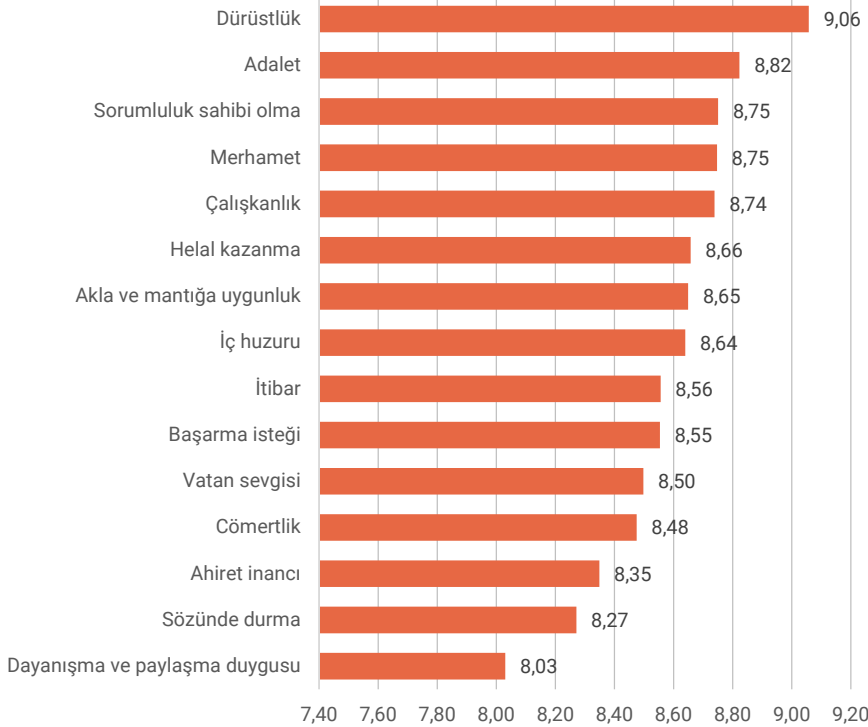


2.8 İŞ AHLAKINA UYGUN DAVRANIŞLARIN OLUŞMASINDA ETKİLİ OLAN TOPLUMSAL DEĞERLER

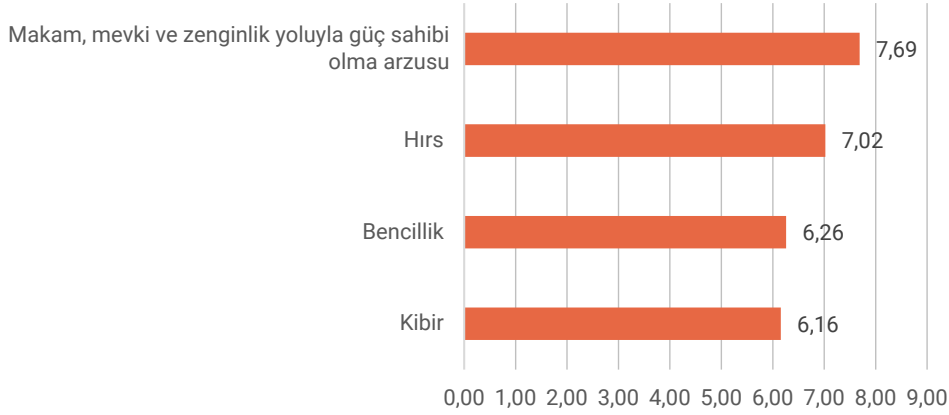
Bireylerin iş dünyasındaki davranışlarının ahlaki olup olmamasını bir ölçüde benimsemiş ilkeler ve değer etkilemektedir. Araştırma kapsamında yerli ve yabancı kaynaklardan yararlanılarak oluşturulan en bilinen 19 toplumsal değer ele alınarak bu değerlerin iş ahlakının oluşmasında ne kadar etkili olduğu araştırılmıştır. Bu değerlerden bir kısmı iş ahlakını olumlu etkileyen yapıcı değerler, bir kısmı ise iş ahlakına uygun davranışların oluşmasını engelleyen yıkıcı değerlerdir. Elde edilen sonuçlar aşağıdaki grafiklerde görülmektedir. Buna göre en önemli yapıcı değer dürüstlüktür. Bundan sonra ise sırasıyla adalet ve sorumluluk sahibi olmak gelmektedir. Bu değerler ilk bölümde değinilen uluslararası araştırmalarda öne çıkan değerlerle benzer özellikler taşımaktadır. Değerler sıralamasında üst sıralardaki değerlerle alt sıralardakiler karşılaştırıldığında ilk göze çarpan konu cevaplayıcıların iş dünyasıyla daha doğrudan ilişkili değerleri daha fazla önemsedikleri görüntüsüdür. Örneğin helal kazanma ahiret inancıyla aynı şekilde dini bir değer olmasına rağmen ahiret inancına göre daha üstte yer almıştır.



Grafik 119. İş Ahlakına Uygun Davranışların Oluşmasına Olumlu Etki Eden Yapıcı Değerler (10 üzerinden)

Aşağıdaki grafikte ise iş ahlakına uygun davranışların ortaya çıkmasını engelleyen yıkıcı değerler sıralanmaktadır. Bu değerlerden ilk ikisi olan güç sahibi olma ve hırs, iş hayatı ile doğrudan ilgili değerler olarak iş ahlakına en fazla olumsuz etkide bulunan değerlerdir. Bencillik ve kibir ise neredeyse bütün dinlerce kerih görülmüş genel yıkıcı değerler arasındadır. Bu ve benzeri kötücül insan

özelliklerinin varlığı yanında bir diğer önemli tehlike ise, bu özelliklerin bir kısmının yavaş yavaş iş dünyasında “para eden” değerler haline gelmeye başlamasıdır.



Grafik 120. İş Ahlakına Uygun Davranışların Oluşmasına Olumsuz Etki Eden Yıkıcı Değerler (10 üzerinden)

Söz konusu değerlerle ilgili olarak katılımcıların ahlak anlayışlarına göre bir farklılık olup olmadığına yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre iş ahlakının oluşmasında etkili olduğu düşünülen değerlerin etki gücü bakımından sadece ikisi arasında ahlaki anlayışlara göre farklılıklar bulunmuştur. Buna göre; göreceli felsefeye ve ahlak anlayışına sahip kişiler, görev odaklı ahlak anlayışına sahip kişilere kıyasla “iç huzurunun” iş ahlakına uygun davranışların ortaya çıkmasında daha etkili olduğunu düşünmektedirler. Yine göreceli ahlak anlayışına sahip kişiler, benmerkezci ahlak anlayışına sahip kişilere kıyasla “bencilliğin” iş ahlakına uygun olmayan davranışların ortaya çıkmasında daha etkili olduğu düşüncesine yüksek düzeyde katılmaktadır. Her iki sonuç da göreceli ahlaki anlayışa sahip olanların diğerleri açısından normal kabul edilebilecek davranışları ahlaki çıktılarla daha fazla ilişkilendirdiğini göstermektedir. Bu durum göreceli ahlaki tutumun hemen her durumda ahlaki olan ve olmayan özellikler arayarak ona göre tutum almasından kaynaklanıyor olabilir.

2.8.1. Yapıcı Değerler

Araştırmada bireysel iş ahlakını olumlu olarak etkileyen değişkenler yapıcı değerler başlığı altında toplanarak değerlendirilmiştir. Aşağıda bu kategoride toplanan değerler hakkında kısa açıklamalar ve ilave analizler bulunmaktadır.

Dürüstlük

Dürüstlük, söz ve davranışların doğru ve gerçeğe uygun olması durumudur. “Sözün hem objektif gerçeğe hem de sözü söyleyenin zihnindeki bilgiye uygunluğu” şeklinde tanımlanır. Buna göre bir kimsenin sözü -aslında gerçeği ifade etse bile- o kişi kendi zihninde yalan söylediğini düşünüyorsa bu söz yalan sayılır.

Küçük çapta yapılan bir beyin fırtınasında dürüstlük nedir sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibidir: Samimiyet, davranışın olduğu gibi aktarılması, sadakat, güvenilir, dürüst rolü yapmamak, doğruyu söylemek, eşitlik, mertlik, sağlam karakter, ikiyüzlü olmamak, tutarlılık, verilen sözün tutulması, bahane bulmaya çalışmamak. Bu beyin fırtınası dürüstlüğün oldukça geniş olarak algılandığını ve pek çok ahlaki değer ile yüksek düzeyli ilişkisi olduğu fikrini çağrıştırmaktadır. Dürüstlük, gerçeğe uygun davranmak ve konuşmaktır.

Araştırmada dürüstlüğün iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 9,06 puan almıştır. Bu puanla dürüstlük, listede yer alan 19 değişken arasında birinci sırada yer alır.

Nesiller arasındaki algı farklılığının ölçülebilmesi açısından yapılan analizler, BB neslinin dürüstlüğün iş ahlakına uygun davranışların ortaya çıkmasındaki önemini, X ve Y nesline göre daha fazla vurguladıklarını göstermektedir. Bu açıdan X ve Y nesli arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Adalet

Adalet, bireysel ve toplumsal düzeni, hakkaniyet ve eşitlik ilkelerine uygun yaşamayı sağlayan ahlaki bir erdem olarak tanımlanmaktadır. Adalet, “davranış ve hükümde doğru olmak, hakka göre hüküm vermek, eşit olmak, eşit kılmak” gibi anlamları içermektedir. Adaletli olmak aşırılıklardan uzaklığı, dengeli davranışları içermektedir. Adalet genellikle, verilen ile hak edilen arasındaki dengeyi ifade eder. Bu denge bazı hallerde eşitlikle gerçekleşir; ancak eşitlik her zaman adalet sağlamak anlamına gelmemektedir.

Araştırmada adalet iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,82 puan almıştır. Bu puanla adalet, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında ikinci sırada yer alır.

Nesiller arasındaki algı farklılığının ölçülebilmesi açısından yapılan analizler, BB neslinin adaletin iş ahlakına uygun davranışların ortaya çıkmasındaki önemini X ve Y nesline göre daha fazla vurguladıklarını göstermektedir. Bu açıdan X ve Y nesli arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Sorumluluk Sahibi Olma

Sorumluluk (mesuliyet) hukukta “uyulması gereken bir kurala aykırı davranışın hesabını verme, tazminatla yükümlü tutulma, işlenmiş bir suçun gerektirdiği cezayı çekme” anlamlarına gelir. Ehliyet şartlarını taşıyan kişilerin din, ahlak ve hukukun yüklediği görevlerden dolayı sorumlu tutulmaları bu alanların temel ilkelerinden olup insanın görevlerinden dolayı sorumlu tutulmaması halinde kanunlar ve kurallar bütün gücünü ve önemini yitirir. Dünyada sorumluluk duygusu taşıyan tek varlık insandır. Kişileri ahlaklı davranmaya sevk eden sorumluluk duygusu, vicdani, toplumsal ya da dini sorumluluklardan kaynaklanabilmektedir.

Araştırmada sorumluluk sahibi olma, iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,75 puan almıştır. Bu puanla sorumluluk sahibi olma, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında üçüncü sırada yer alır. BB nesli, X nesline göre sorumluluk sahibi olmayı daha fazla önemsemektedir.

Merhamet

Merhamet, insanlarda bulunan, onları hemcinslerinin ve diğer canlıların sıkıntıları karşısında duyarlı olmaya ve yardım etmeye sevk eden acıma duygusunu ifade etmektedir. Hemen bütün tariflerinde acıma, yufka yüreklilik, ilgi ve şefkat, elem duyma gibi kavramlarla psikolojik yönüne vurgu yapılan merhamet, insanlar arasındaki duygu birliğinin, dayanışma ve paylaşmanın başta gelen dinamiklerinden sayılmaktadır (Çağrı, 2004). Araştırmada merhametin iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,75 puan almıştır. Bu puanla merhamet, iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında listede yer alan 19 değişken arasında dördüncü sırada yer almıştır. Merhametin önemi konusunda nesiller arasında bir farklılık gözlenmemiştir.

Çalışkanlık

Çalışkanlık, üzerine düşen sorumluluğu yerine getirme çabasıdır. Bu çaba, istenilen sonucu doğur- sun doğurmasını saygı duyulacak bir davranıştır. Çalışarak “üretime katkıda bulunmak” insana değer katmakta ve onu mutlu etmektedir. Çalışkanlık sonuçtan çok sürece odaklanmayı ifade etmektedir. İstenilen sonuçlar elde edilmemiş olmasa bile, elinden geleni yapan birisinin içi rahattır ve toplum içinde de saygın bir yeri bulunmaktadır.

Araştırmada çalışkanlık, iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,74 puan almıştır. Bu puanla çalışkanlık, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında beşinci sırada yer alır. BB nesli, X nesline göre çalışkanlığın iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki katkısını daha fazla önemsemektedir.

Helal Kazanma

Helal, İslam dinine ait bir kavramdır ve “işlenmesi sebebiyle hakkında ceza verilmeyen şey” ve “dinin yapılmasını serbest bıraktığı şey” olarak tanımlanmıştır. Genel olarak işlenmesinde herhangi bir günah bulunmayan ve yapılması serbest olan fiiller ve bunların dinî hukuka uygunluğu ifade edilir- ken kullanılan câiz kelimesiyle helal kavramı arasında yakın bir ilişki vardır. İslam dini helal ve temiz kazancı teşvik etmiş, gayrimeşru ve kirliliğinden (rüşvet, sahtecilik, kötü mal üreterek satmak, aldatmak vs.) elde edilen kazançları yasaklamıştır. İslam dinini benimsemek, bu ilkeleri de gönüllü olarak benimsemek ve iş hayatına uygulamak gibi bir ahlaki duruşu beraberinde getirmektedir.

Araştırmada helal kazanma, iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,66 puan almıştır. Bu puanla helal kazanma, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler ara- sında 19 değişken arasında altıncı sırada yer almıştır. Helal kazanmanın önemi açısından nesiller arasında bir algı farklılığı tespit edilememiştir.

Akla ve Mantığa Uygunluk

Akıl, insanı diğer canlılardan ayıran ve onu sorumlu kılan temyiz gücü, düşünme ve anlama meleke- sidir. İnsanın her çeşit faaliyetinde doğruyu yanlıştan, iyiyi kötüden ve güzeli çirkinden ayıran bir güç olarak akıl, ahlaki, siyasi ve estetik değerleri belirlemede önemli rol oynar. Mantık, hataya düşmenin mümkün olduğu bütün durumlarda düşünme gücünü doğru yöne sevk edecek imkânları kapsayan bir sanat, akılla bulunup ortaya çıkarılmaya elverişli olan her bilgi konusunda kişiyi yanlıştan koruya- cak şeyleri öğreten bir tekniktir (Emiroğlu, 2003). İş hayatında karşılaşılan durumların, ahlaka uygun olup olmadığının tespit edilmesi ve nasıl bir tepki verilmesi gerektiği ile ilgili olarak insan aklını ve mantığını kullanarak yanlıştan kurtulabilir.

Araştırmada akla ve mantığa uygunluğu iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,65 puan almıştır. Bu puanla akla ve mantığa uygunluk, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında yedinci sırada yer alır. Akla ve mantığa uygunlu- ğun önemi konusunda nesiller arasında bir algı farklılığı tespit edilememiştir.

İç Huzuru (Vicdan)

Vicdan, “insanın niyet ve eylemlerini ahlakî ölçülere göre değerlendiren denetleme sistemi”dir. Vic- dan, eylemden önce iyilik ve kötülüğü ayırt edebilen, eylemden sonra fiilin değerine göre sevinç veya elem şeklinde bir tür yaptırım uygulayan manevi güçtür. Fıtrati bozulmamış insanın iyi davranışların- dan dolayı mutluluk ve huzur, kötü davranışlarından dolayı üzüntü, suçluluk ve pişmanlık duyması vicdanla ilgilidir (Demir, 2013).

Araştırmada iç huzuru (vicdan), iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,64 puan almıştır. Bu puanla iç huzuru, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında sekizinci sırada yer alır. BB nesli, X ve Y nesline göre iç huzurunun iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki katkısını daha fazla önemsemektedir.

İtibar

İtibar, kişinin başka insanlar tarafından ne kadar güvenilir bulunduğu ile ilgilidir. Güvenilir olmanın hazzı bir yana, aynı zamanda saygınlık da kazandırmaktadır. İtibar ve saygınlık, çevredeki insanların, işletmelerin samimi duygularla güven duygusu anlamına gelmektedir. Güven iş dünyasında işleri hızlandırmakta, işlem maliyetlerini düşürmektedir. İş dünyasında iş adamlarının itibarları olduğu gibi işletmelerin de itibar sahibi olmaları mümkündür. İşletme ya da kamu kurumlarının sahip olduğu itibara kurumsal itibar adı verilmektedir. Kurumsal itibar, bir kuruma yönelik algılamaların toplamından oluşmaktadır. Kurumsal itibar; paydaşların kuruluşla ilgili değerlendirmelerinin sonucunda oluşmaktadır. Gerek kişilerin gerekse kurumların itibarları yönetilebilmektedir.

Araştırmada itibarın iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,56 puan almıştır. Bu puanla itibar, listede yer alan iş ahlakının oluşmasında etkili 19 toplumsal değer arasında dokuzuncu sırada yer alır. İtibarın önemi açısından nesiller arasında bir algı farklılığı tespit edilememiştir.

Başarma İsteği

Başarma isteği, ihtiyaçlar hiyerarşisinin son aşamasıdır. Başka tüm ihtiyaçları karşılanmış insanlar başarma duygusunu yaşamak, kendilerini gerçekleştirmek isterler. Başarma isteği idealleri olan kişilerin motivasyon aracıdır. İdealleri olan kişiler, ideallerini elde edebilmek (başarmak) için davranışlarını ve düşüncelerini aynı istikamete yönlendirirler. Bir amaca doğru yönelmiş böyle bir kişi, düşüncesi ve davranışlarıyla tutarlı olur. Bu tutarlılık onu dürüst yapar. Çünkü özü-sözü ve davranışı birdir, hedefi açıktır ve davranışlarını o hedefi gerçekleştirmek üzere yönlendirmiştir. Toplum içinde “amaca giden her yol mubahtır” diye düşünen insanlar da bulunmaktadır. Ancak amaca götüren yöntemlerle, amacın tutarlılığının olmaması böyle düşünenlerin “dürüstlük dışı” davranmakla etiketlenmesine yol açmaktadır.

Araştırmada başarma isteğinin iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,55 puan almıştır. Bu puanla başarma isteği, listede yer alan iş ahlakının oluşmasında etkili 19 toplumsal değer arasında onuncu sırada yer alır. Başarma isteğinin önemi açısından nesiller arasında bir algı farklılığı tespit edilememiştir.

Vatan Sevgisi

Vatan, üzerinde yerleşilmiş, yaşanan, sevilen ve gerektiğinde onun için fedakarlık yapılan toprak parçasıdır. İnsanlar kurak, verimsiz toprakları vatan tutabilmekte daha verimli ve zengin topraklara gitseler de vatanlarını unutmamaktadır. Vatan, toprak parçası olmanın ötesinde, “üzerinde yaşayan insanları, kültürü, tarihsel geçmişi ve geleceğe dair umutları” sembolize ettiği için sevilir. Kişiler vatanlarının refah seviyesini yükseltmek için çalışırlar ve gerektiğinde onun için büyük fedakarlıklar yaparlar. Bu duygular iş ahlakının oluşmasında etkili olmaktadır. Araştırmada vatan sevgisi, iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,50 puan almıştır. Bu puanla vatan sevgisi, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında on birinci sırada yer alır. BB nesli, X ve Y nesline göre vatan sevgisinin iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki katkısını daha fazla önemsemektedir.

Cömertlik

Cömertlik, eldeki imkânları meşru ölçüler içinde, gönüllü olarak ve karşılık beklemeden başkalarının yararına sunma eğilimidir. Cömertlik, israf ve cimrilik diye adlandırılan iki aşırılığın ortasıdır. Başkaları için yapılan maddi harcamaların cömertlik olarak kabul edilmesi için gönüllülük esastır. Gönüllü olarak yapılmayan harcamalar cömertlik olarak kabul edilmemektedir.

Araştırmada cömertlik, iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,48 puan almıştır. Bu puanla cömertlik, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında on ikinci sırada yer alır. Cömertliğin önemi açısından nesiller arasında bir algı farklılığı tespit edilememiştir.

Ahret İnancı

Ahret, dünya hayatından sonra başlayıp ebediyen devam edecek olan ikinci hayatın ismidir. Dünyanın hiçbir yerinde ve hiçbir dönemde sürekli olarak adaletin hâkim olduğunu söylemek mümkün değildir. Haksızlığı görüp de incinen insan büyük bir hesap gününün gerçekleşeceğine inanmak ister. Dünya hayatı boyunca insanlar zekâ, kabiliyet, sağlık, servet vb. bakımlardan eşit durumda değildir. Ahret inancı mutlak adaletin gerçekleşeceği güne olan inançtır. Dünya hayatında insanın zorluklarla, haksızlıklarla mücadele ettiği halde bunları ortadan kaldıramadığı, sonuçta bazı acılara katlandığı bir gerçektir. Mutlak adaletin tecelli edeceği sonsuzluk âleminin varlığına inanmak, insan için büyük bir teselli kaynağı ve yaşama sevincidir (Topaloğlu, 1988). Ahret inancı, insanı ahlaklı ve adil davranmaya sevk etmektedir.

Araştırmada ahret inancı, iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,65 puan almıştır. Bu puanla ahret inancı, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında on üçüncü sırada yer alır.

Nesiller arasındaki algı farklılığının ölçülebilmesi açısından yapılan analizler, X neslinin ahret inancının iş ahlakına uygun davranışların ortaya çıkmasındaki önemini Y nesline göre daha fazla vurguladıklarını göstermektedir. Bu açıdan BB ve Y nesli arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Sözünde Durma

İş dünyasının temel kuralı, yapılması gereken bir işi taahhüt etmek ve sonra taahhüdü yerine getirerek kazanç elde etmektir. Müteahhit, işi taahhüt eden ve söz veren kişi anlamındadır. İş insanı, verilen işi hakkıyla yerine getirdikçe itibarları iyi olmakta buna bağlı olarak yeni işler alabilmektedir. Bu bakımdan ekonominin işleyişi “söz verip yerine getirilmesine” bağlıdır. Böylece, inşaatlar, makineler, mallar ve hizmetler üretilir. Ayrıca bunların bedelleri de söz verilen zamanında ödenir. Böylece ekonomi ve dolayısıyla toplum, bir saatin dişlileri gibi tıkr tıkr çalışır. Söz vermek, taahhüt etmek daha kolayken; yerine getirmek nispeten daha zordur. Bunun için iş adamlarının söz verirken dikkatli olmaları gerekmektedir. Söz vermek vaat etmek şeklinde de gerçekleşebilmektedir. Vaatler ise iş adamlarının personele karşı ve siyasetçilerin seçmenlere karşı verdikleri sözlerdir. Söz vermeyen insan riske girmemiş olur. Ancak söz verip de sözünde duran kişi çok değerli bir insandır. Sözünde durmuş olması nedeni ile dürüst, güvenilir ve muteber bir insandır. Söz verip de elinden gelmediği için sözünü yerine getiremeyen kişi mazur görülebilir. Ancak söz verip de gücü yettiği halde sözünde durmayan insan ise yalancıdır. Kısaca ifade etmek gerekirse sözünde durma iş hayatının sürekliliğini sağlayan ve bir işi diğer işe bağlayan çimentodur.

Araştırmada sözünde durmanın iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 8,27 puan almıştır. Bu puanla sözünde durma, listede yer alan iş ahlakının oluşmasında etkili 19

toplumsal değer arasında on dördüncü sırada yer alır. Sözünde durmanın önemi açısından nesiller arasında bir algı farklılığı tespit edilememiştir.

Dayanışma ve Paylaşma Duygusu

Dayanışma ve paylaşma elindeki imkânları başkalarının da faydasına olacak şekilde kullanma anlamına gelmektedir. İnsanın sahip olduğu zenginlik, makam ve mevki gibi imkânları gönüllü olarak bu imkâna sahip olmayan başkalarının da lehine kullanması toplumsal barışı sağlayacak önemli bir değerdir. Güçlü olanın, elindeki gücü kullanırken diğerlerini ezmemesi, toplumda bireylerin ve grupların birbiriyle dayanışma halinde yaşamasını ifade eder. Özellikle bir zorluk içinde olup da çaresiz olanların dayanışma ve paylaşma yoluyla imkanlardan yararlandırılması onlara tüm dünyayı bağışlamak gibi anlamlar içerebilmektedir. Dayanışma ve paylaşma, psikolojik, kültürel, sosyal ve ekonomik olarak tavsiye edilen bir davranıştır. Dayanışma ve paylaşma duygusunun verdiği hazzı yaşayan insan, aynı hazzı yaşamak için tekrar tekrar paylaşmayı seçmektedir. Dayanışma ve paylaşma durumunda ekonomik değerlerin adil dağılımına katkıda bulunmuş olmaktadır. Bu bakımdan güçsüzler elinde imkânı olanlara müteşekkir olmakta ve toplumsal barışa katkıda bulunmuş olmaktadırlar. Kültürel anlamda dayanışma ve paylaşma içinde bulunan kişiler itibar sağlamak ve zenginliğinin ve sahip olduğu diğer imkanlarının devam etmesi toplumsal planda meşruiyet kazanmaktadır. Dayanışma ve gönüllü paylaşım yapan kişiler, malları ya da mevkileri elde ederken, bilerek ya da bilmeden başkalarının haklarının geçmesi durumunu telafi çabası içine girmiş olmaktadır.

Dayanışma ve paylaşma, toplum içinde ekonomik, sosyal, psikolojik açılardan pek çok fayda sağlamaktadır. Yardımlaşma ve dayanışmada gönüllü davranma esastır. Erdemli olmak sonuçlarına bakarak ya da yasal zorunluluk olduğu için değil gönüllü olarak iyilik yapmak anlamına gelmektedir.

2.8.2. Yıkıcı Değerler

Araştırmada bireysel iş ahlakını olumsuz olarak etkileyen değişkenler yıkıcı değerler başlığı altında toplanarak değerlendirilmiştir. Bu değişkenler aşağıda ilave analizlerle kısaca açıklanmaktadır.

Makam, Mevki ve Zenginlik Yoluyla Güç İsteme

Güç, insanı istediklerini yapabilmek imkânı verir ve bir bakıma özgürlüktür. Güçlü insan aynı zamanda muktedir (gücü yeten) insandır. Güçlü insandan çevresindekiler de yararlandığı için, güçlü insanın etrafı kalabalık olur. Güçlü insanlar çok sayıda kişi çevresinde toplayarak onları sürükler. Makamlar, mevkiler ve zenginlik güçlü olmanın bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Makam, mevki ve zenginliğin kullanımı güçsüz durumda olanların (yönetilenlerin) hayat kalitesini belirlemektedir. Güç elde etmenin yollarından birisi de zengin olmaktır. Zengin olan kişi paranın gücünü kullanarak yapmak istediklerini gerçekleştirme imkânına sahip olur. Bu nedenle pek çok insan zengin olmayı hayal eder. Makam, mevki ve zenginlik elde etmeye çalışanın izlediği yol onun sahip olduğu ahlaki anlayışı göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca gücü elde ettikten sonra nasıl kullandığı da güç sahibi kişinin ahlaki ilkelerinin göstergesi olmaktadır. Sahip olduğu güçle başkalarını ezenler “kibirli”, sahip olduğu imkanları göze sokmadan başkalarının faydasına kullananlar iste “mütevazı” olarak kabul edilmektedir.

Araştırmada makam, mevki ve zenginlik istemenin iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 7,69 puan almıştır. Bu puanla, listede yer alan iş ahlakına etkili 19 toplumsal değer arasında on altıncı sırada yer alır. Makam, mevki ve zenginlik istemenin iş ahlakını yıkıcılığıyla hakkında nesiller arasında bir algı farklılığı tespit edilememiştir.

Hırs

Hırs, sözlükte “bir şeyi şiddetle arzu etme, ona aşırı derecede tutkun olma, şiddetli ve sonu gelmeyen istek, taşkın arzu, aç gözlülük” gibi anlamlara gelmektedir. Hırs, makam mevki, zenginlik, gibi imkânları elde etmek için çok istekli olmayı ve onun için çok çalışmayı temsil eder. İstenilen şeyin meşru veya gayrimeşru oluşuna göre hırsın ahlakî değeri değişir. Kötü ahlakı çağrıştıran ihtiras, harris veya muhteris kelimeleri hırs ile aynı kelime kökünden gelmektedir. Başkalarının malına, canına, mevkii ve şerefine zarar verici sonuçlar doğurmadıkça, insanın hırslı olması, amacı için daha çok çalışması ve dolayısıyla dünyanın imar edilmesi sonucunu doğurmaktadır.

Araştırmada hırsın iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 7,02 puan almıştır. Bu puanla hırs, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında on yedinci sırada yer alır. X ve Y nesli, BB nesline göre hırsın iş ahlakına aykırı davranışların oluşmasındaki katkısını daha fazla görmektedirler.

Bencillik

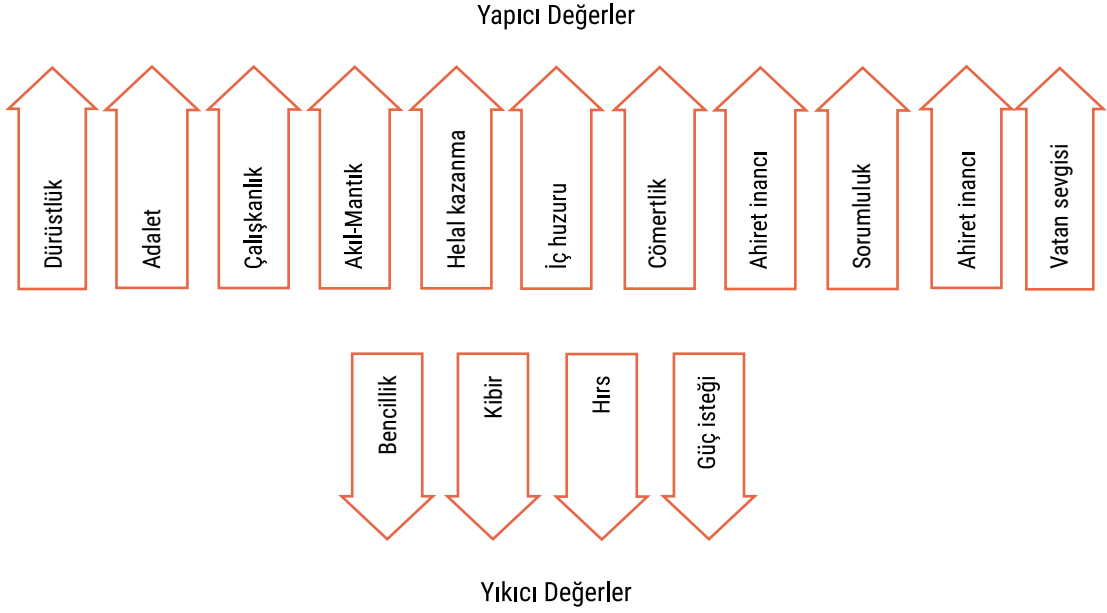
Bencillik (egoizm), bireyler için doğru ve kabul edilebilir davranışları bireyin “kişisel çıkarı” üzerinden tanımlarken, her bireyin kendi kişisel çıkarlarını maksimize edecek şekilde karar alıp davranacaklarını kabul eder. Egoizm, kişinin hiçbir yükümlülük ve fedakârlığa mecbur olmadan kendi çıkarlarını maksimize edişini ahlakî bir tercih olarak görür (Kök, 2012). Gerek iş hayatında gerekse günlük hayatta hırs ve bencillik duyguları insan davranışlarını yönlendirebilmektedir. Yüksek bencillik duygusu, kendi lehine olduğu sürece ahlakî olmayan davranışları görmezden gelmeyi getirebilmektedir. Bir bakıma bencillik, ahlakî olmayan davranışlara zemin hazırlamaktadır.

Araştırmada bencilliğin iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 6,26 puan almıştır. Bu puanla bencillik, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında on sekizinci sırada yer alır. X ve Y nesli, BB nesline göre bencilliğin iş ahlakına aykırı davranışların oluşmasındaki katkısını daha fazla görmektedirler.

Kibir

Sözlükte “büyüklük” anlamına gelen kibir, alçakgönüllü olmanın karşıtı olarak “kişinin kendini üstün görmesi ve bu duyguyla başkalarını aşağılayıcı davranışlarda bulunması” demektir. “Büyükleme, böbürlenme ve zaman zaman gurur” kibir anlamında kullanılmaktadır. Sahip olduğu güçleri başkalarını küçük görmek için kullanan kişiler, kibir tuzağına düşmüş olmaktadır. Şeytanın Hz. Adem’e secde etmemesinin nedeni kibir olarak gösterilmektedir. Bu nedenle kibir, kötülüklerin başlangıcı olarak kabul edilebilecek önemdedir.

Araştırmada kibrin iş ahlakına uygun davranışların oluşmasındaki etkisi 10 üzerinden 6,16 puan almıştır. Bu puanla kibir, listede yer alan iş ahlakına etkili toplumsal değerler arasında 19 değişken arasında sonuncu sırada yer alır. BB nesli, X ve Y nesline göre kibrin iş ahlakına aykırı davranışların oluşmasındaki katkısını daha fazla görmektedirler.



Şekil 3. İş Ahlakına Uygun Davranışların Oluşmasında Etkili Olan Toplumsal Değerler Skalası

Genel olarak bir değerlendirme yapacak olursak, iş hayatındaki temel ahlaki değerler, sözünde durma ve sahip olunan gücün başkalarının faydası için de kullanılmasıyla oluşan dayanışma ve paylaşmadan oluşmaktadır. Söz verip sözünde duran kişiler toplum içindeki güvenlerini tesis etmiş olmaktadır. İşlerin ne zaman ve ne şekilde yapılacağına dair belirsizliklerin ortadan kalkmasını sağlamış olmaktadır. Bu nedenle sözünde durma iş hayatında ahlaklı olmanın temel göstergesi olarak kabul edilebilir. Sözünde durma ahlaki sorumluluk olmanın ötesinde çoğu zaman yasaların ve diğer iş insanlarıyla yapılan sözleşmelerin getirdiği bir zorunluluktur. Oysa dayanışma ve paylaşma zorunluluk değil gönüllülük esasına dayanmaktadır. Ekonomik ve sosyal adaletin sağlanmasında, toplumsal barışın sağlanmasında ve insan vicdanının rahatlamasında dayanışma ve paylaşma çok önemlidir. Paylaşma ve dayanışma duygusuna sahip, verdiği sözü tutan iş insanlarından oluşan bir toplumun hem ekonomik hem de sosyal olarak örnek alınacak bir toplum olacağı söylenebilir. Toplumsal olarak ileriye gitmenin yolu, verdiği sözde duran ve dayanışma ve paylaşma duygusu taşıyan iş insanlarına sahip olmaktan geçmektedir. Bu anlamda iş dünyasında çalışan, yönetici ve girişimci olan herkesin durumu aynıdır.

Bu iki özelliğe sahip insanların varlığını sürdürmesinde etkili olan ve insanı yapıcı olana ileten değerler adalet, dürüstlük, çalışkanlık, sorumluluk sahibi olma, cömertlik, ahiret inancı, itibar, vatan sevgisi, başarıma isteği, iç huzuru, helal kazanma, akla-mantığa uygunluk ve merhamet olarak sıralanmıştır. Bu değerler kişinin erdemli davranmasını desteklemektedir. Kişinin erdemli davranmasını engelleyen, ahlaki duruşunu bozan ve dolayısıyla daha düşük ahlaki değerlere sahip olmasına neden olan duygular ise bencillik, kibir, hırs ve güçlü olma arzusudur.

Bu değerlere yönelik algılamaların nesillere göre farklılaşıp farklılaşmadığını anlamak için yapılan analizler genel olarak değerlendirildiğinde yapıcı değerlerin hemen hemen tamamında 53 yaş ve üstü BB neslinin önemseme derecesi X ve Y nesillerinden daha fazladır. Bunun tek istisnası ahiret inancıdır. Ahiret inancı değerinin, bir anlamda öldükten sonra hesap verme inancının iş ahlakına uygun davranışların ortaya çıkmasındaki etkisini BB ve X nesline mensup katılımcılar Y nesline göre daha yüksek olarak algılamaktadırlar. Bu sonuç dini değerlerin etkisinin gençlerde giderek azaldığı-

nı gösteriyor olabilir. Olumlu değerler ile ilgili bir diğer istisna ise, dayanışma ve paylaşma değerinin önemi konusunda X ve Y neslinin BB nesline göre biraz daha olumlu düşünmesidir. Bu durum da dayanışma ve yardımlaşma olgusunun iş hayatında takım çalışması vb. şekillerde özendirilmeye çalışılıyor olmasıyla açıklanabilir. Olumsuz özellikler açısından ise durum biraz tersine dönüyor gibi görünmektedir. Hırs ve bencilliğin iş ahlakına yönelik olumsuzlukların ortaya çıkmasındaki etkisini X ve Y nesilleri BB nesline göre daha fazla bulmaktadırlar. Takım çalışmasına yatkınlık, yeni nesillerde önekilere oranla hırs ve bencilliği baskılamış olabilir. Kibir konusunda ise BB neslinin algıları daha yüksek çıkmaktadır. Bu da tevazu anlayışının giderek azaldığı şeklinde yorumlanabilir.