), **Kapitalizmin Kökeni** [çev. A.Cevdet Aşkın], Ankara: Epos Ya. No. 12; Ayrıca Bkz. Borotav, K. (2000), **Yeni Dünya Düzeni Nereye**, Ankara: İmge Ya.

21 Beaud, M. (2003), **Kapitalizmin Tarihi** [çev. Fikret Başkaya], Ankara: Dost Ya., s. 17-18; Ayrıca ayrıntılı bilgi için Bkz. Hobsbawn, E. (2005), **Devrim Çağı: 1789-1848** [çev. Bahadır Sina Şener], Ankara: Dost Ya.

Bu uzun yürüyüşün birinci safhasına damgasını vuran, 16.yy. Amerika'nın fethi ve yağmalanması, ikinci safhaya damgasını vuran da 17.yy. burjuvazinin ortaya çıkışıdır. Birinci safhasında, feodalizm ya da feodal düzen, sosyo-ekonomik anlamda, halkın toprakları elinde tutan küçük bir azınlığa, her bakımdan bağlı ve bağımlı olması durumudur. Ticari sermaye birikimi veya merkantilist dönem de denilen kapitalist gelişme ve yayılma döneminde ise, kıtalararası ticaret hızla büyüse de, içerik çok fazla değişmiş değildir. Dolayısıyla ticaret konusu olan malların hâlâ lüks sayılabilecek mallardan oluştuğu bu dönem, doğal olarak hem Amerika kıtasında, hem de Afrika'da yapılan en büyük tahribat dönemi olarak tanımlanır.²² 18. yy. başlarında ise, kapitalist üretim tarzı, merkantilist aşamadan “*sanayi kapitalizmine*” doğru evrilmiş ve daha 19. yy'ın sonu gelmeden Almanya ve ABD, İngiltere'nin korkutucu rakiplerine dönüşmüşler ve pazar kavgası kızışmıştır.²³

Bu dönemselleştirmede sanayi, kapitalist dönem büyük sömürgeci fetihler dönemine benzer tavırlar sergilemektedir. Ancak genel kanı 1870'den itibaren yeni bir dönemin başladığı yönündedir. Bu yüzyıldan itibaren kapitalist düzen sömürgeci yayılmada²⁴ herhangi bir iddiada bulunmasa da, “çoğaltma gücü”nü oluşturmada ilk hedef uygarlaştırmak, sömürgeleştirmek, “batı” kültürünü egemen kılmak ve tüm bunlar yardımıyla yayılmak olmuştur. Bu politika Jules Ferry tarafından şöyle ilan edilmiştir:²⁵

“Sömürgeci politika endüstriyel politikanın çocuğudur. Zengin devletler için ihracat kamu refahının temel bir faktörüdür. Eğer imalatçı uluslar arasında endüstriyel işbölümü, yeteneklere göre dağılım gibi bir düzen kurulabilseydi, Avrupa'nın kendi ürünlerini satacak yeni mahreçler aramasına gerek kalmazdı. Fakat herkes iplik üretmek, demir dövmek, içki dağıtmak, şeker imal etmek ve bunları ihraç etmek istiyor.”

Bu dönemde Birleşik Devletler, Rusya, Almanya gibi yeni endüstriyel güçlerin ortaya çıkmasıyla bu denizaşırı yayılcılık kendini bir gereksinim olarak dayatmıştır.

22 Bkz. Ferro, M. (2002), **Sömürgecilik Tarihi** [çev. Muna Cedden], Ankara: İmge Kitapevi Ya.; Ayrıca Bkz. Hejeebu, S., McCloskey, D. (2004) “Polanyi and The History of Capitalism: Rejoinder to Blyth”, **Critical Review**, 16 (1), s. 135-142.

23 Hard, Negri, 2000, s. 27-37.

24 Sömürgeci yayılcılığın, yön değiştirme/ikame, alternatif politika, fetih iştahı gibi değişik evreleri arasındaki benzerlikleri, aynı zamanda farklılıkları da içinde barındırdığı söylenebilir. Ancak egemenlik süreçlerinin hepsinde aynı evrelere rastlanır. İki evreli olarak açıklanan bu yayılma sürecine hem 16.yy., hem de 19. yy.'da rastlanmıştır. Bkz. McNeill, W. H. (2008), **Dünya Tarihi** [çev. Alâeddin Şenel], Ankara: İmge Ya.

25 Ferro, 2002, s. 33-38

19. yy'ın son çeyreğinde ise ABD'de, günlük politik tartışmalara damgasını vuran rekabet ve yoğunlaşmayı, dünyanın geri kalanından bağımsız, korunaklı kavramlar olarak değil, Amerikan kapitalizminin küçük üretici/rekabetçi aşamasından, şirket kapitalizmi aşamasına geçiş süreci içinde değerlendirmek gerekmektedir. Kapitalizmin bu şekliyle dünyaya yayılışı, zaman ve hız bakımından eşitsizlik temelinde başlangıçta emek gücünün ve insanın metalaştırılması, diğer bir deyişle para ekonomisi ve ticarete dayanan yeni bir ekonominin yükselişiyle olmuştur.

Bu yükseliş kapitalizmin yayılmasının ve sonuçta kurulan emperyalist dünya sisteminin parçaları olup, egemen ve bağımlı toplumlardan oluşmaktadır. Bu toplumların geleneksel diye nitelenmesi, egemen olanların baskın özelliklerinden çıkartılan ve evrensel olarak nitelenen karakterlerine dayanarak yapılmaktadır ve bu özelliklere göre yapılan ölçme ve karşılaştırmalar nesnellikten uzak, geçersiz ve ölçülemezdir.²⁶ Bu açıdan şirket kapitalizminin dayatmalarla ulaştığı bu güncel aşamada, kendi içinde farklı kesitlere ayrılan sermayenin küresel düzeyde rekabeti de çok şiddetli olmaktadır. Çünkü rekabetin beraberinde getirdiği risk ve belirsizlik, sermayenin birikim stratejisinde yeni bir boyutu gözler önüne sermekte ve artı-değer üretimi fabrika sınırlarının da dışına çıkarak yaşamın her alanına yayılmaktadır. Bireyin bütünsel olarak (bedensel ve zihinsel) emek gücünün yarattığı değeri ele geçirme mekanizmaları oluşmaya başlamıştır. Bu tür mekanizmalar daha önceki dönemlerde görülmemiş bir stratejik planlama, mistifikasyon (halkları manipüle etmek amacıyla, toplumsal gerçekliğin çarpıtılması) ve ikna/meşruiyet sürecini de zorunlu kılmaktadır. İnsanların bugüne kadar meta üretimini gerekli kılan değişim değerinden uzakta, sadece kullanım değeri oluşturmak için ürettikleri tüm “şeyler” ve “ilişkiler” artık sermayenin etkinlik alanına sokulmak istenmekte; dolayısıyla piyasa süreçlerine açılmaktadır. İnsanın ürettiği ve bugüne kadar kullanım değerine sahip olan bilgi de artık değişim değerine sahip bir meta, daha doğru bir ifadeyle “*hayali meta*” haline gelmiştir.²⁷ Şirket kapitalizminin toplumsal ilişkilerde yaratmak istediği bu muazzam değişim, kapitalist toplumsal ilişkileri gösteren bir gerçekliği yeniden üretmekle kalmayıp, yeniden ürettikleri bu gerçeklik içinde piyasalaşma yönünde sürekli değişimi de şart koşmaktadır. Şirket kapitalizminin günümüzdeki ayrıcalıkları teknolojik, mali, iktisadi ve parasal avantajlar olduğu kadar kültürel hegemonya üzerindeki etkisini de arttırarak varlığını sürdürmektedir.

26 Erdoğan, İ. (2000), **Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim**, Ankara: Kardelen Ofset, s. 135; Ayrıca Bkz. Swedberg, R. (2002), “The Economic Sociology of Capitalism: Weber and Schumpeter”, **Journal of Classical Sociology**, 2(3), s. 227-255.

27 Tezcek, F. Ö. (2008), **Türkiye’de Kapitalizmin Dönüşüm Sürecinde Düşünce Fabrikaları**, İstanbul: Marmara Ün. SBE [Doktora Tezi], s. 25-26; Ayrıca Bkz. Jessop, B. (2007), “Knowledge as a Fictitious Commodity: Insights and Limits of a Polanyian Perspective” (First Draft), <http://www.dime-eu.org/files/active/1/Jessop2.pdf>.

Kültürel hegemonya başlıca üç sacayağına dayanır. Bunlar; dil, üniversiteler/aydınlar ve medyadır.²⁸ İngilizce dilinin -özellikle bilim adamları ve iş adamları tarafından kullanılıyor olması- adeta evrensel hale dönüşmesi ya da İngilizcenin adeta *imparatorluk dili* haline dönüşmesi ile dünyanın her tarafına durmaksızın yayılan, düşünce şemaları, alışkanlıklar ve değerler, üretilen bu 'evrensel' bütünün dayatılması anlamına gelmektedir. Daha açık ifade etmek gerekirse, sadece bu dilin kullanılması ile kalmayan, aynı zamanda Amerikan üniversitelerinde geliştirilen kavramlarla, içeriği de İngilizce olan evrensel bir dil oluşturulmuştur.

Kültürel hegemonyanın en etkili ikinci aracı üniversiteler/aydınlardır. Özellikle Harvard, Standford, Wharton, Yale, UCLA gibi üniversiteler, dünyanın dört bir yanından gelen ve en iyi elemanları çeken, en zengin ve en saygın olanlarıdır. Öğretimin niteliği, olanakları ve haklarındaki olumlu yaygın kanı ve çevrelerindeki etkileri uluslar arası seçkinlerin, bu üniversitelerden beklediklerini bulabilecek kadar iyi olması uzun vadede olağanüstü etkiler yaratabilmekte ve böylece kapitalist yöntemlerin, değerlerin ve kültürlerin en yüksek düzeyde yayılabilmesine katkıda bulunabilmektedir. Yanı sıra, uluslar arası öğrenci değişimi ve kapitalist zihniyetteki iktisat ve diğer bilimlerdeki yüksek akademik çalışma olanaklarının kolaylaştırılması ile kendinden olmayan bilgiyi giderek daha çok yok saymaktadır. Yerel üniversitelerin de dış dünya ile iletişim haline geçme eğilimi içinde olması yönündeki dayatmalar beraberinde farklı uygulamaları harekete geçirmektedir. Bu bağlamda artık üniversiteler şirketlerin hem ideolojik söylemcisi, hem de stratejik/ideolojik bilgi üreticisi rolünü alırken, içsel yapısını yani üretkenliğini ve ürettiği bilgi ürünlerinin kalitesini de piyasa koşullarına göre uyarlamaktadır. Hiç kuşkusuz söz konusu edilebilecek kültürel avantajlar yerküresel anlamda olan/olası pazarların yaratılmasında ve yönetilmesinde hayal edilenin ötesinde bir yararlılığa ve etkiye sahip olmaktadır.²⁹

Ekonomik üretim dünyasının temel zemininde, bir görevin yerine getirilmesi sorumluluğuyla oluşan her grup, bu oluşum esnasında kendisine organik olarak bağlı bir veya birden fazla aydın tabakası oluşturur. Bu aydınlar tabakası söz konusu grubu homojen kılma ve grubun sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal-siyasi alanlarda kendisinin bilincinde olmasını sağlama misyonerliğini de üstlenir. Dolayısıyla şirket kapitalizminin girişimcisi kendisiyle birlikte sanayi teknisyenini, akademisyenini, ekonomi-politik uzmanını, yeni bir kültürün idarecisini, yeni eğitim/hukuk sistemini de yaratır.³⁰

28 Bkz. Albert, M. (1992), **Kapitalizme Karşı Kapitalizm** [çev. Cemil Oktay, Hüsnü Dilli], İstanbul: Afa Ya. No. 17/218, s. 50-55; Chuah, S.H. (2003), "Anthropology and Economic Imperialism: The Battlefield of Culture", www.ideas.repec.org/p/nom/ocasi/3.html

29 Bkz. Wissema, J. G. (2009), **Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru** [çev. Nurkalp Devrim, Taciser Belge], İstanbul: Özyeğin Ün. Ya.

30 Bkz. Crehan, K. (2006), **Gramsci Kültür Antropolojisi** [çev. Ümit Aydoğmuş], İstanbul: Kalkedon Ya., s. 188-230.

Kültürel hegemonyanın son tamamlayıcı ayağı ise medya ya da kitle iletişim araçlarıdır.³¹ Kapitalist kültürün tehdit ettiği “ulusal kültürün” zaman içinde giderek dönüştürüldüğü ve çürütüldüğü bir yapının oluşturulması için görev üstlenen bu araçlar (sinema, televizyon, dergiler ya da yazılı-görsel iletişimin yanı sıra internet) şirket kapitalizminin ve yöntemlerinin giderek daha çok kabul edildiği bir gerçeğe doğru *toplumsal zihniyetin evrilmesine* aracılık etmekte kullanılmaktadırlar.³² Hiç kuşkusuz bu alanda, meslekleşme ve kitlesel üretim çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin bütün pazarlarda kendilerini kabul ettirmesine olanak tanımaktadır. Kültür sanayi alanında pazar/piyasa kanunlarının güçlendirilmesi, özellikle televizyon kanallarının özelleştirilmesi hatta ulusal sermayeden çok, uluslar arası sermayenin aracına dönüştürülmesi doğal olarak bu şirketlerin ve sistemin yararına işlemektedir. Yanı sıra, Batı’nın reklâmını yaptığı orta sınıf tüketimci yaşam biçiminin teşvikiyle, kapitalist ürünlerin satışı ve kapitalizmin yaygınlaşmasının teşviki de yapılmaktadır. Bu görüşe paralel olarak Herbert Schiller şöyle ifade etmektedir.³³

“Kapitalizm sadece küresel ekonomi-politiği tanımlayıp yapılandırmakla kalmamakta, bu süreç içinde şirket kapitalizminin ve tüketiciliğin değerlerini ve yaşam felsefesini taşıyan ticarileşmiş medya ürünlerinin dağıtım yoluyla küresel kültürü de belirlemektedir.”

Bu da, sözde kültürel bir bütünlük, dayatılan bir yaşam tarzı, gelişmekte olan ve ulusların izlemesi gereken “*bir gelişim yolu/ideolojisi*” olarak algılanmaktadır.³⁴

Etiksel İdeolojinin Üretimi: İnsanın ve Ahlâkın Metalaştırılması

1990 yılı ortalarından itibaren, Kuzey Amerika ve Avrupa kentlerinde şirket kapitalizminin gücünü ve yolsuzluklara karşı kâr amacı gütmeyen örgütlerini, topluluk koalisyonlarını ve işçi sendikalarını kapsayan geniş bir “sivil toplum” hareketinin parçası olan protestocular, şirketlerin işçilere, tüketicilere, topluluklara ve çevreye verdiği hasarları hedef almışlardı. Sorun çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin güç ve sorumsuzluğunun tehlikeli bir karışımı haline gelmesiydi.³⁵ Bu tepkileri enazlayacak etiksel ütopya üzerinden şirket ideolojisinin toplumsal yüzünün oluşturulması uzun vadede düşünülmesi ve ivedilikle uygulanması gereken bir *meta-strateji*ydi.

31 Bu konuda daha detaylı bilgi için Bkz. Erdoğan, 2000.

32 Bkz. Postman, N. (2004), **Televizyon Öldüren Eğlence** [çev. Osman Akinhay], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 87/45.

33 Bkz. Schiller, H. (1993), **Zihin Yönlendirenler** [çev. Cevdet Cerit], İstanbul: Pınar Ya. No. 71.

34 Tomlinson, J. (2004), **Küreselleşme ve Kültür** [çev. Arzu Eker], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 424/192, s. 116-117.

35 Bakan, 2005, s. 42.

Bu yüzden nüfuzlu Davos toplantısını organize eden Klaus Schwab ve Claude Smadja gibi küreselleşmeyi savunanlar, 1999 yılına gelindiğinde küreselleşmeye acilen insani bir yüz kazandırmak için uğraşarak şöyle yazıyorlardı:³⁶

“Küreselleşmenin, diğer tüm kaygıları dışlayarak, yalnızca hissedarların değerlerine odaklanmanın kod adı olmadığını; mal ve sermayenin serbest dolaşımının, nüfusun en korumasız kesimleri ve kabul görmüş toplumsal ve insani standartlar aleyhine işlemediğini göstermek zorundayız. Küreselleşmenin toplumsal etkilerine öyle çareler bulmalıyız ki, ne mekanik olarak refah programları artsın, ne de küreselleşmenin meyvelerini yiyenler ile yeterince beceri edinemeyerek küresel sisteme uyum sağlama gereklerini yerine getiremeyenler arasındaki uçurumun artacağı yönünde kaderci bir anlayış gelişsin.”

Bu görüşe paralel John Gray’in vardığı sonuç hiç de farklı değildir:

“...Küresel rekabet ve teknolojik buluşlar birbirleriyle etkileşerek anarşik bir dünya ekonomisi bıraktılar bize. Böyle bir ekonomi jeopolitik çatışmalara sahne olmaya namzettir. Thomas Hobbes ve Thomas Malthus küresel laissez-faire’in (bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler) yarattığı dünyaya Adam Smith veya Friedrich von Hayek’ten daha iyi rehber olabilirler; rekabetin müşrik uyumunun dünyası olduğu kadar savaş, kıtlık ve dolayısıyla ahlâki yoksunluğun dünyasıdır bu.”

Böyle bir görüşün Marks’tan çıkarsanabilecek çözümleyici bir duruma tam olarak denk düşmesi düşündürücüdür. Marks’a göre, her çıkar, her toplumsal kurum bu düzende genel düşüncelere dönüştürülmüş, düşünceler şeklinde tartışılmıştır. Herhangi bir çıkar, herhangi bir toplumsal kurum nasıl olsa düşüncenin üzerinde yükselebilecek ve kendini bir inanç unsuru olarak zorla kabul ettirebilecektir.³⁷ Yanı sıra kapitalist sistemin devamlılığı, yeni meta ve meta ilişkilerin yaratabilirliğine ve aynı zamanda bu metaların insana hükmetmesi yoluyla insana ait tüm değerlerin (dostluk, aşk, cömertlik, şeref ve ahlâk gibi) metalaştırılması, aralarındaki ilişkilerinde nesnelleşmesi temeline dayanmaktadır.³⁸ Doğal olarak bu durum toplumsal ilişkilere yansımakta, yabancılaşma yani meta fetişizmi³⁹ ile insanlar arasındaki maddi

36 Harvey, D. (2008), **Umut Mekânları** [çev. Zeynep Gambetti], İstanbul: Metis Ya., s. 94; Castree, N. (2009), “The Spatio-temporality of Capitalism”, **Time & Society**, 18, 1, s. 26-61.

37 Bkz. Marx, K. (1992), **Kapital** [çev. Alaattin Bilgi], Ankara: Sol Ya., Şahin Matbaa.

38 Bkz. Bewes, T. (2004), **Şeyleşme** [çev. Deniz Soysal], İstanbul. Metis Ya.

39 Modern toplum, sömürünün eski açık biçimleri yerine, insanlar arasındaki gerçek ilişkinin şeyler arasındaki bir ilişkiye dönüştürüldüğü -küçük kâğıt parçaların kendilerine sahip olanlara yaşam ve ölüm gücü verdiği, çirkin olanı güzel, zayıf olanı güçlü, aptal olanı zeki, ihtiyarı genç kıldığı- üstü örtük, ikiyüzlü bir sömürüyle karşı karşıyadır. Hatta para ilişkileri insanların zihnine o denli derinden işlemiştir ki, bir insanın bilmem kaç

ilişkiler/rasyonelleştirme, yaşamın maddi olarak yeniden üretilmesine, insanların düşünce dünyasını ve dolayısıyla ideolojiyi yaratmaktadır. Aşırı bireyselleşme ile sonuçlanan tavır ile olumlanan bu süreç, nihai bir kimlik krizidir.⁴⁰ Öyle ki, şirket kapitalizmi tüm dünyada küresel olarak yayılmasına rağmen insanların büyük bir çoğunluğu anlamlı bir “dünya”dan yoksundur. Zizek’e göre kapitalizm, “anlamı” yerinden eden ilk sosyo-ekonomik düzendir. Kapitalizm, bütün kültür, uygarlık ve dinler fark etmeksizin işleme anlamında küresel değildir. Kapitalizmin küresel boyutu “anlama-sahip olmayan-gerçek” bağlamında formüle edilebilir, yani küresel pazar mekanizmasının “gerçek”idir. Sonuç olarak kapitalizm, anlam ile gerçek arasındaki aralıkta işler.⁴¹ Yapılması gereken ise, gösterenlere anlamını veren yeni “ana gösterenler” üretmek ve bireye kendini konumlandırabileceği bir anlatı ve “dünya” inşa etmek ve küresel labirente kaybolmasını engellemek olacaktır.⁴²

Foucault’a göre bu yeni iktidar biçimi *hayat merkezli iktidar* yani bireylerin beden ve kimliklerini oluşturan üretken, yaşamı destekleyen pozitif bir iktidardır. Bu yüzden bu yeni iktidar biçimini Foucault “biyo-iktidar” olarak tanımlar.⁴³ Biyo-iktidar, şirket kapitalizmin vazgeçilmez bir unsurudur. Bedenin üretim gücüne dönüştürülmesi, uysallaştırılması ve normalleştirilmesi gerekmektedir. Modernliğe giriş ile beraber yasalar yerine, normlar önem kazanır. Biyo-iktidar, Foucault’nun “dispositif” olarak adlandırdığı söylemler, kurumlar, mimari biçimler, düzenleyici kararlar, bilimsel, felsefi, ahlâki önermelerden oluşan *heterojen normalizasyon toplumu* oluşturur, yani insanları normlara uymaya zorlayan, onları normalleştiren bir toplum.⁴⁴

milyon dolar “değerinde” olduğundan bahsederiz. Böylesi ifadelerin doğru olarak kabul edilmesi günümüz toplumunda mevcut yabancılaşma derecesinin bir ölçüsüdür. Nesnelere ve özellikle de para, vahşilerin kendi totem ve fetişlerine ilişkin dini tavırlarını hatırlatan batıl bir korkuyla karışık bir saygıyla ele alınırken, insanlar şeyler olarak görülüyor. Bkz. Woods, Grant, 2006.

40 Zizek, S. (2003); **Gıdıklanan Özne Politik Ontolojinin Yok Merkezi**, Ankara: Epos Ya., s. 446.

41 Zizek, S. (2007), “Multitude, Surplus and Envy”, **Rethinking Marxism**, 19, 1(January), s. 46-58; Zizek, 2003, s. 275.

42 Zizek, anlamlı bir dünyadan yoksun olma durumu ile ölüm cezası arasında ilginç bir bağlantı kurmaktadır. Zizek’e göre ölüm cezasına karşı olan insanların temel itirazlarını en son noktasına getirirsek, altında Nietzscheci “son insan” perspektifini buluruz. Hayatta uğruna ölmeye değer hiçbir şeyin olmadığı, tarihsel amaçlarımızın olmadığı, hayatın nihai anlamının olmadığı ve tek hedefin kişisel mutluluk ve en yüksek değerini hayatını devam ettirmek olduğu bir tür “survivalism” olması nedeniyle bu perspektifi eleştirmektedir. Zizek’e göre onur, özgürlük gibi değerler hala uğruna ölmeye değer. Zizek’in bu tutumu, Hegel’in verilmiş karşısında özerklik olarak ölümü özgürlüğün en yüce ortaya konuşu olarak görmesinin izlerini taşır. Bkz. Zizek, S., Daly, G. (2004), **Conversations with Zizek**, USA: Polity Press, Cambridge, s. 104-108.

43 Bernauer, J. W.(2005), **Foucault’nun Özgürlük Serüveni** [çev. İsmail Türkmen], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 465/205, s. 244.

44 Foucault, M. (2000), **Özne ve İktidar** [çev. Ferda Keskin], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 307/2, s. 18.

Şirket kapitalizmde maddi yeniden üretimin taşıyıcısı olan sınıfların kendi çıkarlarını sürdürebilmeleri, ancak ve ancak bu çıkarların toplumun ortak çıkarları gibi görünmesine ve dolayısıyla toplumsal yaşamın oluşturduğu gerçekliğin dönüştürülebilmesine bağlıdır. Kapitalist sistemde sermaye sınıfının var oluşunu sürdürebilmenin temel koşulu, meta üretimi yoluyla artı-değer üretimini gerçekleştirmek ve daha fazla kâr elde edebilmektir. Bu bağlamda, toplumsal ilişkilerin ve meta üretimi üzerinden kurgulanması ve yeniden üretilmesi gereklidir.

İşte tam bu noktada şirket sosyal sorumluluğu kapitalist kaygılara karşı bir cevap olarak kendini göstermektedir. Bunun bir *pazarlama stratejisi* olduğu açıktır; yine de, bugün salt bir strateji olmanın ötesinde şirket sosyal sorumluluğu, şirketleri toplum karşısında sorumlu ve sorumluluğunun bilincinde ahlâkî kurumlar⁴⁵ olarak sunmakta, dolayısıyla, toplumun yöneticileri olarak şirketlerin yeni rollerine meşruiyet kazandırmaktadır.⁴⁶ Yanı sıra kapitalist sistem bir çelişkiler yumağıdır. Birçok ekonomik ve sosyal olgu, zıt yönlü hareketlerin diyalektik birliği temelinde biçimlenerek *eşitsiz ve bileşik* bir gelişme sergiler.

Meta-Etik İnkilem Olarak Sosyal Sorumluluk

Sosyal sorumluluk kavramı; kurumsal vatandaşlık, hayır işleri, kurumsal hayırseverlik, kurumsal bağış, kurumun toplumsal katılımıcılığı, kurumsal ilişkiler, kamu işleri, toplum gelişimi, kurumsal sorumluluk, dünya vatandaşlığı ve kurumsal sosyal pazarlamayı da içeren birçok isime denk gelmektedir. Aslında elli yıldan daha uzun bir süredir tartışılan fakat son yıllarda tekrar önem kazanan bir konudur. Peter Utting'e göre, *ulusal sınırları aşan ve büyük yerel şirketlerin sayısının artmasıyla iş çevresinin birlikteliği ile desteklenen, sözde gönüllü sosyal sorumluluk girişimciliğine şirketlerin bir çeşit uyumudur*. Örneğin “rehberlik kodları”; çevresel yönetim sistemlerinin gelişimi ve meslekle ilgili sağlık ve güvenlik için ölçümler; şirketin finansal, sosyal ve çevresel yönleri ile ilgili raporların üç katına çıkarılması, Sivil Toplum Kuruluşları ve Birleşmiş Milletler ajanslarıyla hissedarların ve paydaşların karşılıklı iletişim içerisinde olması ve iletişim geliştirmeyi destekleyen proje ve programlar için desteklerin arttırılması gibi.⁴⁷ Sosyal sorumluluğun yeniden canlanması son yıllarda öne çıkan kamu

45 Friedman (1970) şirketlerin “iyilikler” yapma gösterisinde bulunup, kâr ikincil göstermelerini “ikiyüzlü vitrin düzenleme (hypocritical window-dressing)” olarak nitelemektedir.

46 Bakan, 2005, s. 42.

47 Utting, P. (2005), “Rethinking Business Regulation From Self-Regulation to Social Control”, **Technology, United Nations Research Institute for Social Development Business and Society Programme Paper** Number 15 (September), s. 1-38; Broomhill, R. (2007), “Corporate Social Responsibility: Key Issues and Debates”, **Don Dunstan Foundation for The Dunstan Papers Series** No. 1, Australia, s. 5; Ayrıca Bkz. Lobel, O. (2006), “Sustainable Capitalism or Ethical Transnationalism Offshore Production and Economic Development”, **Research Paper** No. 07-35, s. 1-7; Carroll, A. B. (1991), “The Pyramid

tartışmalarının bir yansıması olup, genel olarak *isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakların katkıları aracılığıyla toplumun refahını iyileştirmek için üstlenilen yükümlülük olarak tanımlanmaktadır.*⁴⁸ Avrupa Komisyonu'nun yaptığı tanımlamaya göre ise, *“işletmelerin, gönüllülük esasına dayalı olarak sosyal ve çevresel sorunlarını, örgütsel faaliyetleriyle ve sosyal paydaşlarıyla olan etkileşimleriyle bütünleştirebilmesidir.”* Sosyal sorumluluk sahibi olmak sadece resmi beklentileri yerine getirmek değil, gönüllülüğten ileriye giderek, insan sermayesine, çevreye ve hissedarlarla ilişkilere daha çok yatırım yapmaktır.⁴⁹ Burada sosyal sorumluluk ile ilgili temel sorun ve geçmişe dönük hareket şekli kapitalizmin belli başlı öncüsüdür. Şirketler varlıklarını sürdürebilmek için bazı yüksek ahlâki amaçları yerine getiriyor gibi davranmak zorundadırlar. Kapitalizmin bu utanmaz yüzü başarısız bir gelişmedir. Özel kâr alanının taraftarları tarafından dayatılan bu düşünce kamu mallarıyla bağdaşmamaktadır.

Bu açıklamalara göre aslında gelişmiş bir dünyada şirketlerin gönüllü ve zorunlu eylemleri arasındaki fark bazen bulanık ve belirsizdir. Graham ve Woods'un da belirttiği gibi, gönüllü girişimler baskıcı bir yöne sahip olabilir ve ulusal düzenleyici sistemleri gönüllülük araçları kullanılarak anonimleştirirler. Aynı zamanda, şirketlerin yasal sorumluluklarının ötesine gidip gitmeyeceklerini ve birçok gelişmiş ülkede şirketlerin gönüllü olarak sosyal sorumluluk girişimlerini çok az duyarlılıkla yerine getirecekleri tartışma konusudur. Bazı ülkelerde şirketlerden beklentilerden çok vergilerin ödenmesi, insan haklarına saygı, çevresel koruma, dürüst ticari uygulamalar, müşteri hizmetleri ve yozlaştırıcı uygulamalar içinde olmamaya vb. ilişkin var olan yasal sisteme tamamen uyup uymadıkları önem arz etmektedir.⁵⁰ Dolayısıyla bu ülkelerde çerçevesi belirlenen kurallar şirketlerin birincil sorumluluğu altında olup, yasalarla korunma zorunluluğu açıktır. Bu tür uygulamaların şirketlerin gönüllülüğüne bırakılması ve sanki bir lütf/ahlâki bir uygulamaymış gibi topluma arz edilmesi hayli ironiktir. Bu bakış açısıyla, Blowfield ve Frynas'ın kurumsal sosyal sorumluluk tanımı daha nesnelidir. Blowfield ve Frynas'a göre kurumsal sosyal sorumluluk aşağıda belirtilen çeşitli kurumsal ve uygulamalı sorumlulukların hepsini göz ardı etmeyen kapsayıcı bir kavramdır: Bunlar; a) şirketler bazen yasal itaat ve bireysel eğilimlerin dışında

of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders”, **Business Horizons**, 34/4, s. 39-48; Carroll, A. B. (1999), “Corporate Social Responsibility-Evolution of A Definitional Construct”, **Business & Society**, 38/3, s. 268-295.

48 Kotler, P., Lee, N. (2006), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk** [Çev. Sibel Kaçamak], İstanbul: MediaCat Ya., s. 1-5.

49 Commission of The European Communities (2001), **European Basic Conditions for The Social Responsibility of Companies**, [Green Paper] Brussels, s. 5-6; Ayrıca Bkz. Schwartz, M. S., Carroll, A., B. (2008), “Integrating and Unifying Competing and Complementary Frameworks”, **Business & Society**, 47, 2 (June), s. 148-186.

50 Prieto-Carrón, M. ve diğerleri (2006), “Critical Perspectives on CSR and Development: What We Know, What We don't Know, and What We Need to Know”, **International Affairs**, 82, 5, s. 978.

dahi olsa toplum ve doğal çevre üzerindeki etkilerinden dolayı sorumludurlar; b) şirketler ağ içerisinde olan (örneğin tedarik zinciri içinde) tüm diğer iş uygulamalarından sorumludurlar; ve c) şirketlerin topluma katma değer yaratmak ya da hayatta kalabilmeleri için ilişkilerini yönetmeye gereksinimleri vardır.⁵¹

Bu tanımlardan yola çıkarak şunu söyleyebiliriz: Toplumda işletmelerin rolü normatif bir çatı üzerinden değil, paradigmatik bir değişim üzerinden yani hem epistemolojik hem de normatif toplum kuramı açısından bir değişimi gerektirmektedir. Dolayısıyla normatif açıklar her zaman söz konusudur.

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında üç tip konu üzerinde durulmaktadır: Bunlardan birincisi şirketlere yönelik toplumsal beklentiler (sosyal sorumluluk-*social responsibility*); ikincisi bu beklentileri karşılamaya yönelik oluşturulan süreçler (sosyal heveslilik-*social responsiveness*) ve son olarak süreçleri takip eden sonuçlar (sosyal karşılık-*social responses*)'dır. Bu sorunlu alanlar sözde “şirket sosyal performans modelleri (*corporate social performance models*) içinde bütünleşerek şirketin sosyal çabalarını açıklamaktadır.⁵² Oysa bugünkü normlar ve eleştirel etik arasındaki açıklık, sosyal sorumluluk performans modelinin toplumsal sorumlu iş davranışı olup olmayacağını diğer bir deyişle etiksel kuşuklara yönelik soruları ortaya çıkarmaktadır. Keza bu konuda Habermas'ın da temel savı, uluslararası ilişkileri belirleyen ilkelerin -şirket sosyal sorumluluğu gibi- ahlâki değil, hukuksal zemine -genel, soyut, süreklilik gösteren ve aklın ürünü olan bir hukuk dizgesine- oturtulması gerektiğidir.⁵³ Sosyal sorumluluk performans modellerine göre, ahlâki koşullar kabul edilmeyen şirket faaliyetlerine yönelik ilgi grupları oluştuğu zaman ortaya çıkmaktadır. Algılanan ahlâksızlığın duyulmaya ya da sezilmeye başlaması ve toplumda şirket faaliyetlerinin tahammül edilmez bir hal alması sonucuyla ilgili olarak konu başlangıç noktasından yönetim düzeyine indirgenir. Bu noktada yönetiminin hedefi sadece *ahlâki ilkeler üzerinden yapılandırılmış stratejiler* üzerinden değil, “diğerlerine karşılık verebilme” üzerindedir.⁵⁴ Aynı şekilde Nobel ödül sahibi ve dünyanın en ünlü iktisatçılarından Milton Friedman şirket kapitalizmindeki yeni ahlâkçılığın aslında ahlâka aykırı olduğunu söylemektedir.

51 Blowfield, M., Frynas, J.G. (2005), “Setting New Agendas: Critical Perspectives on Corporate Social Responsibility in The Developing World”, **International Affairs**, 81, 3, s. 503.

52 Carroll, A.B. (1979), “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance”, **Academy of Management Review**, 4, 4, s. 497-505; Strand, R. (1983), “A System Paradigm of Organizational Adaptations to The Social Environment”, **Academy of Management Review**, 8, s. 90-96; Wartick, S. L., Cochran, P. L. (1985), “The Evolution of the Corporate Social Performance Model”, **Academy of Management Review**, 10, 4, s. 758-769; Wood, D. J. (1991), “Corporate Social Performance Revisited”, **Academy of Management Review**, 16, 4, s. 691-718.

53 Habermas, 1971, s. 276.

54 Freeman, R. E., Gilbert, D. R. Jr. (1988), **Corporate Strategy and The Search for Ethics**, New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs: 90; Freeman, R.E., Gilbert, D.R. Jr. (1992), “Business, Ethics and Society: A Critical Agenda”, **Business & Society**, 31, 1, s. 9-17.

Friedman şirketlerin toplum için iyilik yapmaya çalışmaları fikrine karşı çıkararak, şirket yöneticileri için sadece tek bir sosyal sorumluluk -hissedarları için mümkün olduğu kadar çok para kazanmak- olduğuna inanmaktadır. Friedman'ın entelektüel ve ideolojik rakibi olan Noam Chomsky, şirketlerin “toplum ya da işgücü için değil, sadece kendi hissedarları için kaygı duymak” zorunda oldukları konusunda Friedman'ın görüşünü paylaşımaktadır.⁵⁵

Şirketlerin tepkisel türden davranışları sorunları çözmek yerine mazur gösterme/ meşrulaştırma beklentisi olarak okunabilir. Bu halde söz konusu meşrulaştırma, alt sistemlerin yeniden yapılandırılmasını gerektirir. Habermas bu yeniden yapılanmanın genellikle yönetsel kararlarda gerçek katılıma izin vermeksizin, kitlesel sadakati yaratan biçimsel demokrasi sisteminin artışı, gelişmesi yoluyla gerçekleştiğini ileri sürer. Bunun başarılmasını sağlayan araçlar medyanın ve halkla ilişkilerin kullanılmasını ve “uzman inanç düzeyi”nin yaratılmasını içerir.⁵⁶ Bu yüzden son yıllarda sosyal sorumluluk çalışmaları sadece güç üzerinden değil, meşruluk kazanma ve hissedarların sorumlu iş davranış beklentisi olarak acil taleplerini yerine getirme üzerinden kurgulanmaktadır.⁵⁷ Öte yandan etiksel bir ütopya olarak sosyal sorumlulukta “güç”, hâlâ şirketlerin iş davranışlarına yönelik kararlarında “*baskın bir rol*” oynamakta ve şirketler her geçen gün daha çok uyguladıkları sistem yaklaşımıyla *sosyal değişim ajanslarına* dönüşmektedirler.⁵⁸

Sosyal Sorumluluğun Toplumsal/Ekonomik Retoriği

Eğer çokuluslu ve/veya küresel şirketler tüm pazarlarda etkili sosyal değişim ajanslarına dönüşüyorsa, bu ilişkileri yapılandıran güç dinamiklerinin yanı sıra çeşitli aktörler, kurumlar ve sosyal yapı ağlarını da kurgulayıp/yönetebilir ve yönlendirebilir. Şirket sosyal sorumluluğunda “*egemen eylemsel iletişim*” ve çatışma yönetimi de dâhil, ana ilgi etki üzerine yani “daha etkin olarak nasıl sömürülebilir”, yönetilebilir ve yönlendirilebilir üzerine eğilir. Marks'ın ilk çalışmaları üzerinde yorumlar yapan Weber, Habermas, Marcuse ve diğerleri, batı toplumlarındaki ekonomilerin dayatmasıyla şirketlerin sosyalite anlayışının

55 Bakan, 2005, s. 49-51.

56 Bağcı, 2006 içinde; Held, D., Simon, L., “Habermas'ın Geç Kapitalizme Dair Kriz Kuramı”, s. 388-411.

57 Bkz. Agle, B. R., R. K. Mitchell, J. A. Sonnenfeld (1999), “Who matters to CEOs? An Investigation of Stakeholder Attributes and Salience, Corporate Performance, and CEO Values”, **Academy of Management Journal**, 42, s. 507-525; Mitchell, R. K., Agle, B. R., Wood, D. J. (1997), “Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts”, **Academy of Management Journal**, 22, 4, s. 853-886.

58 Bies, R.J., Bartunek, J.M., Fort, T.L., Zald, M.N. (2007), “Corporations as Social Change Agents: Individual, Interpersonal, Institutional, and Environmental Dynamics”, **Academy of Management Review**, 32, s. 788-793; Blowfield, M., J.G. Frynas (2005), “Setting New Agenda: Critical Perspectives on Corporate Social Responsibility in The Developing World”, **International Affairs**, 81, s. 499-513.

arttığını vurgulamaktadırlar.⁵⁹ Bu konuda Ekonomi alanında Nobel Ödülü alan Gary Becker bu anlayışı şöyle ifade etmektedir:⁶⁰

“Doğası gereği ekonomik olmayan birçok eylemsel düşünce aslında ekonomik bir sorundur. Bu yüzden ekonomik kuram ekonomik alan dışında yer almış hukuk, sosyoloji, biyoloji, siyasal bilimler ve antropoloji alanları içinde geleneksel olguyu açıklamaya yardımcı olabilir. Bu ekonomik emperyalizmin gelişimidir.”

Becker’a göre ekonomik emperyalizmin gelişimi, ekonomik bir biçim olarak “sosyalliği” yeniden tanımlamayı gerektirir. Buna göre sosyallik ve ekonomi, konudan konuya geçen ve fiziksel bir biçimlendirmeden çok önemli kurumsal aktörler arasındaki özellikle güç ilişkilerinin çıktılarıdır.⁶¹ Ekonomik kuramlara göre, aktörler arasındaki sosyal ilişkilerin ve düzenlemelerin etkileri zayıftır; çünkü onlar üretim ve sürdürülebilir güç dinamiklerinin çok yönlü analizi olmaksızın varlıklarını sürdürürler. Sosyal ilişkiler ürün pazar dengesi için var olan üreticiler, tüketiciler, devletler ve tedarikçi ağları arasındaki biçimsel ve biçimsel olmayan ilişkileri içerir. Kurumsal ve tutarsız gücün sosyal alanlardaki artan etkisi “toplumsal ilerlemenin garantörü” olarak kendini göstermekte ve genellikle çokuluslu ve/veya küresel şirket vatandaşlığına kadar eklenmektedir.⁶² Şirketlerin üstlendikleri bu rol sosyal ilerlemenin bir ideolojisi olarak meşrulaştırılarak, mal ve hizmetlerin üretim ve tüketimine göre küresel rekabetçiliğinin başarısı olarak gösterilmektedir. Ancak sorumluluk rolüne olan taleplerin çeşitliliği, şirketlerin yetki alanı olarak ekonomik yapının bazı esnek alternatif sistemlere uyumluluğu sorununu doğurmaktadır. Eğer kamuoyu daha önceden belirlendiği şekilde sorumluluk oyununda aktör olarak yer almaya istekli hale dönüştürülebilirse, o zaman bu oyunun özellikli kuralları onların istedikleri şekilde yeniden biçimlendirilir.

Checland sosyal kuralların sosyal uygulamalara yol açacağını, sosyal uygulamaların gerisinde ise, yapıcı bir anlam yattığını belirtir. Bu yüzden bütünü anlayabilmek için yapıcı anlamı sosyal uygulamalar ve eylemlerle

59 Bkz. Habermas, J. (2007), **İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim** [çev. Mustafa Tüzel], İstanbul: Yapı Kredi Ya., s. 33-44.

60 Banerjee, S. B. (2007), “A Critical Perspective on Corporate Social Responsibility: Towards A Global Governance Framework”, [Working Paper], College of Business University of Western Sydney, s. 1-58. group.aomonline.org/cms/Meetings/Los_Angeles/.../Banerjee.pdf; Min-Dong, P. (2008), “A Review of The Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and The Road Ahead”, **International Journal of Management Review**, 10, 1, s. 53-73.

61 Screpanti, E. (1999), “Capitalist Forms and The Essence of Capitalism”, **Review of International Political Economy**, 6, 1(Spring), s. 1-26.

62 Palazzo, G., Scherer, A. G. (2008), **The Future Of Global Corporate Citizenship: Towards A New Theory of The Firm as A Political Actor**, UK: Edward Elgar Publishing Cheltenham, s. 577-590; Garten, J. E (2002), “Globalism without Tears: A New Social Compact for CEOs”, **Strategy+Business**, 29, s. 2-10.

değerlendirebilmek gerekir. Sistem düşüncesini kullanan birçok stratejik yaklaşımda olduğu gibi, sosyal sorumluluk yaklaşımı paydaşları katılımcı bir süreçte ele alarak, örgüt ile örgütün koşulları arasındaki içsel bağlantıları göz önünde bulundurur. Karşı etkileşimli yönetim, yumuşak sistem yöntemi, idealleştirilmiş sistem tasarımları, sosyal sistemler tasarımı ve toplam sistemler aracılığı süreçlere katılımcılık ve değer ekleyen sistem yaklaşımlarının örnekleridir.⁶³ Ancak bu yaklaşımların hiçbiri sosyal ve çevresel olarak örgütsel geleceği yaratmada doğrudan etkili değildir. Gerçekte, birçok sistemsel yaklaşımlar büyüme, rekabetçi üstünlük ve “*etiksel ütopya*” hedeflerine ulaşmak için şirketler tarafından kullanılabilir. Çünkü sistemsel yaklaşımlar özellikle de *yumuşak sistem* insanı sosyal kurallar ve uygulamalar bütünü içerisinde anlamlandırarak görebilmeyi ve yapıcı anlamı kavrayabilmeyi sağlamaktadır.⁶⁴ Bu açıdan sistem düşüncesi sosyal sorumluluğun ana kanıtı olarak görülür.⁶⁵

Sistem düşüncesi, geniş bir bakış açısı ile tüm yönleri hesaba katan sorunun farklı parçaları arasındaki ilişkilere odaklanan ve olaylara basit bir şekilde bakmanın ötesinde etkileşim desenlerine ve bunların altında yatan yapıları indirgemeye götüren bir meta-disipliner yaklaşımdır.⁶⁶ Bu yaklaşım sosyal sorumluluk çalışmalarında her türlü soruna nasıl yaklaşılması gerektiğini kendi bakış açısı ile ortaya koyarak şirketlere yol haritası çizer.⁶⁷

Sistem düşüncesiyle yönlendirilen sosyal sorumluluk yaklaşımı, sistemi “parça-bütün, sibernetik ve diyalektik” gibi üç değişik açıdan tanımlamaktadır. Birincisi, karşılıklı ilişki kuran parçalar kompleksi, ikincisi, bir etki yapıldığında karşılık (çıkıtı) veren bir süreç, üçüncüsü ise, iç çelişkisi bulunan her şeydir. İnsan davranışlarının da tek bir nedene/gereksinime dayandırılarak algılanmasını ve motive edilmeye çalışılmasını kabul etmemekle birlikte, insanları davranışa

63 Laszlo, A. L., Kathia C., Dunsky, H. (2010), “Redefining Success: Designing Systemic Sustainable Strategies”, **Systems Research and Behavioral Science**, 27, s. 3-21; Ackoff, R. L. (1981), **Creating The Corporate Future**, New York: John Wiley&Sons; Checkland, P. (1981), **Systems Thinking, Systems Practice**, Chichester: Wiley; Flood, R.L, Jackson, M.C. (1991), **Creative Problem Solving: Total Systems Intervention**, Chichester: Wiley; Gharajedaghi, J. (1999), **Systems Thinking: Managing Chaos and Complexity**, Boston: Butterworth-Heinemann; Warfield, J.N. (1994), **A Science of Generic Design**, Ames: Iowa State University Pres.

64 Flood, R. L. (1999), **Rethinking Fifth Discipline: Learning Within The Unknowable**, Florence, KY: Routledge, s. 55-57; Ayrıca Bkz. Senge, P. M. (2004), **Beşinci Disiplin** [çev. Ayşegül İldeniz, Ahmet Doğukan], İstanbul: Yapı Kredi Ya.

65 Porter, T. B. (2008), “Managerial Applications of Corporate Social Responsibility and Systems Thinking for Achieving Sustainability Outcomes”, **Systems Research and Behavioral Science**, 25, s. 397-411.

66 O’connor, J., Medermott, I. (1997), **The Art of Systems Thinking**, San Francisco: Thorsons.

67 Dongping, F. (2010), “The Tension Between Holism and Pluralism: Comment on Creative Holism”, **Systems Research and Behavioral Science**, 27, s. 200-207; Jackson, M.C. (2006), “Creative Holism: A Critical Systems Approach to Complex Problem Situations”, **Systems Research and Behavioural Science**, 23, s. 647-657.

sevk eden birden çok neden olduğunu varsaymaktadır. Burada önemli olan bu nedenleri bulmak ve insan davranışlarına bir anlam vermek aynı zamanda hem örgüt hem de birey için dinamik bir denge öngörebilmektir. Ne var ki bu dengeyi sağlamakta etiksel ütopyanın bir çıktısı olarak ahlâk, insanları davranışa sevk eden ve dinamik olarak dengede kalmasını sağlayan temel araç olarak öngörülür. Burada örgütlere düşen görev ise, bu ahlâk söylemler üzerinden sürekli “*üst amaca hizmet eden fizyolojik ve psikolojik gereksinimleri yaratabilmeleri ve arzuların konuma getirebilmeleridir.*” Bununla birlikte, şirketin hayatta kalabilmesi, gelişmesi ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinde dinamik dengenin sağlanması için, örgütle ilgili kontrol edilen ya da kontrol edilmeyen bütün unsurların bilinebilir, anlaşılabilir, değerlendirilebilir ve yönetilebilir konuma getirilebilmesidir. Her türlü iç ve dış çevreye ilişkin faktörlerin değerlendirilerek örgütün bunlara uyması ve/veya ilişkili faktörlerin örgüte uymasını sağlayabilmektir. Bu açıdan, Churchman’a göre, sosyal sorumluluk anlayışı, dünyaya başkasının gözü ile bakabilme/eşduyum (empati)⁶⁸ sağlayabilme, bir başka deyişle “felsefe” ile başlamaktadır.⁶⁹ Bu ifadelerden yola çıkarak sosyal sorumluluk yaklaşımı, hem bir sistem ya da özel olarak bir örgüt içindeki eylemleri ve işlemleri uygun ve etkili biçimde düzenleyen bir düşünce veya yapı anlayışı, hem de sistemi, bileşenleri ve bütünlüğü açısından ele alması nedeniyle ağaçlar yüzünden ormanı görememe tehlikesini ortadan kaldıran koruyucu bir kalkan görevi üstlenmektedir. Sosyal sorumluluk anlayışında var olan sorunu incelemeyen sorunu çözmeye çalışmak, buzdağının sadece üst kısmına odaklanmak ve suyun altında kalan kısım (sorun durumu-kültür ve politikalar) ile ilgilenmemek anlamına gelir.⁷⁰ Bu ise sosyal dünyadaki sorunların ekonomik anlamda çözümünde örgüte bir şey kazandırmayacaktır. Keza insan eylem sistemlerindeki sorunlar iyi yapılı değil, çoğu zaman karmaşık, kötü yapılıdır. Bu tür sorunlar, kişiden kişiye, toplumdan topluma, zamandan zamana değişiklik arz etmekte ve çözüm için bazen uzlaşmaya bazen ise zorlamaya gereksinim duyulmaktadır. Bu yüzden çokuluslu ve/veya küresel şirketler dünya pazarlarında karşılaştıkları sosyal-siyasi, ekonomik ve kültürel sorunlarını çözebilmede/yönetebilmede daha yumuşak geçiş politikalarını yani *yumuşak sistem düşüncesine* gereksinim duyarlar; çünkü “*insani sorunlarda sonuç*

68 Eşduyum (empati), bir başkasının duyguları, içinde bulunduğu durum ya da davranışlarındaki motivasyonu anlamak ve içselleştirmek demektir. Kendi duygularını başka nesnelere yansıtmak anlamında da kullanılır. Olumlu amaçlar için kullanıldığında işbirliği, üretkenlik, refah ve mutluluğu arttıran bu yetenek, kötü amaçlar için kullanıldığında manipülasyonculuk şeklini alır. Bkz. Ciaramicoli, A.P.; Ketcham, K. (2000), **The Power of Empathy: A Practical Guide to Creating Intimacy, Self-Understanding and Love**, New York: Dutton.

69 Tecim, V. (2004) “Sistem Yaklaşımı ve Soft Sistem Düşüncesi”, **Dokuz Eylül Ün. İİBF Dergisi**, 19/2, s. 75-100.

70 Bkz. Arias, A. O. (2008), “An Interpretive Systemic Appraisal of Corporate Social Responsibility and Learning”, **Systems Research and Behavioral Science**, 25, s. 361-370.

ya da başarılması gereken şeyin ne olduğu sorunun bir parçasıdır.”⁷¹ Checkland’ın söz konusu anlayışı değişik bakış açılarına izin veren ve insanların belli amaçlara ilişkin “*İnsan Etkinlik Sistemleri-İES (Human Activity Systems-HAS)*” üzerine kurulmuştur.⁷² Bu açıdan esas olarak sosyal sorumluluk anlayışı, yumuşak sistem düşüncesinden hareketle insan aktörleri olan sistemlerde sorunların hiçbir zaman tam anlamı ile çözülemeyeceğini, bir çözüme ulaşılsa bile bunun sadece o ana özgü bir çözüm olacağını ve bir sorunun çözümünün beraberinde bir başka yeni sorunu doğuracağını savunmaktadır.

O halde insan eylemlerine ilişkin sorunlarla ilgilenilirken hiçbir zaman hedef odaklı bir düşünce ile yola çıkılmamalıdır. Çünkü hedefler o ana özgü ve duragandır. Oysa sistemsel çalışmanın özü uzun vadede ilişkilerin sürdürülebilirliğini sağlayarak, en yüksek getiriye elde edebilirliktir.⁷³ İlişkilerin sürdürülebilirliğini sağlamak ise en uygun şekle sokma süreci ile değil, bir öğrenme süreci ile mümkün olabilir. Bu öğrenme süreci, “*insan bilincinin yeniden üretilmesine, verili ve değişmez sayılan bir zihniyetin çoğaltılmasına ve güçlendirilmesine*” ilişkin tüm *ideolojik aygıtların* kullanımını ve bilginin pratiğe aktarılabilmesini gerektirir.⁷⁴ İdeolojik aygıtların kullanımı ve bilginin pratiğe aktarılması ile kitlelere pazarlanan kalıp düşünce, duygu ve inançlar aracılığıyla hesaplanabilir nesnelere dönüştürülen ve eleştiri yeteneğini yitiren insanlarda bilincin yerini uy-gitsincilik alır.⁷⁵ Bu düşüncenin ideolojisi “şirket” ile “insan” arasında aracılık ederek, insanların bilinç durumunu kendi çıkarı doğrultusunda etkiler, değiştirir

71 Huaxia, Z. (2010), “Soft Systems Methodology and ‘Soft’ Philosophy of Science”, **Systems Research and Behavioral Science**, 27, s. 156-170.

72 Bkz. Checkland, P. B. (2010), “Researching Real-Life: Reflections on 30 Years of Action”, **Systems Research and Behavioral Science**, 27, s. 129-132; Zexian, Y., Xuhui, Y. (2010), “A Revolution in the Field of Systems Thinking-A Review of Checkland’s System Thinking”, **Systems Research and Behavioral Science**, 27, s. 140-155; Reynolds, M. (2003), “Social and Ecological Responsibility: A Critical Systemic Perspective” www.mngt.waikato.ac.nz/ejrot/cmsconference/2003/.../Reynolds.pdf

73 Sinistik ve Machivellist görüşlere yakın olarak bu düşüncenin en uç noktası “iyi bir insan olmadığı, herkesin kendi menfaati için yaşadığı; iş yaparken insanların birbirlerine karşı “iyi” gözüktüğü, ama gerçekte böyle olmadığı” görüşünü akla getirmektedir. Bu nedenle insanlar/şirketler kendi menfaatleri için ilişkileri doğru yönetebilmek için gerekli olanı duyabilmektedirler. Machivellist düşünce İtalyan düşünür ve politikacı Niccolo Machiavelli’nin düşünceleri üzerine kurulu bir yaklaşımdır. Temelinde aslanan şeyin amaçlar olduğu, bu amaçların hangi yolda elde edildiğinin ise o kadar önemli olmadığı yatar. Makyavelizme göre: “Amaca giden yolda her şey yasal ya da etik olsun olmasın mübahtır.”

74 Althusser’e göre toplum ekonomik, siyasal ve ideolojik pratiklerden oluşmaktadır. Burada pratik, belli insan emeği ile etkilmiş, belli üretim araçları kullanarak, belli bir ürünün iletişim sürecidir. Althusser, kapitalizmi üretim koşullarını yeniden üreten üretken bir sistem olarak tanımlar. Yeniden üretim işgücünün düzenin kurallarına uymasının sürdürülmesidir. İş gücünün üretilmesi aileyi, ustalığın ve tekniklerin öğrenilmesi için öğretim ve eğitim sistemini gerektirir. Bkz. Althusser, L. (2008), **Yeniden Üretim Üzerine** [çev. Işık Ergüden, Alp Tümertekin], İstanbul: İthaki Ya. No.340/59; Block, E. (2007), **Umut İlkesi** [çev. Tanıl Bora], İstanbul: İletişim Ya. No. 1269/62.

75 Adorno, T. W. (2009), **Kültür Endüstrisi** [çev. Nihat Ünler, Mustafa Tüzel, Elçin Gen], İstanbul: İletişim Ya. No. 1251/12, s. 74-81; Mattelart, A.(1995), s. 266-284.

ve şekillendirir. Bu şekillendirme de temel felsefe ideolojiye dönüştürülen “etiksel ütopya” ile ilişkilerin sürdürülebilirliğidir. Hiç kuşkusuz kapitalizmin şirket kapitalizmine evrilisinde daha önceden belirttiğimiz gibi ne bu düşünce sistemi, ne de sosyal sorumluluk anlayışı yeni değildir; yeni olan söylem biçimleri ve bilmiş yönetim biçimleridir.

Sonuç Olarak Geri Bildirim Okuma Notları

Geçen çeyrek yüzyıl boyunca Doğu-Batı kutuplaşmasının şifre anahtarı, jeopolitiği, dünya düzeni ve düzensizliklerinde kapitalizm belirleyici rol oynamıştır. 1970’li yıllarda büyümenin olumlu döngüsünün kırılması, dünyanın jeo-ekonomik temsillerinin bastırılmasının geri dönüşünü hızlandırarak, iç bütünleşmenin ve çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin öncülüğüyle benimsenmiş dünyasal yayılmanın yeni stratejilerini genelleştirmektedir. Aslında, başlangıç durumundaki küreselleşmenin anlambilimsel alanı, çokuluslu ve/veya küresel bu şirketlerin eylemlerinin yaygınlaştırılmış protesto hareketleriyle gerilim içinde oluşur. Çizgisel ve toplam gelişme kavramı her taraftan çıkmaza girer. Batı demokrasileri “yönetebilirlik”leri hakkında kendilerini sorgularlar. Yapısal nitelikteki krizden çıkmak için “enformatik genel iradenin” genişletilmesi bundan böyle dış kısıtlamalara mahkûm bir ekonominin yeniden canlanmasında temel silah olarak kullanılır. Bir tekno-ekonomik makro-sistem hegemonyası altındaki yaşam tarzlarının tekbiçimleşmesi kaygısı, çokuluslu ve/veya küresel şirketlerin ulusal sorunlara yaklaşım ve çözme tarzıyla önemini yitirerek, bir ahlâki kahramanlığa dönüşür. Çünkü “geleceğin küresel kentinde, hiç kimse kendini yabancı hissetmemelidir.” Bu iradeci yaklaşıma “Global City” ve University of the World” senaryosu eklenir ve çok uluslu ve/veya küresel iktidarın şiddeti giderek artan ezilenlerin daha da yoksullaştığı, çevreye verilen zararların doruğa ulaştığı, küresel gıda krizinin ortaya çıktığı, insan hakları ihlallerinin normalleştirildiği bir düzene evrilir. Keza şirket kapitalizmi “sosyal sorumluluk” söylemleriyle toplumsal/ulusal hakları yok ederek, kendisini etiksel ütopya ile yeniden-üretebilmektedir. Çünkü artık tarihi sınırlar ve farklı kültürlerden kurtulmuş ağların arketipi, dünyanın geleceğine etiksel ütopyacı matrisin uzun zaman beslediği eşitlik, adalet ve ahlâk idealinin silindiği aşılmaz bir ufuk tayin etmiştir. Artık büyük sorunlar/tartışmalar, sözde “siyasal hegemonya kaygılarından kurtulmuş yönetsel bir irade” ve *büyük kurtuluş öyküleri* değil, çok uluslu ve/veya küresel şirketlerin miyop bakışlı etiksel-ütöpik fragmanları vardır. Öyle ise söz konusu olan egemen tüketici/şirket vatandaşı konumuna getirilmiş bireyler için artık var olan düzene karşı koymanın zorunluluğu değil, şirket kapitalizmin yeni rekabetçi ortamına alışmanın Neo-Darwinci zorunluluğudur.⁷⁶

76 Klein, S. (2003), “The Natural Roots of Capitalism and Its Virtues and Values”, **Journal of Business Ethics** 45, s. 387-401; Boltanski, L., Chiapello, E. (2002), “The New Spirit of Capitalism”, **Paper to be presented to the Conference of Europeanists**, March, Chiacgo, s. 14-16.

Habermas'a göre, değişmenin her zaman var olduğu kapitalist toplumlar, gerçekte kendi dayandıkları ahlâki düzeni yıkmaya eğilimindedirler. Çünkü ekonomik büyümenin öteki her şeyin önüne geçtiği bir toplum düzeni gündelik yaşamda da bir anlam kaybı yaratmaktadır.⁷⁷ Bu açıdan, şirket kapitalizminin içerdiği sosyal sorumluluk eleştirel kamusal tartışma alanında evrensel ilkelere dayanmalıdır. Bu ilkeler kamusal tartışmanın akla uygun yürütülmesini olanaklı kılan ve evrensellik iddiası taşıyan resmi kurallardır. Çünkü ahlâki ve siyasi sorunlar, akılcılık temelinde kurulan bir iletişim sayesinde çözülebilir. Bu alanlarda uzlaşmayı sağlayabilecek olan, normlar ve değerlere dayanan ortak karar alma biçimleridir. Buna karşın, hedef artık kapitalist doğrultuda özerkleşmiş iktisadi sistemin ve bürokratik olarak özerkleşmiş egemenlik sisteminin ilgası değil, sistemin emredici kiplerinin yaşam dünyası alanlarına dönük sömürgeleştirici tecavüzlerine set çekilmesidir. Böylece praksis felsefesinin, yabancılaşma ve nesnelleştirilmiş özel kuvvetlerin kendine mal edilmesi ile ilgili niyetlerine engel teşkil edilmiş olur.⁷⁸

Şirket eylemlerinin meşruluk sürecinin radikal demokratik değişimi, toplumsal bütünleşme güçleri arasında yeni bir denge kurmayı hedeflemektedir. Böylelikle dayanışmanın toplumsal bütünleşme -üretici güç olarak iletişim- gücü, şirket kapitalizminin diğer iki yönlendirici gücü olan, para ve yönetsel iktidara karşı kendini kabul ettirebilecek ve yaşam dünyasının kullanım değerine odaklanmış taleplerine geçerlilik kazandırabilecektir.⁷⁹ Kaldı ki, şimdi şirket kapitalizminin küreselleşmiş bağlamıyla ilişki kurma sorunları “*etiksel ütopya*” üzerinden sosyal sorumluluk söylemlerinin günümüzdeki gerçeğini anlamak bakımından önemli gözükmektedir. Keza şirket kapitalizmine karşı mücadeleyi yeniden üretilebilecek toplumsal hareketlerin gelişimi, ancak toplumsal zihniyeti dönüştürebilecek “*üretici güç olarak söylem ve eylem biçimleri*”nin yaratılmasıyla mümkün görülmektedir.

77 Giddens, A. (2000), **Sosyoloji**, [çev. Hüseyin Özel ve diğerleri], Ankara: Ayraç Ya., s. 12.

78 Habermas, J. (1993), **Justification and Application: Remarks on Discourse Ethics**, Cambridge, MA: MIT Press., s. 99-111; Ayrıca Bkz. Habermas, J. (1996), **Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy**, Cambridge, MA: MIT Press.

79 Habermas, 2003, s. 41.

Kaynakça

- Ackoff, R.L. (1981), *Creating The Corporate Future*, New York: John Wiley&Sons.
- Adorno, T. W. (2009), *Kültür Endüstrisi* [çev. Nihat Ünler, Mustafa Tüzel, Elçin Gen], İstanbul: İletişim Ya. No. 1251/12.
- Agle, B. R., Mitchell, R. K., Sonnenfeld, J. A. (1999), "Who Matters to CEOs? An Investigation of Stakeholder Attributes and Salience, Corporate Performance, and CEO Values", *Academy of Management Journal*, 42, s. 507-525.
- Albert, M. (1992), *Kapitalizme Karşı Kapitalizm* [çev. Cemil Oktay, Hüsnü Dilli], İstanbul: Afa Ya. No. 17/218, s. 2-55.
- Althusser, L.(2008), *Yeniden Üretim Üzerine* [çev. Işık Ergüden, Alp Tümertekin], İstanbul: İthaki Ya. No.340/59.
- Arias, A. O. (2008), "An Interpretive Systemic Appraisal of Corporate Social Responsibility and Learning", *Systems Research and Behavioral Science*, 25, s. 361-370.
- Bağçe, E. [Ed.] (2006), *Frankfurt Okulu*, Ankara: DoğuBatı Ya.
- Banerjee, S. B. (2007), "A Critical Perspective on Corporate Social Responsibility: Towards A Global Governance Framework", [Working Paper], College of Business University of Western Sydney http://group.aomonline.org/cms/Meetings/Los_Angeles/.../Banerjee.pdf.
- Bauman, Z. (1996), *Postmodern Etik* [çev. Alev Türker], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 204/112.
- Beaud, M. (2003), *Kapitalizmin Tarihi* [çev. Fikret Başkaya], Ankara: Dost Ya.
- Bernauer, J. W.(2005), *Foucault'nun Özgürlük Serüveni* [çev. İsmail Türkmen], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 465/205.
- Bewes, T. (2004), *Şeyleşme* [çev. Deniz Soysal], İstanbul. Metis Ya.
- Bies, R.J., Bartunek, J.M., Fort, T.L., Zald, M.N. (2007), "Corporations as Social Change Agents: Individual, Interpersonal, Institutional, and Environmental Dynamics", *Academy of Management Review*, 32, s. 788-793.
- Block, E. (2007), *Umut İlkesi* [çev. Tanıl Bora], İstanbul: İletişim Ya. No. 1269/62.
- Blowfield, M., Frynas, J.G. (2005), "Setting New Agendas: Critical Perspectives on Corporate Social Responsibility in The Developing World", *International Affairs*, 81, 3, s. 499-513.
- Boltanski, L., Chiapello, E. (2002), "The New Spirit of Capitalism", *Chiacgo, Paper to be presented to the Conference of Europeanists*, (March), s. 14-16.
- Borotav, K. (2000), *Yeni Dünya Düzeni Nereye*, Ankara: İmge Ya.
- Bremmer, I. (2010), *The End of The Free Market: Who Wins The War Between States and Corporation*, USA: Penguin Group.
- Brooks, R. E. (2003), *The New Imperialism: Violence, Norms and the Rule of Law*, [Working Paper No. 03-20 December].
- Broomhill, R. (2007), "Corporate Social Responsibility: Key Issues and Debates", *Don Dunstan Foundation for The Dunstan Papers Series No. 1*, Australia, s. 5.
- Carroll, A. B. (1991), "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons*, 34, 4, s. 39-48.

- Carroll, A. B. (1999), "Corporate Social Responsibility-Evolution of A Definitional Construct", *Business & Society*, 38, 3, s. 268-295.
- Carroll, A.B. (1979), "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance", *Academy of Management Review*, 4, 4, s. 497-505.
- Castree, N. (2009), "The Spatio-temporality of Capitalism", *Time & Society*, 18, 1, s. 26-61.
- Chaput, C. (2008), *Inside The Teaching Machine: Rhetoric and The Globalization of U.S. Public Reseach University, USA: University of Alabama Pres.*
- Checkland, P. (1981), *Systems Thinking, Systems Practice*, Chichester: Wiley.
- Checkland, P.B. (2010), "Researching Real-Life: Reflections on 30 Years of Action", *Systems Research and Behavioral Science*, 27, s. 129-132.
- Chuah, S.H. (2003), "Anthropology and Economic Imperialism: The Battlefield of Culture", <http://www.ideas.repec.org/p/nom/occasi/3.html>
- Ciaramicoli, A.P; Ketcham, K. (2000), *The Power of Empathy: A Practical Guide to Creating Intimacy, Self-Understanding and Love*, New York: Dutton.
- Commission of The European Communities (2001), *European Basic Conditions for The Social Responsibility of Companies, [Green Paper] Brussels*, s. 5-6.
- Crehan, K. (2006), *Gramsci Kültür Antropoloji [çev. Ümit Aydoğmuş]*, İstanbul: Kalkedon Ya.
- Dongping, F. (2010), "The Tension Between Holism and Pluralism: Comment on Creative Holism", *Systems Research and Behavioral Science*, 27, s. 200-207.
- Erdoğan, İ. (2000), *Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim*, Ankara: Kardelen Ofset.
- Ferro, M. (2002), *Sömürgecilik Tarihi [çev. Muna Cedden]*, Ankara: İmge Kitapevi Ya.
- Flood, R. L. (1999). *Rethinking Fifth Discipline: Learning Within The Unknowable*, Florence, KY: Routledge.
- Flood, R.L, Jackson, M.C. (1991), *Creative Problem Solving: Total Systems Intervention*, Chichester: Wiley.
- Foucault, M. (2000), *Özne ve İktidar [çev. Ferda Keskin]*, İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 307/2.
- Freeman, R. E., Gilbert, D. R. Jr. (1988), *Corporate Strategy and The Search for Ethics*, NJ: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Freeman, R.E., Gilbert, D.R. Jr. (1992), "Business, Ethics and Society: A Critical Agenda", *Business & Society*, 31, 1, s. 9-17.
- Garten, J. E (2002), "Globalism wihtout Tears: A New Social Compact for CEOs", *Strategy+Business*, 29, s. 2-10.
- Gharajedaghi, J. (1999), *Systems Thinking: Managing Chaos and Complexity*, Boston: Butterworth-Heinemann.
- Giddens, A. (2000), *Sosyoloji, [çev. Hüseyin Özel ve diğerleri]*, Ankara: Ayraç Ya.
- Habermas, J. (1993), *Remarks on Discourse Ethics. In Habermas, J., Justification and Application: Remarks on Discourse Ethics*, Cambridge, Mass.: MIT Pres, s. 19-111.
- Habermas, J. (1996), *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

- Habermas, J. (2007), *İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim* [çev. Mustafa Tüzel], İstanbul: Yapı Kredi Ya.
- Habermas, J. (2008), *Küreselleşme ve Milli Devletlerin Akıbeti* [çev. Medeni Beyaztaş], İstanbul: Bakış Ya.
- Hafez, K. (2007), *The Myth of Media Globalization*, Cambridge: Polity.
- Hardt, M., Negri A. (2000), *İmparatorluk* [çev. Abdullah Yılmaz], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 337/6.
- Harvey, D. (2003), *The New Imperialism*, Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2008), *Umut Mekânları* [çev. Zeynep Gambetti], İstanbul: Metis Ya.
- Hejeebu, S., McCloskey, D. (2004) "Polanyi and The History of Capitalism: Rejoinder to Blyth", *Critical Review*, 16 (1), s. 135-142.
- Hobsbawn, E. (2005), *Devrim Çağı: 1789-1848* [çev. Bahadır Sina Şener], Ankara: Dost Ya.
- Huaxia, Z. (2010), "Soft Systems Methodology and 'Soft' Philosophy of Science", *Systems Research and Behavioral Science*, 27, s. 156-170.
- Işıklı, A. (2009), *Yeni Ortaçağ*, İstanbul: İmge Kitapevi Ya.
- Jackson, M.C. (2006), "Creative holism: a critical systems Approach to Complex Problem Situations", *Systems Research and Behavioural Science*, 23, s. 647-657.
- Jameson, F. (2006), *Marksizm ve Biçim* [çev. Mehmet H.Doğan], İstanbul: Yapı Kredi Ya. No. 755/26.
- Jameson, F. (2009), *Ütopya Denen Arzu* [çev. Ferit Burak Aydar], İstanbul: Metis Ya.
- Jessop, B. (2007), "Knowledge as a Fictitious Commodity: Insights and Limits of a Polanyian Perspective" (First Draft), <http://www.dime-eu.org/files/active/1/Jessop2.pdf>.
- Klein, S. (2003), "The Natural Roots of Capitalism and Its Virtues and Values", *Journal of Business Ethics*, 45, s. 387-401.
- Kleiner, A. (2010), "Surviving State Capitalism", *Strategy+Business*, 59 (Summer), s. 1-3.
- Kotler P., Lee, N. (2006), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* [Çev. Sibel Kaçamak], İstanbul: MediaCat Ya.
- Kumar, K. (2006), *Modern Zamanlarda Ütopya ve Karşıütopya* [çev. Ali Galip], İstanbul: Kalkedon Ya. Adonis Kitaplığı No.1.
- Laszlo, A. L., Kathia C., Dunsky, H. (2010), "Redefining Success: Designing Systemic Sustainable Strategies", *Systems Research and Behavioral Science*, 27, s. 3-21.
- Lipartito, K. (2001), "The Utopian Corporation", <http://www.sscnet.ucla.edu/history/yeager/lipartito.pdf>.
- Lobel, O. (2006), "Sustainable Capitalism or Ethical Transnationalism Offshore Production and Economic Development", *Research Paper No. 07-35*, s. 1-7.
- Maalouf, A. (2009), *Çivisi Çıkmış Dünya: Uygarlıklarımız Tükendiğinde* [çev. Orçun Türkay], İstanbul: Yapı Kredi Ya. No. 2914/874.
- Marx, K. (1992), *Kapital* [çev. Alaattin Bilgi], Ankara: Sol Ya., Şahin Matbaa.
- Mattelart, A. (1995), *Beyin İğfal Şebekesi* [çev. Işın Gürbüz], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 108/56, s. 266-284.
- Mattelart, A. (2005), *Gezegensel Ütopya Tarihi* [çev. Şule Çiltaş], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 475/210.

- McNeill W. H. (2008), *Dünya Tarihi* [çev. Alâeddin Şenel], Ankara: İmge Ya.
- Min-Dong, P. (2008), "A Review of The Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and The Road Ahead", *International Journal of Management Review*, 10, 1, s. 53-73.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., Wood, D. J. (1997), "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts", *Academy of Management Journal*, 22, 4, s. 853-886.
- Nye, S. J. (2002). *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower can't Go It Alone*, New York: Oxford University Press.
- Nye, S. J. (2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
- O'connor, J., Mcdermott, I. (1997), *The Art of Systems Thinking*, San Francisco: Thorsons.
- Palazzo, G., Scherer, A. G. (2008), *The Future Of Global Corporate Citizenship: Towards A New Theory of The Firm as A Political Actor*, UK: Edward Elgar Publishing Cheltenham, s. 577-590.
- Porter, T. B. (2008), "Managerial Applications of Corporate Social Responsibility and Systems Thinking for Achieving Sustainability Outcomes", *Systems Research and Behavioral Science*, 25, s. 397-411.
- Prieto-Carrón, M. ve diğerleri (2006), "Critical Perspectives on CSR and Development: What We Know, What We don't Know, and What We Need to Know", *International Affairs*, 82, 5, s. 977-987.
- Postman, N. (2004), *Televizyon Öldüren Eğlence* [çev. Osman Akinhay], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 87/45.
- Reynolds, M. (2003), "Social and Ecological Responsibility: A Critical Systemic Perspective" <http://www.mngt.waikato.ac.nz/ejrot/cmsconference/2003/.../Reynolds.pdf>
- Scherer, A.G., Palazzo, G., Baumann, D. (2006), "Global Rules and Private Actors: Towards A New Role of The TNC in Global Governance", *Business Ethics Quarterly*, 16, s. 505-532.
- Schiller, H. (1993), *Zihin Yönlendirenler* [çev. Cevdet Cerit], İstanbul: Pınar Ya. No. 71.
- Schwartz, M. S., Carroll, A., B. (2008), "Integrating and Unifying Competing and Complementary Frameworks", *Business & Society*, 47, 2 (June), s. 148-186.
- Screpanti, E. (1999), "Capitalist Forms and The Essence of Capitalism", *Review of International Political Economy*, 6, 1(Spring), s. 1-26.
- Senge, P. M. (2004), *Beşinci Disiplin* [çev. Ayşegül İldeniz, Ahmet Doğukan], İstanbul: Yapı Kredi Ya.
- Sönmez, V. (2002), "Küreselleşmenin Felsefi Temelleri", *Eğitim Araştırmaları*, 6, s. 1-11.
- Stathakis, G. (2008), "Imperialism: Old and New Theories", *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 1, 1, s. 100-124.
- Strand, R. (1983), "A System Paradigm of Organizational Adaptations to The Social Environment", *Academy of Management Review*, 8, s. 90-96.
- Swedberg, R. (2002), "The Economic Sociology of Capitalism: Weber and Schumpeter", *Journal of Classical Sociology*, 2, 3, s. 227-255.
- Tanilli, S. (2006), *İnsanlığı Nasıl Bir Gelecek Bekliyor?*, İstanbul: Adam Ya.
- Tecim, V. (2004) "Sistem Yaklaşımı ve Soft Sistem Düşüncesi", *Dokuz Eylül Ün. İİBF Dergisi*, 19/2, s. 75-100.
- Tezcek, F. Ö. (2008), *Türkiye'de Kapitalizmin Dönüşüm Sürecinde Düşünce Fabrikaları*, İstanbul: Marmara Ün. SBE [Doktora Tezi].

- Tomlinson, J. (2004), Küreselleşme ve Kültür [çev. Arzu Eker], İstanbul: Ayrıntı Ya. No. 424/192.
- Utting, P. (2005), "Rethinking Business Regulation From Self-Regulation to Social Control", Technology, United Nations Research Institute for Social Development Business and Society Programme Paper Number 15 (September), s. 1-38.
- Warfield, J.N. (1994), A Science of Generic Design, Ames: Iowa State University Pres.
- Wartick, S. L., Cochran, P. L. (1985), "The Evolution of the Corporate Social Performance Model", Academy of Management Review, 10, 4, s. 758-769.
- Wissem, J. G. (2009), Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru [çev. Nurkalp Devrim, Taciser Belge], İstanbul: Özyeğin Ün. Ya.
- Wood, D. J. (1991), "Corporate Social Performance Revisited", Academy of Management Review, 16, 4, s. 691-718.
- Wood, E. M. (2003), Kapitalizmin Kökeni [çev. A.Cevdet Aşkın], Ankara: Epos Ya. No. 12.
- Woods, A, Grant, T. (2006), Aklın İsyanı: Marksist Felsefe ve Modern Bilim [çev. Ömer Gemici, Ufuk Demirsoy], İstanbul: Tarih Bilinci Ya.
- Zexian, Y., Xuhui, Y. (2010), "A Revolution in the Field of Systems Thinking-A Review of Checkland's System Thinking", Systems Research and Behavioral Science, 27, s. 140-155.
- Zizek, S. (2007), "Multitude, Surplus and Envy", Rethinking Marxism, 19, 1(January), s. 46-58
- Zizek, S. (2003), Gıdıklanan Özne Politik Ontolojinin Yok Merkezi, Ankara: Epos Ya.
- Zizek, S., Daly, G. (2004), Conversations with Zizek, USA: Polity Press, Cambridge.