



## SORUMLULUK BAĞLAMINDA İŞ AHLÂKI VE SOSYAL SORUMLULUK: SOSYAL PSİKOLOJİK BİR YAKLAŞIM

Dr. Yener ÖZEN<sup>1</sup>

### ÖZET

İş yaşamının ahlâki ilkelere dayandırılması, firmaların sorumsuz uygulamalarından kaynaklanan sorunların önlenmesi ve kamusal bir faydanın sağlanması bakımından kilit önemdedir. İş ahlâkı özelde iş yaşamının, genelde kamusal yaşamın istikrarlılığının da temel koşullarından biridir. Böylece, iş ahlâkının sosyo-ekonomik ilişkiler sistemine egemen olması rüşvet, yolsuzluk, adam kayırma, vurgunculuk, her şeye rağmen kâr vb. biçimlerde dışı vuran toplumsal yozlaşmayı önleyici niteliktedir. İş ahlâkı, özelde firma için de çok yönlü getirilerin ana kaynağı durumundadır. Bu nedenle, iş ahlâkının sosyo-ekonomik süreçte aktif olarak varolması kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sorumluluk, Sosyal sorumluluk, İş ahlâkı

### RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT BUSINESS ETHICS AND SOCIAL RESPONSIBILITY: A SOCIAL PSYCHOLOGICAL APPROACH

#### ABSTRACT

Constructing of the business life on the ethical principles has a key importance in preventing these problems which are created by firms' irresponsible applications and in acquiring a publican benefit. The business ethics is also one of the basic conditions of publican life stability in general and of business life in special. Because, the dominance of business ethics on the system of socio-economical relations has quality of preventing bribe, embezzlement, protection, speculation, profit despite everything that reveals itself as examples of social undoing. The business ethic is the main source of multisided benefits for the firms too. For this reason existing of the business ethics actively in the socio-economical process has become the unavoidable necessity.

**Keywords:** Responsibility, Social responsibility, Business ethics

---

<sup>1</sup> Yard. Doç. Dr. Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Psikolojik Danışma ve Rehberlik ABD, yenerozen@erzincan.edu.tr

## GİRİŞ

Sorumluluk sıklıkla rastlanan bir kavram olmasına rağmen çok kafa karıştırıcı ve tanımlanması zor bir kavramdır. Bazı kaynaklar sorumluluğu değer, bazıları sosyal norm, bazıları tutum, bazıları karakter ve bazıları ise kişilik özelliği olarak ele almaktadır. Sözlüklerde sorumluluk kavramı genellikle kendisiyle tanımlanmaktadır. Örneğin; Chamberlin (1994:22), sorumluluğu sorumlu davranma ve sorumlu bireyi, sorumluluklarını üstlenebilen birey olarak tanımlamaktadır. Ona göre sorumluluğun anlamı bireyin konum ve durumundan algılarına göre değişmektedir. İlgili eğitim ve psikoloji kitapları incelendiğinde, sorumluluk kavramının çok soyut ve göreceli olarak ele alındığı görülmektedir. Örneğin; Başaran (1971:36), sorumluluğu bir duygu olarak tanımlamaktadır. Ona göre, sorumluluk duygusu, ödev olarak üzerine alınan ya da verilen bir işi her ne pahasına olursa olsun, sonuna kadar yapma ve gerektiğinde bunun hesabını verme ile ilgili bir duygudur. Altınköprü (1999:170) ise, sorumluluğu farklı olarak tanımlamaktadır. Ona göre, sorumluluk çocuğun doğduğu andan itibaren ömrünün sonuna kadar gelişmekte olan bir davranıştır. Çocuğun ilk izlenimleri ile gelişen, kişinin kendini başkalarıyla paylaşması ve kendinden bazen ödünler vermesidir. Sorumluluklar birbirlerine bağlı halkalardır. Bu halkalardan biri koptuğunda problemler ortaya çıkmaya başlar. Ürün ortaya koyan insan, bu ürünü gerçekleştirirken yapması gereken görevi ihmal eder veya başkasına ne yaptırırsa, ürün ile ilgili kalitesizlik yaşanır ve sorumlu kişi manen ya da madden cezalandırılır.

Köknel (1986: 93) toplumda kendine bir yer ve rol arayan gencin özerklik ve sorumluluğun sınırlarını iyi bilmezse, genel olarak dört grupta toplanabilecek davranış ve eylemleri benimseyeceğini belirtmiştir. Bu davranış ve eylemler;

- 1) Tam boyun eğerek içinde bulunduğu çevrenin diğer kişilerine benzer ve onların uzantısı olur.
- 2) Çevreden gelen tüm etkilere karşı çıkar ve baş kaldırır.
- 3) Çevrenin etkilerine aldırılmaz, alabildiğine özerklik peşinde sorumsuz yaşar.
- 4) En sağlıklı yol olarak da; olumlu bir özdeşleşmeyle gerçekçi ilişkiler kurup kendisinin ve toplumun gelişmesinde katkısı olabilecek biçimde, bilinçli çaba içine girer.

## I. SOSYAL SORUMLULUK

Sosyal sorumluluk terimi, kişinin başka insanlara karşı sorumluluğunu ifade etmek için kullanılmaktadır. Başkalarının iyiliği, refahı, iyi oluşuyla ilgili olma, başkalarına yardım etmeyi içeren içsel görev duygusu, sivil katılım ve başkalarına yönelik sorumlu tutumları içermektedir. Yine sosyal sorumluluk, paylaşım, işbirliği, başkalarına yardım etmek ve sosyal yeterlilikler olarak ele alınmaktadır (Scales, Blyth, Berkas ve Kielsmeier, 2000:337).

Sosyal sorumluluk “Bir kimsenin üzerine aldığı ya da yapmak zorunda bulunduğu bir iş için gerektiğinde hesap verme duygusu” olarak tanımlanmaktadır (Berkowitz, L, Daniels, 1963:431).

Sosyal sorumluluk kavramının çok değişik tanımları yapılmıştır. Sosyal sorumluluk toplu yaşamda bireylerin etkinlikleri nedeniyle çevrelerinde yarattıkları olumlu ve olumsuz etkileri değerlendirip, olumsuz etkilere karşı önlem almaları olarak da tanımlanabilir (Yazıcı, 1992:853).

Sosyal sorumluluk Berkowitz ve Lutterman (1968:256) tarafından diğerlerinden hiçbir kazanç olmadığında bile, onlara yardım etme yönünde harekete geçme olarak tanımlanmıştır. Sosyal sorumlu bireyler yardım edici davranışlarda bulunurken işin maddi getirisinden çok manevi boyutuyla ilgilenirler, çünkü onlar için bu getiri daha doyurucudur (Chebat, 1968: 561).

Öncelikli olarak vatandaşlık ve sivil eğitim amaçlı çalışmalarda gündeme gelen sosyal sorumluluk (Aşkın, 1981), ergenin daha geniş sosyal ve siyasi toplum içerisinde kendi sosyal becerileri ve yetkinlikleri sayesinde aktif ve sorumlu davranışlar sergileyebilmesidir. Diğer bir deyişle sosyal sorumluluk kişinin kendi bağımsızlığını yitirmeksizin çevresiyle ve diğer insanlarla bağlantılılığını koruyabilmesi, başkalarına ve farklılıklara saygı duyabilmesi ve de sosyal yapı içerisinde kendisinden beklenen rolleri yerine getirebilmesidir (Polk, 2004: 187).

Saygı sorumlulukla her zaman yan yana, iç içe düşünülmüş bir kavramdır. Genel olarak sorumluluğu artırıcı çabaların içinde kişinin kendisine ve diğerlerine yönelik sorumluluğu tartışılırken, kendi haklarına ve diğerlerinin haklarına saygı da tartışılır. Kişisel haklar, insan hakları, başkalarına saygı, başkalarının yaşamını kolaylaştırma, başkalarına yardım etme, hoşgörü kişisel sınırlara saygı, kendi yaşamını kontrol etme gibi konular ele alınmaktadır (Douglas, 2001:49).

Mckie (1974:27-45), sosyal sorumluluğu, bir kişi veya sosyal bir varlık tarafından ne olduğu tanımlanabilen ve o tanıma uygun olarak ortaya konulan bir davranış biçimi olarak ele almaktadır. Ona göre sorumluluk, bireysel yönü olduğu kadar, bireyin içinde bulunduğu sistemi de etkileyen toplumsal bir davranış biçimi olarak kabul edilebilir.

Toplumu oluşturan bireyler ile kurum ve kuruluşların hak ve sorumlulukları değişik düzenlemelerle hukuk tarafından belirlenmektedir. Bu açıdan etkinlik alanlarına göre iş hukuku, ceza hukuku, medeni hukuk, borçlar ve ticaret hukuku, iletişim hukuku gibi süreklilik gösteren yasalar, toplumsal değişimleri göz önüne alarak sosyal yaşamın gereklerine uygun olarak yeni koşullara uymak üzere değiştirilmekte ya da yeni düzenlemeler yapılmaktadır. Dolayısıyla toplumsal yaşamda gerekli bazı davranışlar yasal olarak düzenlenmiştir. Böyle davranışların gösterilmemesi durumunda yaptırımlar, yani ceza korkusu vardır (Özer, 1984: 21).

Hukuk dışında çalışma yaşamının da ahlâki boyutu vardır. Köken olarak Arapçadan gelen ahlâk sözcüğü bir toplumdaki gelenek, görenek ve törelerce belirlenmiş toplumsal kuralları dile getirir. Ahlâk kavramı, kültürel süreç içinde aktarılan, sosyal yaşamın temel kurallarını oluşturan doğru ve yanlış davranış biçimlerini ifade eder. Ahlâk, bir insanın subjektif olarak inandığı kurallar değil, o kültür tarafından yaygın olarak benimsenen ve paylaşılan değer yargıları bütünüdür. O halde ahlâk, yalnızca kişisel olarak doğru kabul edilen norm ve davranış kuralları değil sosyal anlayışın bir ürünüdür,

Bu kavramlar çerçevesinde ahlâk anlayışının topluma karşı görevleri ifade eden bir olgu olduğunu söyleyebiliriz.

İnsanın karakter yapısını, neyi yapıp yapmayacağını belirten bunlarla ilgili değerlendirmeleri ve davranışlarını düzenleyen genel kurallar bütünüdür (Özer, 1984:24). Ahlâk gelişimi "çocukların belirli davranışları "doğru" ya da "yanlış" olarak değerlendirmelerine rehberlik eden ve kendi eylemlerini yönetmelerini sağlayan ilkeleri kazanmaları sürecidir" (Özer, 1984: 27). Ahlâkın bir olayın veya durumun doğruluğu veya yanlışlığı hakkındaki hüküm vermesi olup, bir durum karşısında başkalarının bize nasıl davranması gerektiği ve bizim başkalarına nasıl davranmamız gerektiği konusunda ortaya konulan zihinsel bir işlemdir (Abdel-Nour, 2003:11).

---

İş ahlâkı uygulamalı bir ahlak bilgisidir ve iş hayatında karşılaşılan tüm ahlaki sorunları inceler. Yolsuzluk, rüşvet, hırsızlık, çetecilik, gibi konularla ülkemiz her gün yüz yüze gelmektedir. Bu sorunlar işletme ve çevresi arasında, işletme ve işletme içi arasında, işletme ve rakipleri arasında olabilir. Çünkü bilindiği gibi her zaman için yasaları ihlal eden yasalardan kaçmayı becerebilen kişi ve işletmeler bulunmaktadır. İşletmelerde ahlak sorunları ahlaki ikilem ve ahlaki sapma olarak 2 gruba ayrılır. Toplumdaki yasal düzenlemeler işletmelerin ahlaki davranışlarına yardımca olsa dahi sorunların üstesinden gelmekte yetersiz kalmaktadır. İş ahlaki terimi çalışma ve meslek ahlakını da içermektedir. Çalışma ahlâkı denildiği zaman bir toplumda çalışmaya yönelik tutumlardır. Bu tutumlar toplumdaki farklılık gösterebileceği gibi insandan insana da farklılık gösterebilmektedir. Bazı insanlar için hayat çalışmaktan ibaret iken bazı insanlar için ise hayat dinlenme ve eğlenmeden ibarettir. Disiplin, verimlilik, kalite, etkinlik gibi kavramlar çalışma ahlakının içerisinde yer alır (Özer, 1984: 34).

Bir meslek sahibi olmak sosyolojik sonuçlar doğurmaktadır. Toplumda tanınan bir meslek sahibi bir çok değeri meydana getirmektedir. Bu getireceği değerle birlikte üyelerine de pek çok ayrıcalıklar sağlamaktadır. Bu yüzden yeni ortaya çıkan iş grupları bir meslek olarak tanınmak için çaba sarf ederler (Berkman, 2005).

Etik, insanlar için neyin doğru ve iyi olduğunun ortaya konmasıdır. Geniş anlamda etik, herhangi bir eylemin kabul edilebilir biçimde gerçekleştirilmesini sağlayan temel kurallar ya da değişkenlerdir. Etik ve yasalar her zaman için örtüşmez. Kimi konularda etik ve yasalar arasında tam bir uyum vardır. Kimi konularda ise etik ve yasalar arasında farklılıklar ortaya çıkar. Etik, günümüzde özellikle sağlık, eğitim, çevre, yönetim, medya, endüstri, hizmet gibi çok çeşitli alanlarda ihtiyaç duyulan temel standart haline gelmiştir. Etiğe duyulan ihtiyaç, giderek her mesleğe özgü etik ilkelerin oluşmasına ve kurumsallaşmasına da kapı aralamıştır. Bu süreçte kamu ve özel kuruluşlarda onur kurulu ve disiplin kurulu gibi görece eski oluşumların yerini de artık etik kurullar almaya başlamıştır. Dolayısıyla etik, işletmeler için de göz ardı edilemeyecek denli merkezi bir olgu haline gelmiştir. Ahlâk, “erdem”e odaklanan normatif bir değerler alanıdır. Bu nedenle erdemli olmanın, ahlâklı davranmanın pratik, toplumsal gerekçelerini göstersek de saf anlamıyla etik düşünce ve etik eylemden bahsediyorsak, bunun herhangi bir

---

şekilde bir yarar bekleme, çıkar sağlama, art niyet tasıma, bir üst güçten korkma, cezadan çekinme, yasaya uyma gibi nedenlere dayanmaması gerekir (Dedeoğlu, 2004: 151).

Bu davranışların her biri, işletme için olumlu veya olumsuz sonuçlara yol açar. Toplumsal sorumluluk, toplumla işletmeler arasındaki bir toplumsal anlaşmadır. Buna karşılık etik bireysel karar almayı ilgilendiren ahlâk kurallarıyla ilgilidir. İşletme etiği, bireysel kararların ahlâki kurallar ve ilkeler üzerindeki etkisiyle ilgilidir; toplumsal sorumluluk, örgütsel kararları ve bu kararların toplum üzerindeki etkileriyle bağlantılıdır. İşletmelerde etik çatışmaların nedenlerinin başında, bireysel değer yargıları ile çalışılan işin ve yaşanan toplumun değer yargıları arasındaki çatışma gelir. Ayrıca, işin özellikleri ile örgüt kültürü arasındaki çelişki etik sorunlar yaratabilir. İşletmelerde temel etik sorunları; çıkar çatışmaları, içtenlik ve doğruluk, iletişim örgütsel ilişkiler konularında ortaya çıkar. Kişiler kendi kişisel çıkarlarını, örgütlerin önünde tuttuğunda çıkar çatışması ve etik sorunlar doğar. İşletmelerin yönetimde doğruluk ve konusunda sapma olduğunda etik sorunlar doğar. İletişim eksikliğinden ya da zamanında bilgilendirilmemekten dolayı etik sorunlar yaşanabilir. Örgüt üyelerinin tüketicilere, girdi sağlayanlara, astlara, üstlere ve çeşitli kişileri karşı davranışlarından dolayı etik sorunlar yaşanabilir. Etik davranışların denetlenmesinde çeşitli teknikler geliştirilebilir. Bu amaçla stratejiler geliştirilmesinde izlenecek aşamalar; örgütlenme, eş güdümlenme, güdümlenme ve iletişim olarak sıralanabilir ([www.baktabulum.com/ekonomi-isletme/26286-is-ahlaki-ve-toplumsal-sorumluluk-etik-torelkurallar.html](http://www.baktabulum.com/ekonomi-isletme/26286-is-ahlaki-ve-toplumsal-sorumluluk-etik-torelkurallar.html).07/07/2010 tarihinde alınmıştır).

Bu çalışmada is ahlâki ilkeleri doğrultusunda davranmanın pratik sonuçlarına sosyal psikolojik açıdan dikkat çekilmekte; çalışmanın konusu meslek ahlakının boyutları ve çevre açısından is ahlâkının önemi, iş ahlâkı ve sosyal sorumluluk anlayışı ve iş ahlâkının tesisinde rol oynayan bazı faktörler ele alınmaktadır.

## II. MESLEK AHLAKININ BOYUTLARI

Eski çağlarda ekonomi denildiğinde bundan sadece bir ya da sadece bir kaç meslekten ibaret olan iktisadi faaliyetler anlaşılırdı. Ticaret, bilindiği üzere en eski mesleklerin başında gelmektedir. Eski çağlarda yazılı kutsal din kitaplarına bakıldığında ticaretin belirli ahlaki

ilkeler ve kurallar içerisinde yapılması önemle vurgulanmıştır. “Ticaret ahlakı”, bu anlamda meslek ahlakının bilinen en eski türüdür.

Oysa günümüzde ekonomik faaliyetler hacmi -ticaretin ötesinde- oldukça genişlemiştir ve içinde sayısız meslek barındırmaktadır. Her meslek için ortak bazı ahlaki ilkeler söz konusu olmakla birlikte farklı mesleklerin kendisine özgü başka ahlaki ilkeler de bulunmaktadır. Örneğin, doğruluk ve dürüstlük, sözünde durma vs. klasik ticaret ahlakının temelidir ve bu ahlaki ilkeler şüphesiz tüm meslekler için de geçerlidir. Ancak bunun dışında bir öğretmenin, doktorun, hakimin, avukatın, gazetecinin, politikacının mesleklerini icra ederken uymaları gereken ya da uymaları beklenen başka ahlaki ilkeler de bulunmaktadır. Bunun dışında her mesleğin ya da her meslek sahibinin kendi içinde yaşadığı iç çevreye (organizasyona) karşı sorumlulukları olduğu kadar, yaşadığı çevrenin dışına karşı da sorumlulukları da bulunmaktadır. En başta insanların ve kurumların yaşadıkları “habitat”a (doğal yaşam ortamı) karşı önemli sorumlulukları bulunmaktadır. Doğayı korumak, çevreyi kirletmemek, özürli insanlara saygı ve ilgi göstermek, toplumsal sorunlara karşı duyarsız kalmamak vs., sosyal sorumluluklara sadece bir kaç örnek teşkil etmektedir.

Meslekler esas alınarak başlıca şu dört ahlak alanından sözedilebilir: (1) İş ahlakı, (2) Akademik ahlak (3) Medya ahlakı, (4) Sosyal sorumluluk ve çevre ahlakı. Şüphesiz bu sayılan mesleklerin de alt meslek alanları bulunmaktadır (Aktan, 1999:2).

İş ve meslek ahlakı, 1980'lerin sonundan itibaren gündeme gelen bir konu olmuş ve giderek de önem kazanmaya başlamıştır. İş ahlakının bu kadar önem kazanmasındaki en önemli etkenler, dünyanın giderek tek bir pazar hâline gelmesi ya da küreselleşmesi, insan haklarına verilen önemin artması, çevre kirliliğinin tehlikeli boyutlara ulaşmasıdır.

Toplumları zengin ve mutlu yapan, doğal kaynaklardan çok, yetişmiş ve kaliteli insan gücü ve bu insan gücünün iyi yönetilmesidir. Bir toplumdaki iş ahlakı, o toplumdaki iş gücünün kalitesinin önemli bir göstergesidir. Yalnız başına teknik bilgi zenginlik ve mutluluk yaratmaya yetmemektedir. Herkesin çalışmadan zengin olmayı hayal ettiği, kısa ve haksız yoldan para kazanmanın her şeklinin doğru kabul edildiği, her yönetim kademesindeki rüşvet ve yolsuzlukların mevcut olduğu bir toplumda iş ahlakı oluşmadan yeni yatırımlar yapmak ve istihdam artışı beklemek doğru olmaz.

Toplumdaki iş ve meslek ahlâkının standartlarının düşmesi, toplumsal dengesizliklerin oluşmasının temel faktörüdür. Bu nedenle toplumdaki beşeri kapitalin yalnızca teknik yönden değil ahlaki yönden de kaliteli hale getirilmesi gerekir.

İş ahlâkına sahip olmayan girişimciler, kamu ve yerel yöneticiler, firmalar topluma yarardan çok zarar verirler. Çünkü iş ahlâkı düşük olan girişimciler, kamu ve yerel yöneticiler, firmalar sadece kendi menfaatlerini ön planda tutarlar. Toplumdaki diğer insanları hiç düşünmezler.

İş ahlâkı, çalışma ve meslek ahlâkını da içermektedir. Çalışma ahlâkı, bir toplumda işe ve çalışmaya karşı tutumlar, tavırlar ve bu konudaki değerleri ifade etmektedir. Meslek ahlâkı, meslek sahiplerinin mesleklerini yapmak suretiyle kendilerine ihtiyaç duyanlara hizmet ederek kamu yararına çalışmalarınıdır. Yani mesleklerini icra ederken maaş, gelir, güç ve statü gibi kişisel yararlar meslek sahibi için ikinci planda kalmaktadır.

Meslek ahlâkının bazı temel ilkelerini şöyle sıralayabiliriz :

- \*Ulusa ve insanlığa hizmet etmek,
- \*Mal ve can emniyetini sağlamak,
- \*Zayıfı kuvvetliye karşı korumak,
- \*Huzur ve güven içinde yaşayanları şiddete ve saldırganlığa karşı korumak,
- \*Vatandaşların anayasal haklarına saygı göstermek,
- \*Herkesine örnek olacak lekesiz, dürüst ve namuslu bir özel yaşam sunmak,
- \*Hukuka ve kurumun kural ve ilkelerine bağlı olmak,
- \*Kişisel duyguların, ön yargıların, düşmanlıkların mesleki kararları etkilemesine izin vermemek,
- \*Gereksiz yere güç kullanmamak,
- \*Hediye ve rüşvet kabul etmemek,
- \*Görevi kötüye kullanmamak (Bayrak, 2001:48-49).

İş ahlâkının üç temel alanı mevcuttur. Bunlar; Çalışma Ahlâkı, Meslek Ahlâkı ve Kurumsal Ahlâktır. Çalışma ahlâkı, çalışmaya ve işe karşı geliştirilen kişisel tutum ve davranışlardır. Meslek ahlâkı, belli bir meslek mensuplarının uyması gereken ahlak ilkelerini ifade etmektedir. Bu ilkeler genellikle toplumsal kültür ve değerlerden bağımsızdır. Kurumsal



---

ahlâk, bir kurumun sahip olduğu ahlâkî normlar, değerler, eğilimler ve ilkeler bütünüdür. Kişi, kurum ve kuruluşların bu üç temel ahlâk kurallarını benimsemeleri hem toplumsal yaşamın hem de iş yaşamının devamlılığı için vazgeçilmez bir şarttır (Arslan, 2001:5).

Ancak hemen belirtilmelidir ki, iş ahlâkı iş yaşamında merkezi önemde olmasına rağmen, sosyo-ekonomik süreçte ahlâkî normları eylem alt yapısı olarak almanın somut bireysel ve kamusal yararları uzun vadede ortaya çıkar. Hatta sosyo-ekonomik ilişkiler sisteminin genelde belli ahlâkî standartlar temelinde işlemediği ve ekonomik etkinlikte bulunan tüm öznelerin iş ahlâkî ilkeleri paralelinde davranmadıkları bir toplumsal bağlamda ilkeli olmak, kısa vadede önemli kazanç kayıplarına neden olabileceğinden, söz konusu öznelere irrasyonel bir yaklaşım biçimi olarak bile algılanabilir. Ancak Demir'in vurguladığı gibi, ahlâklı davranışın kısa dönemde irrasyonel gibi gözükken sonuçları, uzun dönemde hem bireyin, hem de toplumun yararına sonuçlar doğurur niteliktedir (Demir, 2003: 86). Bu nedenle firmaların/girişimcilerin kısa vadeli yarar güdüsüyle eyleme yönelmek yerine, uzun vadede herkes için olumlu sonuçlar getirecek ahlâkî yönelimli bir eylem stratejisi izlemelerinin çok daha akılcı olacağı söylenebilir. Böyle bir yaklaşım biçimi, hem firmalarla/girişimcilerle toplum arasında işlevsel bir iletişim kanalının oluşması bakımından, hem de ekonomik etkinlikte bulunan aktörler açısından toplumsal onanmanın temelini oluşturan yaşamsal bir adım niteliğindedir (İlhan, 2005:261). Güveni tesis etmek, aynı zamanda, çalışanlara da ahlâkî sorumlulukla yaklaşmayı gerektirir. Günümüzde, çalışan kesimin yeni nitelikler kazanmış olması bu kesimin beklentiler düzeyinin de değişmesine neden olmuştur. Örneğin, günümüzün çalışanları daha eğitilidirler ve 19.yüzyıldaki akranlarından daha yüksek bir beklentiler setini iş yerine taşımaktadırlar. Böylece eski örgütsel alışkanlıklar yeni taleplerle karşılaşmakta ve sonuç olarak da yeni etik sorunlarla yüz yüze gelinmektedir (Donaldson ve Gini, 1990: 99). Emek temel bir üretim faktörü olduğundan, yeni etik sorunlar, örgütsel yapının emeğin niteliklerine göre kurulmasını gerektirmektedir. Çünkü sermaye ve teknolojinin yeterli düzeyde ve makro ekonomik politikaların da uygun olduğu ortamlarda iş verimliliği emeğin kalitesine ve yönetimine bağlı olarak değişmektedir. Bu da iş ahlâkı olgusunu ön plana çıkarmaktadır. Firmalarda verimlilik artışının doğrudan doğruya çalışanların sorumluluğunda olduğu göz önüne alındığında iş ahlâkının önemi bir kez daha ortaya çıkmakta ve verimlilikle iş ahlâkını

birbirinden ayrı düşünmek olanaksızlaşmaktadır (TÜGİAD, 1992: 10). Bu bağlamda; çalışanların iş güvenliğini sağlamak, çalışma ortamını sağlık koşullarına uygun olarak düzenlemek, tatminkâr bir ücret politikası izlemek, sendikal faaliyetlere karşı hoşgörülü olmak, gizli kamera vb. enstrümanlarla gözetlememek, eleman seçiminde ve terfisinde liyakati esas almak, çalışanlardan herhangi birinin mesleki yeterliliğine ve güvenilirliğine yönelik duygusal taciz ve küçük düşürücü davranışlar sergilememek, ırk ve cinsiyet ayrımcılığı yapmamak, çocuk ve kadın emeğini sömürmemek, iş yeri ortamını olumsuz etkileyerek verimliliğin düşmesine neden olan cinsel taciz olaylarına karşı caydırıcı önlemler almak ve çeşitli sosyal hakları teslim etmek gibi emeğin kalitesini de yükseltici, ahlâki ilkelere dayalı uygulamalar bütünü, firma güvenilirliğinin ve verimlilik artışının ana koşulları arasında yer almaktadır (İlhan, 2005:263-264).

### III. İŞ AHLAKI VE SOSYAL SORUMLULUK

İş ahlâkı, sosyal sorumluluk anlayışıyla da yakından ilişkilidir. İş ahlâkının sosyo-ekonomik süreçteki ilişkiler sistemi üzerinde etkin olmasının, sosyal sorumluluk bilincinin gelişmesine katkıda bulunacağı söylenebilir. Zira, iş ahlâkı ilkelerinin egemen olduğu bir toplumsal bağlam, firmaların her şeye rağmen kendi çıkarlarını merkeze alan bencil bir yaklaşım biçimi yerine, tüm toplum kesimlerinin çıkarlarını da dikkate alan sorumlu bir anlayış temelinde aktivitede bulunmalarını zorunlu kılar. Bir başka ifadeyle, iş ahlâkı, işletmelerin/girişimcilerin, her şeye rağmen kâr güdüsüyle hareket etmeyip, diğer toplum kesimlerini de dikkate almalarını gerektirir. Maddi kazanç ve maddi kazanca dayalı başarı şirketin hayatiyetini sürdürmesinin temel koşulu olmakla birlikte, işletmenin, içinde devinimde bulunduğu, kaynaklarından yararlandığı topluma karşı belli sorumluluklarının bulunması gerektiği de göz ardı edilmemelidir. Mendonca ve Kanungo'nun belirttikleri gibi, girişimcilerin kendi işleriyle ilgili amaçlarına ulaşmak zorunda oldukları inkâr edilemez; ancak, bu amaçların gerçekleştirilme üslubu tüketiciler, çalışanlar, hizmet sektöründe yer alanlar, devlet ve yerel toplulukların çıkarlarıyla da ilişkili olmak zorundadır (Mendonca ve Kanungo, 1998: 203).

Bir mandıracının ya da sokakta süt satan kimsenin sattığı süte su karıştırarak satması doğru mudur?

---

Manavdan aldığınız bir kilo elma ya da portakalı eksik tartan manavcının bu davranışı doğru mudur?

Pazarda “seçmece yok deyip çürük domatesleri düzgün domateslerle birlikte tartıp satmak ne kadar doğru bir davranıştır?

Sattığı ayıplı malı daha sonra “satılan mal değiştirilmez” deyip değiştirmek istemeyen mağaza sahibinin bu davranışı doğru mudur?

Bir zengin işadaminin emekli bir generali ya da emekli tanınmış bir eski bürokrati “Ankara Temsilcisi” diye atayıp, başkentte hükümet ve bürokraside işlerini takip ettirmesi – örneğin, devletten teşvik elde edilmesi yönünde lobicilik yapılması- ahlaki bir davranış mıdır?

Bir işadaminin bir milletvekiline gizliden maaş bağlayarak parlamentoda “kanun simsarlığı” yaptırması doğru bir davranış mıdır?

Bu örnekleri çok daha artırmak mümkündür. Ancak tüm bu örneklerin iş ahlakı ile ilgili olduğuna şüphe yoktur.

İş ahlakı, iş dünyasındaki mal ve hizmet üretim ve tüketim sürecindeki doğrular ve yanlışları ifade eder. Neyin doğru, neyin yanlış olduğu konusu ahlaki bir konudur. İş dünyasında doğru davranışlar ve eylemler olacağı gibi, yanlış davranışlar ve eylemler de bulunmaktadır. Bu açıklamalardan anlaşıldığı üzere iş ahlakı, iş dünyasındaki doğru ve yanlışları ifade eder.

İş ahlakı genellikle özel teşebbüslerin mal ve hizmet üretiminde ve satışında ahlaki davranmalarının önemi üzerinde durmaktadır. İş ahlakı aynı zamanda “*şirket ahlakı*”, “*firma ahlakı*” “*işletme ahlakı*”, “*ticaret ahlakı*” ve saire adlar ile de tanımlanmaktadır. Şüphesiz, “*esnaf ahlakı*”, “*üretici ahlakı*”, “*işveren ahlakı*” ve benzeri tanımlamaları da iş ahlakı içerisinde değerlendirmek mümkündür (Aktan, 1999:7).

İş ahlakı kavramı ile “*sosyal sorumluluk*” kavramı arasında da yakın ilişki bulunmaktadır. Şüphesiz tüm birey ve kurumların içinde yaşadığı çevreye karşı ödev ve sorumlulukları bulunmaktadır. Örneğin, bir işletmenin kendi çalışanlarına, pay sahiplerine, ortaklarına olduğu kadar, dış çevreye (devlete, doğaya ve çevreye, topluma vs.) karşı da sorumlulukları bulunmaktadır. Sosyal sorumluluk, esasen iş ahlakının gereğidir. Bir başka ifadeyle, iş ahlakı, sosyal sorumluluğu da içeren bir anlam taşır. Bir işletme sahibinin doğru ve

dürüst olması, sözünde durması, üretimde ve satış aşamalarında hileli yollara başvurmaması çok takdir edilmesi gereken ahlaki davranışlardır. Ancak işletmenin üretim yaparken gerek iç, gerekse dış çevreye karşı ödev ve sorumluluklarının da bilincinde olması gerekir (Andrews, 1991:42).

Önemle belirtelim ki, iş ahlakı ile özellikle dış çevreye karşı sosyal sorumluluk kavramı bazen çatışır ve birbirleri ile uyuşmayabilir. Bir özel işletmenin asıl amacı kar sağlamaktır. Bu bakımdan, işletmenin karını maksimize edecek kararlarda bulunması rasyonel bir tercihtir. Örneğin, işletmenin karını maksimize etmek için çalışanlara daha az ücret ödemek istemesi rasyonellik açısından doğru bir karar ve tercih olmakla birlikte, “ahlaki” açıdan ve aynı zamanda “işletmenin uzun dönem karlılığı ve verimliliği” açısından doğru olmayabilir. Bir işletmenin karını maksimize etmek için sigortasız işçi çalıştırması ya da asgari ücretin altında işçi çalıştırması hiç şüphe yok ki iş ahlakı ile bağdaşmayan davranışlardır. Öte yandan çalışanlarına daha fazla ücret ve sosyal imkânlar sağlayan şirketlerde ilk bakışta bunun işletme için bir maliyet olduğu söylenebilir. Oysa madalyonun bir de öteki yüzü vardır. İşletmenin çalışanlarına daha fazla değer vermesi halinde çalışanların işletmeye daha fazla katkıda bulunmak için gayret edecekleri söylenebilir (Kırel, 2000: 67–68).

Firmaların sosyal sorumlulukla davranmalarının, fırsat eşitliğinin esas olduğu bir sosyo-ekonomik zeminin ortaya çıkmasında da işlevsel olduğuna dikkat çekilmelidir. Zira, esnek uzmanlaşmayla birlikte işletme içinde çalışanların emeklerinin görünür olmaya başlaması, çalışma sürecinde bireysel performansın ve başarının ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Böylece cinsiyet, dinsel inanç, etnik köken, toplumsal sınıf gibi verili ayrıştırıcı etmenlerin belirleyici rolü önemini kaybetmektedir. Dolayısıyla firmaların sosyal sorumluluk anlayışını referans almaları halinde, fırsat eşitliğinin egemen olduğu bir sosyo-ekonomik zeminin tesis edilmesine katkıda bulunacakları söylenebilir (Unnia, 90:247-249).

Genel olarak, firmaların sosyal sorumluluk anlayışıyla hareket etmelerinin, kendilerine belli bir maliyet getireceği kuşkusuzdur. Ancak sosyal sorumlulukla davranmaları halinde, ilgi alanına giren bütün toplumsal kesimlerle ilişkilerinin, karşılıklı güvenin esas olduğu sağlıklı bir bağlama oturacağı, bu kesimler nezdinde saygın bir toplumsal imaja kavuşacakları, böylece hemen her koşulda piyasada işlerinin kolaylaşacağı söylenebilir. Dolayısıyla olumlu

---

sonuçlarının firmaya yansması uzun zaman almakla birlikte, sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmenin de akılcı bir yaklaşım biçimi olduğu vurgulanmalıdır (İlhan, 2005:267-268).

Özetle, organizasyon içi sosyal sorumluluk ile işletmenin karlılığı ve verimliliği arasında iki yönlü bir ilişki mevcuttur. Organizasyon dışı sorumluluk (topluma, devlete ve doğaya karşı sorumluluk) ise organizasyon amacı ile daha fazla çatışır. Daha açık söylemek gerekirse, doğaya ve çevreye verilen zararların tazmin edilmesi, toplumda gelir düzeyi düşük olan kesimlere sosyal yardımlarda bulunulması vs. organizasyonun maliyetlerini artırır ya da net karının azalması sonucunu doğurur. Ancak önemle belirtelim ki, organizasyonun asıl amacı ile çatışsa da sosyal sorumluluk ahlaki iş ahlakının bir önemli ve ayrılmaz parçasıdır (Aktan, 1999:12).

İş ahlakı nasıl tesis edilebilir? Mal ve hizmet üreten işletmelerin, bu işletme sahip ve yöneticilerinin, çalışanlarının ahlaki davranış ve eylemlerde bulunmasını sağlamak için ne yapılmalıdır?

En başta şu hususu belirtmekte yarar bulunmaktadır. İş ahlakı, birey, aile ve toplum ahlakından bağımsız değildir. Her birey bir aile içerisinde yetişir. Aileden terbiye alır. Bunun yanısıra okullarda ahlak konusunda eğitim verilir. Dolayısıyla, bireyin ahlaklı olmasında aile ve eğitim kurumlarının çok önemli yeri vardır.

Buradan hareketle, iş ahlakının tesis edilmesi için en başta aile içi eğitim ve terbiyenin ve aynı zamanda okullarda verilen eğitimin son derece önemli olduğunu söyleyebiliriz. Peki, eğitim iş ahlakına uygun davranış ve eylemler için yeterli olur mu? Kanaatimizce, burada insanoğlunun tabiatı (fıtratı) konusunu ihmal etmemek gerekir. İnsan, “iyi” yanları olduğu kadar “kötü” yanları da olan bir yaratıktır. Her yönüyle “iyi” olan, yanlış yapmayan bir kimse insan değil, olsa olsa melek olarak adlandırılabilir... İşte bu nedenledir ki, iş ahlakının tesis edilmesi için eğitim dışında -fakat eğitimin önemini ihmal etmeden- başkaca önlemler de almak gerekir. Bu konuda alınması gereken tedbirleri şu şekilde özetleyebiliriz:

İşletmede iş ahlakı konusunda yazılı ahlak kuralları ve kodları oluşturulmalıdır,

Organizasyon, iş ahlakı konusunda “ahlak standartları” tespit etmeli ve bu standartlara uygun hareket etmelidir,

---

Lider ve üst yönetimin organizasyon çalışanlarına örnek olacak şekilde ahlaki davranış ve eylemlerde bulunması gereklidir,

Lider ve üst yönetimin organizasyonda iş ahlakının tesis edilmesi konusunda kararlı ve inançlı olması gerekir,

Organizasyonda üst yönetim tarafından iş ahlaki konusundaki çalışmaları izlemek üzere bir “Ahlak Kurulu” oluşturulmalıdır,

Organizasyonda “ahlak kültürü”nün uzun dönemli olarak kurumsallaşması gereklidir,

Organizasyonda iş ahlakına yönelik davranış ve eylemler takdir görmeli ve ödüllendirilmeli; buna karşın iş ahlakına uygun olmayan davranışlar kınanmalı, gerekirse cezalandırılmalıdır,

Organizasyonda ahlak konusuna önem verildiği açık olarak hissedilmelidir. (Örneğin, organizasyonda iş ahlakına yönelik afiş ve sloganlar asılmalıdır.),

İş ahlaki konusunda çalışanlara sürekli eğitim sağlanılmalıdır,

İş ahlakına yönelik hukuksal düzenlemeler (örneğin, vergi kaçakçılığı ile mücadele programı, kaçak işçi çalıştırma ile mücadele, haksız rekabet ile mücadele, tüketici koruma, vs.) yapılmalıdır,

İş ahlakına yönelik bazı resmi kurumlar (rekabet kurulu, tüketici koruma kurumu, vs.) oluşturulmalıdır (Aktan, 2004:45).

## **SONUÇ VE DEĞERLENDİRME**

İş ahlaki kavramı ile “sosyal sorumluluk” kavramı arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Sosyal sorumluluk, esasen iş ahlakının gereğidir. Yani iş ahlaki, sosyal sorumluluğu da içeren bir anlam taşır.

Dolayısıyla, sosyal sorumluluk, karar verici durumda olanların yani işletme yöneticilerinin, kendi çıkarlarını olduğu kadar toplumun genel çıkarlarını da geliştirecek ve koruyacak eylemleri yapmasındaki zorunluluktur.

İş ahlâkının kamusal yarara olan güçlü vurgusu, sosyal sorumluluk bilincinin gelişmesinin de önemli bir dinamiğini oluşturmaktadır. Sosyal sorumluluk bilinci, firmaların tüketicileri, çalışanları, hissedarları, devleti, rakiplerini, ve çevreyi dikkate alır biçimde

örgütlenmelerini gerektirmektedir. Sosyal sorumluluk anlayışı temelinde örgütlenmek firmalar için çok yönlü sunumların ana kaynağı durumundadır. Küresel ölçekte toplumun/tüketicilerin ve çalışanların haklarının önemsenmeye başlaması ve çevreye karşı duyarlılığın artması şirketlerin sosyal sorumluluk anlayışıyla hareket etmelerini zorunlu kılmaktadır. Sosyal sorumluluk anlayışını göz ardı ederek çeşitli sorunların yaşanmasına neden olan firmalar için yaşamsal sorunlar ortaya çıkmaktadır. Böylesi firmalar geniş katılımlı organize boykotlara hedef olabilmektedirler.

Sonuç olarak denilebilir ki; işletmeler birer açık sistem olarak çevreye açılmak, çevreye girdi ve çıktı ilişkilerine girişmek zorunda olan kuruluşlardır. Toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yapısından soyutlanamayan işletmeler yaşamlarını sürdürebilmek için değişen yeni koşullara uymak ve içinde buldukları toplumla iki yönlü ve anlamlı ilişkiler kurmak zorundadırlar. Bu nedenle, işletme toplumun yapısını, özelliklerini, gelenek ve alışkanlıklarını tanımak ve kendisini de topluma tanıtmak gereği duyar. Sosyal sorumluluklar yönünde harcanan bu çabalar ise işletmenin büyük ölçüde pazarlama fonksiyonunda yer alan halkla ilişkiler işlevinin önemli bir bölümünü oluşturur.

#### **KAYNAKÇA**

- ABDEL-NOUR, F.(2003), **National Responsibility**. [Electronic Version]. Political Theory, Vol.31, No.5, 693-719.
- AKTAN, C.C. (2004) **Toplam Ahlak: Temiz Toplumla Doğru**, İstanbul: Zaman Kitap.
- AKTAN, C.C. (1999) **Meslek Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul: ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını,.
- ALTINKÖPRÜ, T. (1999), **Çocuk-Çocuğun Başarısı Nasıl Sağlanır?**. Hayat Yay. İstanbul.
- ANDREWS, R. (1991) **“The Ethics of Business Organizations”**, President and Fellows of Harvard College (Edit.), Ethics at Work, Boston: Harvard University Press, pp.39-44.
- ARSLAN, M. (2001) **İş ve Meslek Ahlakı**, Ankara: Nobel Yayınları.
- AŞKIN, M. (1981) **Bazı Kişilik Değişkenlerinin Kültürlerarası Sosyal Psikolojik Açından İncelenmesi**, Yayınlanmamış Doçentlik Tezi, Erzurum,.
- BAŞARAN, İ.E. (1971), **Eğitim Psikolojisi**. İkinci Baskı. Ankara.

- 
- BAYRAK, S. (2001) **İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul: Beta Yayınları.
- BERKMAN Ümit, Sosyal Sorumluluk, İş Ahlakı Gelişimi ve Yakın Geleceği,  
<http://www.kho.edu.tr/yayinlar/bilim...-2/bilder5.doc>
- BERKOWITZ, L. ve LUTTERMAN, K. (1968), "**The Traditional Socially Responsible Personality**", **Public Opinion Quarterly**. 32: 169–185.
- CHAMBERLİN, L.J. (1994), "**Developing Responsibility In Today's Students**". Clearing House, 67, 4: 204 – 206.
- CHEBAT, J. (1968), "Social Responsibility, Locus Of Control And Social Class", **Journal Of Social Psychology**, 129 (4),: 559 - 561.
- DECK, M. C. (1998) "**Corporate Codes and Ethics Programs**", Hartman, Laura Pincus (Edit.), Perspective In Business Ethics, Chicago: McGraw-Hill Press, pp.395-398.
- DEDEOĞLU, G. (2004) **Etik Düşünce ve Postmodernizm**, İstanbul: Telos Yayınları.
- DEMİR, Ö. (2003) **İktisat ve Ahlak**, Ankara: Liberte Yayınları.
- DOUGLASS, N.H. (2001), **Saygı Ve Sorumluluk Eğitiminde Yeni Yaklaşımlar**. Çev.Ed. Y.Özen. Nobel Yayıncılık. Ankara
- JACOB, S. W. ; ELESER, C. (1997), Learner responsibility through 'presence' College Student Journal Dec.97, Vol.31, Issue4, , ss. 460–467
- KIREL, Ç. (2000) **Örgütlerde Etik Davranışlar, Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- MCKİE, J. W. (1974), **Social Responsibility And Business Pridicament**, The Brooking Institution, Washington.
- MENDONCA, M ve KANUNGO, R N. (1998) "**Ethical Entrepreneurship: Challenges and Rewards**", Kanungo, Rabindra N. (Edit.), Entrepreneurship and Innovation: Models for Development, New Delhi: Sage Publications, pp.200-212.
- ÖZER, N. (1994), "Okul Öncesi Döneminde Ahlak Gelişimi ve Eğitimi", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SCALES, P.C.; BLYTH, D.A.; BERKAS, T.H. & KIELSMEIER, J.C.(2000), The Effects Of Service-Learning On Middle School Students' Social Responsibility And Academic



---

Sucsess. [Electronic Version]. **Journal Of Early Adolescence**, Vol.20, No.3, 332-358.

TOSUN, K. (1990), **Yönetim Ve İletme Politikası**, I. F. Yayınları,

TUCKER, L. R. (1978), "The Environmentally Concerned Citizen: Some Correlates, Environment And Bihavior, 10,: 389-418.

TÜĞİAD, (1992), **İş Ahlakı ve Türkiye’de İş Ahlakına Yönelik Tutumlar**, İstanbul: TÜĞİAD Yayınları.

UNNIA, M. (1990) **“The Importance of The Cultural Context For Business Ethics: The Italian Example”**, Enderle, Georges et all. (Edit.), People In Corporations: Ethical Responsibilities and Corporate Effectiveness, Dordrecht: Kluwer Academic Publications, pp.247-249.

<http://www.baktabulum.com/ekonomi-isletme/26286-is-ahlaki-ve-toplumsal-sorumluluk-etik-torelkurallar.html>. Erişim tarihi: 07/07/2010