temelleri ve uygulamalarıyla

iş ahlakı

Editörler

Nihat Erdoğmuş
Ömer Torlak
Kübra Bilgin Tiryaki

İGİAD
YAYINLARI

İGİAD YAYINLARI: 19
İş Ahlakı Kitaplığı: 8

© İGİAD § Türkiye İktisadî Girişim ve İş Ahlakı Derneği

Temelleri ve Uygulamalarıyla İş Ahlakı

Editörler: Nihat Erdoğmuş, Ömer Torlak, Kübra Bilgin Tiryaki

İstanbul 2018
ISBN: 978-975-6303-28-3

Kapak ve İç Tasarım
Furkan Selçuk Ertargin

Tashih
Dudu Ekinci Demir

Baskı ve Cilt
Limit Ofset - Metin Eskibağ / Sertifika No: 28397

İGİAD § Türkiye İktisadî Girişim ve İş Ahlakı Derneği
Adres: Maltepe Mh. General Ali Gürcan Cd. Eski Çırpıcı Yolu Sk. No:1 Merter Meridyen İş Merkezi Kat:4 D:419 34010 Zeytinburnu/İSTANBUL
Tel: +90 (212) 544 96 00 Faks: +90 (212) 544 96 76
E-posta: info@igiad.org.tr
Elektronik Ağ: www.igiad.org.tr

Bu kitap İLKE İlim Kültür Eğitim Derneği Araştırma Yayın Birimi tarafından yayıma hazırlanmıştır.

Takdim

Türkiye'de iş ahlakı alanında faaliyet gösteren neredeyse *ilk kurum* olan İGİAD, kökü 1990'lı yıllara uzanan ve 2003 yılında resmi olarak dernekleşmiş bir sivil toplum kuruluşudur. İGİAD kuruluşundan bu yana iş ahlakı ve girişimcilik alanında birçok çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmaların temel gerekçesi, *iş ahlakını geliştirmeye olan ihtiyacımızın giderek daha da artıyor* olmasıdır. Bu bize daha fazla sorumluluk vermektedir.

İş ahlakı ve girişimcilik ekseninde faaliyetlerini sürdüren İGİAD'ın temel ilkelerini şu şekilde özetleyebiliriz:

- *Hak Eksenli Bir İş Hayatının Kurulması:* İGİAD, çalışmalarında hakkı ve doğruyu merkeze alır.
- *Helâl Kazancın Adil Paylaşımının Sağlanması:* İGİAD, bütün bu ilkelerin toplumsal olarak anlam kazanması için yardımlaşmayı temel alır.
- *Ahlaki Olmayan İşin Meşru Kabul Edilmemesi:* İGİAD, çalışmalarında ahlakın iktisâdi hayatın bütün unsurlarına yaygınlaştırılmasını eksene alır.
- *Girişimcilere Rehberlik Yapılması ve Model Sunulması:* İGİAD, ahlakın iş dünyasında egemen olması için ahlaklı girişimcilerin çoğalması yönünde çalışmalar yapar.
- *İş Hayatının Dayanışma Ekseninde Yeniden İnşa Edilmesi:* İGİAD, kendisi gibi düşünen kişi ve kurumların dayanışma içinde bir araya gelmesini destekler.

Biz iş dünyasının içinde bir sivil toplum kuruluşu olarak, küresel ve bölgesel bazda gelişmeleri takip ettiğimiz gibi, sosyal ve ekonomik bazdaki gelişmelerle de birebir ilgilenmekteyiz. Son dönemde kesintisiz büyüyen bir ekonomimiz var. İGİAD olarak bizler de bu büyümede girişimcilik ve iş ahlakının beraber gitmesi gerektiğini düşünüyor ve her daim bunu hatırlatmaya çalışıyoruz.

Ülkemizin ekonomik büyümesinin kalıcı ve sürdürülebilir olabilmesi için iş ahlakı ilkelerine uygun işletmelerin önemi üzerinde durmalıyız.

İşletmelerimizin büyümesi, karlılığını artırması önemli olmakla beraber bu büyümenin sağlam temellere oturması için işverenlerimiz ve işgörenlerimiz düzgün bir karaktere ve güzel ahlaka sahip olmalıdır.

İş ahlakını kalıcı hale getirebilmek amacıyla derneğimiz üniversitelerde okutulmak üzere iş ahlakı ders kitabının hazırlanması yönünde çalışmalar yürütmüştür. Başta uluslararası indekslerde taranan 10 yıldır yayımladığımız *İş Ahlakı Dergisi* olmak üzere yayınlarımız ve yaptığımız araştırmalarla iş ahlakı alanındaki akademik bilginin üretiminin gerçekleşmesine katkı sağlıyoruz. Elinizdeki "Temelleri ve Uygulamalarıyla İş Ahlakı" kitabı bu çabanın son ürünlerinden birini teşkil etmektedir.

Bu değerli çalışmanın hazırlanmasında büyük bir özveri gösteren Yüksek İstişare Kurulu Üyelerimiz Prof. Dr. Nihat Erdoğmuş, Prof. Dr. Ömer Torlak hocamıza ve Kübra Bilgin Tiryaki'ye şükranlarımızı sunuyoruz. Ayrıca bu çalışmanın ortaya çıkmasında destek olan İLKE İlim Kültür ve Eğitim Derneği ve İGİAD yöneticilerine ve çalışanlarına teşekkür ederiz.

Bu değerli çalışmanın gerek üniversitelerde gerekse farklı eğitim kuruluşlarında fayda sağlamasını yürekten temenni ediyoruz.

Ayhan Karahan
İGİAD Yönetim Kurulu Başkanı

Önsöz

Son yıllarda gerek akademi gerekse de iş dünyasında iş ahlakı alanına olan ilgi artmaktadır. Özel şirketler ve kamu sektöründe yaşanan sorunlara dönük çözüm arayışlarının da etkisiyle iş ahlakı alanında yapılan teori ve pratiğe dönük çalışmalar da bu ilgiye oranla artış göstermiştir. Bu minval üzere Türkiye'de iş ahlakının farklı boyutlarına odaklanmış, bilhassa meslek alanları özelinde kitapların yayımlandığı görülmektedir. Ancak iş ahlakının kuramsal çerçevesini, örgütsel boyutlarını ve profesyonel mesleklerin etik kodlarının nasıl ele alınacağını kapsayan çalışmaların sayısı azdır. İş ahlakı alanına bütünlüklü bir bakış sağlayacak eser ihtiyacına binaen elinizdeki "Temelleri ve Uygulamalarıyla İş Ahlakı" kitabını hazırlama ihtiyacı doğdu. Temelde üniversitelerde iş ahlakı derslerinde okutulmak üzere hazırladığımız çalışma, alana dair bilgi sahibi olmak isteyenler için de bir başvuru kitabı olma niteliği taşıyor.

Bu kitabın hazırlanma sürecinde birçok insan ve kurumun katkısı bulunuyor. Burada teker teker isimlerini sayamadığımız emeği geçen herkese teşekkür ediyoruz. Bununla birlikte böyle bir çalışmanın ortaya çıkması için her aşamada destek ve ilgilerini esirgemeyerek kitabın yayımlanmasını sağlayan başta Başkan Ayhan Karahan olmak üzere İGİAD Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği'ne şükranlarımızı sunuyoruz. Çalışmaya yazılarıyla katkı veren yazarlarımızın her birisine ayrı ayrı teşekkürü bir borç biliyoruz. Kitabın yayıma hazırlanması sürecindeki destekleri için İLKE Araştırma-Yayın Birimi'ne teşekkür ediyoruz. Çalışmanın üniversitelere ve iş hayatına ahlaki bir soluk getirmesi dileğiyle.

Editörler
Nihat Erdoğmuş, Ömer Torlak, Kübra Bilgin Tiryaki

Yazarlar Hakkında

Abdulkadir Yıldız, 2008 yılında İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden mezun oldu. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Bölümü Anayasa Hukuku alanında yüksek lisans ve doktora derecelerini aldı. Halen Necmettin Erbakan Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Adem Levent, 2006 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden mezun oldu. İnönü Üniversitesi'nden yüksek lisans derecesi; İstanbul Üniversitesi'nden iktisat alanında doktora derecesi almıştır. Halen Muş Alparslan Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapan Levent, politik iktisat, iktisadi düşünce ve heterodoks iktisat okulları üzerine çalışmalar yapmaktadır.

Ali Osman Uymaz, 1997 yılında Kırıkkale Üniversitesi Kamu Yönetimi'nden mezun oldu. New York Dowling College'dan Yönetim Organizasyon ve Finans Mühendisi yüksek lisans dereceleri; İstanbul Üniversitesi'nden Örgütsel Davranış alanında doktora derecesini almıştır. Halen Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi İşletme Fakültesinde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Durmuş Ümmet, Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik lisans eğitimini 2003 yılında tamamladı. Yine aynı üniversitede Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik alanında 2007 yılında yüksek lisans; 2012 yılında ise doktora eğitimlerini bitirdi. Çalışma alanları içinde bireyle ve grupla psikolojik danışma, aile danışmanlığı ve okul rehberlik hizmetleri bulunmaktadır. Halen Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Emir Kayacan, 2009 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Bölümü'nden mezun olmuştur. Aynı üniversitede, yüksek lisans eğitimini 2011 yılında Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Anabilim Dalı'nda tamamlamış; 2016 yılında ise Çalışma Ekonomisi alanında doktora derecesini almıştır. Yazarın, çalışma ekonomisi, sosyal politika ve örgütsel davranış alanlarında ulusal ve uluslararası yayınları bulunmaktadır. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü'nde yardımcı doçent olarak görev yapmaktadır.

Feride Ersoy, 2009 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi Burdur Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği'nden mezun olmuştur. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sosyal Bilgiler Eğitimi alanında yüksek lisans derecesi almıştır. Marmara Üniversitesi'nde yine aynı alanda doktora eğitimini tamamlamıştır. 2018 yılı itibariyle Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Fikret Yaman, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden 2001 yılında mezun oldu. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2006 yılında yüksek lisansını, 2009 yılında doktorasını tamamladı. Halen Afyon Kocatepe Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü'nde bölüm başkan yardımcısı olarak görev yapmaktadır. Çalışma alanı; reklamdır.

Halil Ekşi, Boğaziçi Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü'nden 1992 yılında mezun olmuştur. 1998 yılında yüksek lisans, 2001 yılında ise doktora eğitimlerini tamamlamıştır. 2005 yılında doçent 2011 yılında ise profesör unvanı almıştır. Halen Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölüm Başkanı ve Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı Başkanı olarak görev yapmaktadır.

Hamza Ateş, 1992 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden mezun oldu. 1995 yılında İngiltere'de bulunan Durham Üniversitesi'nde Ortadoğu Çalışmaları alanında yüksek lisans öğrenimi gördü. 1999 yılında İngiltere'de bulunan Liverpool Üniversitesi'nde Kamu Yönetimi alanında doktora unvanını aldı. Halen İstanbul Medeniyet Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde görev yapmakta olan Ateş, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Medeniyet Araştırmaları Merkezi (İSMAM) Müdürü olarak çalışmaktadır.

Hediyyetullah Aydeniz, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden 2001 yılında mezun oldu. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında 2005 yılında

yüksek lisansını tamamladı. Aynı anabilim dalında "Kamusal Entelektüel ve Medya" başlıklı teziyle 2012 yılında doktorasını tamamladı. İletişim ve medya çalışmaları, bilgi ve enformasyon üretimi, kitle iletişim teorileri, medya sosyolojisi, medya ve ahlak ile medya okuryazarlığı konuları akademik ve bireysel ilgileri arasındadır. Halen Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Kadir Yıldırım, 2003 yılında İstanbul Üniversitesi Maliye Bölümü'nden mezun oldu. Aynı üniversitede iktisat alanında yüksek lisans ve çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri alanında doktorasını tamamladı. İstanbul Üniversitesi İktisat Bölümü'nde araştırma görevlisi ve öğretim üyesi olarak görev yapmıştır. Osmanlı'da İşçiler (İletişim Yayınları, 2013) isimli bir kitabı bulunan Yıldırım'ın, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemi sosyal ve ekonomik tarihine ilişkin çalışmaları yayınlamıştır. Emek tarihi, iktisadi düşünce tarihi ve İslam iktisadi düşüncesi üzerine araştırmalarına devam etmektedir.

Kübra Bilgin Tiryaki, 2010 yılında Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nden mezun oldu. 2013 yılında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü'nde yüksek lisansını tamamladı. 2012 yılından beri İLKE İlim Kültür Eğitim Derneği'nde araştırmacı olarak görev yapan Tiryaki, 2013-2017 yılları arasında İLKE ve İLEM çatısı altında yürütülen "İslam Ahlak Düşüncesi Projesi"nin koordinatör yardımcılığını yapmıştır. İlgi alanları arasında; İbn Sînâcı doğa felsefesi, kuvve teorileri, teorik ve pratik ahlak teorileri bulunan Tiryaki, İstanbul Üniversitesi İslam Felsefesi Bölümü'nde doktora çalışmalarına devam etmektedir.

M. Abdullah Şahin, 1997 yılında Boğaziçi Üniversitesi Makina Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu. 1999 yılında Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü ve 2004 yılında Pennsylvania Devlet Üniversitesi İktisat Bölümü yüksek lisans programlarını tamamladı. 2011 yılında Connecticut Üniversitesi Finans Bölümü'nden doktora derecesi aldı. Halen İstanbul Medipol Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü'nde görev yapmaktadır.

Nihat Erdoğmuş, 1992 yılında Boğaziçi Üniversitesi Psikoloji Bölümü'nden mezun oldu. 1995 yılında İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Davranış Bilimleri Anabilim Dalında yüksek lisans; 1998 yılında Sakarya Üniversitesi SBE Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalında doktora derecesi aldı. 1999 yılında İşletme Yönetimi alanında Doçent, Nisan 2005 yılında ise Yönetim ve Organizasyon alanında Profesör

oldu. Halen Yıldız Teknik Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü'nde öğretim üyesi olarak çalışmaktadır. İş Ahlakı Dergisi Baş Editörlüğü ve STK'lara yönelik faaliyet yürüten Kurumsal Yönetim Akademisi'nin Başkanlığını yürütmektedir.

Ömer Torlak, 1982 yılında İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden mezun olmuştur. 1984 yılında yüksek Lisans ve 1991 yılında doktora derecelerini Pazarlama alanında, İstanbul Üniversitesi'nden almıştır. Pazarlama ahlakı, pazarlama tarihi, tüketici davranışları ve pazarlama stratejileri alanlarında çok sayıda makale, bildiri, kitap ve kitap bölümü yazarlığı ile editörlükleri bulunmakta olup, 2015 yılından itibaren Rekabet Kurumu Başkanlığı görevini sürdürmekte ve Mayıs 2016 tarihinden itibaren TÜBİTAK Bilim Kurulu üyesi olarak da görev yapmaktadır.

Şuayıp Özdemir, 1993 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden mezun olmuştur. Akademik hayata başlamadan önce özel sektörde çalışmıştır. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden yüksek lisans ve doktora dereceleri almıştır. Halen Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

İçindekiler

Takdim ... 3
Önsöz ... 5
Yazarlar Hakkında ... 7
Giriş: İş Ahlakı Ders Kitabı Niçin Gerekli? ... 12
Nihat Erdoğmuş

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

İş Ahlakı: Temelleri, Kapsamı ve Sınırları ... 22
Ömer Torlak & Nihat Erdoğmuş

İslam Ahlak Felsefesinin İnsan ve Erdem Tasavvuru ... 44
Kübra Bilgin Tiryaki

İş Ahlakı Alanında Yönelim ve Kabuller ... 66
Kadir Yıldırım

İktisadi Sistemler ve İş Ahlakı ... 92
Adem Levent

Tarihsel Perspektiften Türkiye'de İş Ahlakı Uygulamaları ... 118
Emir Kayacan

ÖRGÜTLERDE İŞ AHLAKI UYGULAMALARI

Örgütsel Ahlak: Örgütlerde İş Ahlakı Uygulamaları ... 140
Nihat Erdoğmuş

Pazarlama ve Reklam Ahlakı ... 164
Ömer Torlak & Şuayıp Özdemir & Fikret Yaman

İnsan Kaynakları Yönetimi ve İş Ahlakı ... 198
Ali Osman Uymaz

Finans ve İş Ahlakı ... 232
M. Abdullah Şahin

Kamu Yönetiminde İş Ahlakı ... 260
Hamza Ateş

PROFESYONEL MESLEKLER VE İŞ AHLAKI

Özdenetim İmkanı Olarak Medya Ahlakı ... 296
Hediyyetullah Aydeniz

Psikoloji ve Ahlak ... 326
Halil Ekşi & Durmuş Ümmet

Hukuk ve Ahlak Arasındaki İlişki ... 356
Abdulkadir Yıldız

Öğretmenlik ve Ahlak ... 378
Feride Ersoy

Giriş: İş Ahlakı Ders Kitabı Niçin Gerekli?

Nihat Erdoğmuş

Üniversitelerde İş Ahlakı Öğretilebilir mi?

En yalın anlamıyla ahlak, iyiyi, doğruyu ve güzeli aramak ve bunları yaşamak olarak ifade edilebilir. Binlerce yıldır insanlık hep bunun arayışı içinde olmuştur denilebilir. Ahlak, zaman zaman farklı kavramlarla ifade edilse de, değişik dinlerin, ideolojilerin ve farklı toplumsal kesimlerin gündeminde sürekli var olmuştur. Çünkü karşı karşıya kaldığımız sorunlar, durumlar ve meydan okumalar bizleri ahlakı düşünmeye ve bu konuda soru sormaya zorlamaktadır. Yine hayat ve eylem var oldukça ahlaka ilişkin sorulardan kaçamıyoruz, kaçamayacağız. Bu yüzden ahlakı araçsal değil varoluşsal bir mesele olarak görmek gerekir.

Tüm insanlık tarihi boyunca ahlak, dini ve felsefi metinlerde öncelikli ve ağırlıklı bir mesele olarak yer almıştır. Bununla beraber ana akım literatürde iş ve çalışma hayatında ahlak konusu sanki yakın zamanların bir meselesi gibi yer almaktadır. Bu anlayışın genelde ahlakı, özelde iş ahlakını doğru konumlandırmayı engelleyen bir durum oluşturduğu ifade edilebilir. Çünkü bu anlayış iş ahlakını çalışma hayatını şekillendirmesi gereken bir değerler ve ilkeler manzumesi olarak ele almak yerine; ortaya çıkan sorunları çözmek veya engellemek için ele alınan bir alan olarak görmektedir.

Çalışma yaşamında ahlaki sorunların artmasıyla birlikte tüm dünyada üniversitelerde iş ahlakı konusunun ihmal edildiği hususu tartışılmaya başlanılmıştır (Sigurjonsson vd., 2015). Bu ihtiyaçtan yola çıkarak son 30 yıllık süreçte iş ahlakının üniversitelerde ders olarak daha yaygın okutulmaya başlandığı görülmektedir. Buna bağlı olarak iş ahlakı ders kitaplarının sayısının da arttığı dikkat çekmektedir. Türkiye'de ise üniversitelerde iş ahlakı dersleri yakın zamanda okutulmaya başlanılmış olup; bu konuda kitaplar yayınlanmaktadır. Alanın yeni gelişmeye başlaması sebebiyle iş ahlakı dersleri ve bu dersler için hazırlanan iş ahlakı kitaplarının ana akım iş ahlakı yaklaşımları yanında meselenin özüne dokunan yönlerinin daha da artırılması gereği vurgulanmalıdır.

Üniversite yıllarında iş ahlakının öğretilip öğretilemeyeceği konusunda temelde iki farklı görüş bulunmaktadır (McDonald and Donleav, 1995). Birinci görüş, değerlerin erken yaşlarda öğrenildiği, üniversite çağında kolayca değişmeyeceği, bu yüzden bu yaşlarda iş ahlakının öğretilemeyeceğini ileri sürmektedir. Buna karşılık ikinci görüş, üniversitelerde iş ahlakı dersleri yoluyla iş ahlakı konusunda farkındalık oluştuğunu ve bunun çok önemli bir kazanım olduğunu savunmaktadır. Bu görüşe göre iş ahlakı dersi alan öğrenciler çalışma hayatına katıldığı zaman iş ahlakı konusunda sorun alanları ve ikilemler konusunda bilgi sahibi olmakta ve farkındalıkları artmaktadır. Bu bağlamda değerlerin erken dönemde oluştuğunu kabul etmekle beraber; ilerleyen yaşlarda, özellikle üniversite yıllarında iş ahlakı konusunda farkındalığın artırılabileceği görüşü ağırlık kazanmaktadır. Bu görüşten hareketle iş ahlakı konusunda farkındalık oluşması ve çalışma hayatında iş ahlakı bakımından duyarlılığın artmasında üniversitelerde okutulacak iş ahlakı dersleri ve kitaplarının önemli bir işleve sahip olduğu düşünülmektedir.

İş ahlakının yaygınlaşması birbirini destekleyen iki boyutlu bir konudur. Birinci boyut fert olarak ahlakı kuşanmak ve yaşamak; ikinci boyut ise kişinin ahlakı yaşayabileceği, bunu teşvik eden kültürel, hukuki ve yapısal ortamın/çevrenin oluşturulmasıdır. Yani aktörlerin taşıması gereken ahlaki değerler ile bu değerlerin hayata geçeceği ortamın birlikte ele alınması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Hayatımıza etki eden, yaşayan ve süreklilik gösteren iş ahlakı için, kişilere ahlaki değerlerin kazandırılmasının yanında; ahlakın kültürel, hukuki ve kurumsal düzenlemelerle desteklenmesi ve ona hayat alanı açılması çok önemlidir. Aksi halde ahlakın bireysel alana hapsedilmiş, söylem düzeyinde kalmış ve hayata nüfuz edemeyen bir konu olma riski oldukça yüksektir. Bu yüzden iş ahlakı derslerinin ve iş ahlakı kitaplarının, bireyin iş ahlakı duyarlılığını artırmasının yanında; çalışma hayatının iş ahlakını teşvik eden ve düzenleyen yönlerine değinmesi de önem arz etmektedir.

Etik ve ahlak kavramlarının kullanımı konusunda farklı tartışmalar ve tercihlerin söz konusu olduğunu söyleyebiliriz. Bazen birisinin tercih edildiği bazen de eş anlamlı kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ahlak/etik tartışmasında "ahlak" kavramının kullanılması tercih edilmiştir. Bunu yaparken etik düzenlemeleri dışlamıyor; işyerleri ve pek çok mesleki alanda etik düzenlemelerin yapılmasını önemli buluyoruz. Ancak biçimin öne çıktığı etik anlayış ve düzenlemelere ahlak ile ruh kazandırılması gerektiği kanaatini taşıyoruz. Ahlakın yaygınlaşması için ekonomik, hukuki, yapısal, mesleki ve etik düzenlemelerin gerekli ve önemli olduğunu ancak yetmeyeceğini, bunların felsefi ve metafizik temelleri olan ilkeler ile beslenmesi, zenginleştirilmesi ve derinleştirilmesi gerektiğine inanıyoruz.

Mevcut iş ahlakı kitaplarının tarihsel ve kültürel birikimi yeteri kadar dikkate almadığı ve Batı dışı iş ahlakı yaklaşımlarına değinmeyen bir nitelik gösterdiği dikkat çekmektedir. Bu eksiklikten hareketle bu kitapta üç hassasiyet gözetilmekte ve bu konularda katkı sağlamak niyeti taşınmaktadır. Bu hassasiyetler şunlardır:

i. İş ahlakını araçsal olarak ele almak yerine, insanı bir bütün olarak dikkate almak ve iş ahlakını bu bütünlük içinde konumlandırmak,

ii. İş ahlakının temelleri konusundaki yaklaşımlar ve uygulamalar bakımından çeşitliliği yansıtmak ve bu çeşitliliği karşılaştırmalı olarak sunmak,

iii. İş ahlakı konusundaki teorik ve felsefi yaklaşımlar ile uygulama alanına odaklanma arasındaki dengeli bir yaklaşım geliştirmektir.

Kitabın Hedef Kitlesi

Çalışmanın öncelikli hedef kitlesi üniversite öğrencileridir. Üniversite öğrencileri için hazırlanacak bir iş ahlakı kitabının sadece pratik bir ihtiyacı gidermenin ötesinde bir perspektifle ele alınması önemlidir. Bu çalışmada iş ahlakı konusunu farklı ahlaki yaklaşımları dikkate alarak karşılaştırmalı bir biçimde ele alma ve ahlaki duyarlılığın artmasına katkı sağlamak hedefi güdülmektedir. İş ahlakı kitabının yazılma amacı öncelikle üniversite öğrencilerinin iş ahlakı konusunda farkındalıklarını artırmak; iş ahlakı bakımdan neyin iyi, doğru ve güzel olduğuna yönelik yargılar geliştirmelerine yardımcı olmak; iş hayatında karşılaşabilecekleri ahlaki sorun ve ikilemler karşısında ahlaklı davranış sergilemek için gerekli duyarlılığı kazandırmaktır.

İş ahlakının genel ahlakın ayrılmaz bir parçası olarak ele alınması ve zihinlerde özel hayat ile iş hayatının birbirinden ayrıştırılmaması gerekmektedir. Yani ahlakın sadece özel hayatımızı düzenleyen değer ve ilkeler olmadığı; çalışma hayatının çok temel bir bileşeni olduğu ve buna uygun davranılması gereği

üzerinde durulmalıdır. Bu yüzden çalışma ve meslek hayatı ile ilgili karar verme süreçlerinde ahlaki değer ve ilkeleri dikkate almanın önemi ve gerekliliği hususunda farkındalık ve hassasiyet artışı kazandırılması önemlidir.

Öğrencilerin iş ahlakının temel yapısını, işleyişini, kavramlarını ve pratik uygulamalarını öğrenmeleri, neyin iyi ve doğru olduğu konusunda bir yargıya ulaşmaları ve iş yaşamlarında karşılaşacakları ahlaki problemler ve ikilemler hakkında farkındalıklarının artması büyük önem arzetmektedir. Bu çalışmada öncelikle örgütsel ahlak ve farklı meslek alanlarındaki ahlaki yaklaşımları besleyen dini, felsefi ve teorik yaklaşımlar verilmektedir. Daha sonra örgütsel bağlamda iş ahlakı ele alınmaktadır. Sonra da seçilmiş temel meslek alanlarında iş ahlakı incelenmektedir. Böyle bir yaklaşım ile ana hatlarıyla iş ahlakının ortaya konulması ve öğrenciye hem bütüncül bir perspektif hem de uygulamaya dönük pratiklik kazandırılması amaçlanmaktadır. Kitapta ilgili bölümleri yazarken teorik ve felsefi derinlik ile irtibatı kaybetmeden konuların daha anlaşılır sunulmasına özen gösterilmiştir. Bu yüzden bölümleri hazırlarken konuyla ilgili yaklaşım ve modellere başvurulmuş; örnek olaylarla konuların pekiştirilmesi tercih edilmiştir.

İş ahlakı öğretiminde etkili olabilmek için çoklu öğretim yöntemleri kullanılmalıdır. İş ahlakının temel kuram, yaklaşım ve kavramları yanında, uygulamaya dönük tamamlayıcı yöntem ve araçlar da kullanılmıştır. Bu bağlamda çalışma hayatında karşımıza çıkan sorunlar ve ikilemleri ele alan örnek olaylarla bölümler zenginleştirilmiştir. Bu örnek olaylar yoluyla, iyi örnek uygulamalar, karar verme süreçleri ile iş ahlakı ilişkisi, iş ahlakı konusunda pratikte ortaya çıkabilecek sorunların ve ikilemlerin farkedilmesi, çıkan sorunların ve ikilemlerin çözümü gibi konularda bilgi ve beceri artışı sağlanmaya çalışılmıştır. İş ahlakı derslerinin etkinliğinin artırılmasında örnek olaylar yanında, derslere konuk konuşmacıların davet edilmesi de etkili bir yöntem olarak düşünülmekte ve önerilmektedir. Bu yolla birinci elden çalışma hayatında iş ahlakının önemi, sorunları, ikilemleri ve bunların çözüm yolları aktarılmış olacaktır.

Kitabın Yapısı

İş ahlakı, ahlakın uygulama alanına yönelik tarafında yer alır. İş ahlakı disiplini birbiriyle etkileşim halinde bulunan alanların biraraya gelmesinden oluşan çoklu bir yapı arzeder. Yapılan çalışmalarda iş ahlakını (*business ethics*) oluşturan üç temel alandan bahsedilmektedir. Bunlar, çalışma ahlakı (*work ethics*), meslek ahlakı (*professional ethics*) ve örgütsel ahlaktır (*organizational ethics*). Dolayısıyla bütünlüklü bir iş ahlakı yapısının ortaya konulması ve içeriğinin belirginlik kazanması için bu üç yapının kendi içinde anlamlarının ve kesişim noktalarının ortaya konulması gerekmektedir. Mevcut çalışmalarda bu

yapıların ve onları oluşturan teorik çerçevenin güçlü bir tasvirine rastlamak pek mümkün değildir. Bu sebeple hem alanın ilgililerinin hem de üniversite öğrencilerinin yetkin bilgiler alabileceği ve iş ahlakının teorideki ve uygulamadaki çoklu boyutlarına dair bilgi sahibi olacağı bir kitap çalışması birçok ihtiyaca cevap verecek gibi görünmektedir. Bilhassa teorik ve pratik yanların güçlü irtibatlarla ortaya konulduğu bir çalışma, kendi sahasında da yeni çalışmalara imkân sağlayabilecektir.

Bu kitap üç ana alanı kapsayacak şekilde yapılandırılmıştır. Birinci alan, iş ahlakının dinî, felsefi, teorik ve tarihsel temellerini kapsamaktadır. İkinci alan işletme/örgütsel ahlak bağlamında örgütlerdeki iş ahlakı konuları ile pazarlama, finans ve insan kaynakları yönetimi gibi işlevlerin iş ahlakı ile ilişkisini ele almaktadır. Üçüncü alan ise meslekler bakımından iş ahlakı konusuna ayrılmıştır.

Ömer Torlak ve Nihat Erdoğmuş'un yazdığı birinci bölüm iş ahlakının tanımı, temelleri, kapsamı ve sınırları hakkındadır. Yazarlar iş ahlakı kavramı ve kitapta tercih edilen iş ahlakı yaklaşımını ortaya koyarak bölüme başlamaktadır. Daha sonra iş ahlakı dinî, felsefi ve teorik olarak temellendirmektedir. Bölüm iş ahlakının kapsam ve sınırlarının çerçevelenmesi ile sona ermektedir.

İkinci bölüm Kübra Bilgin Tiryaki tarafından kaleme alınan "İslam Ahlak Felsefesinin İnsan ve Erdem Tasavvuru" adını taşımaktadır. Bölümde öncelikle İslam ahlak düşüncesinin hangi disiplinler içerisinde ve ne şekilde ele alındığı incelenmektedir. Yazar daha sonra felsefi ahlak yaklaşımını ele almakta ve bu alanda öne çıkan kavramlar ve problemleri analiz etmektedir. İslam ahlak felsefesinin temel ilkelerinin iş ahlakındaki mevcut yaklaşımlara bir alternatif oluşturup oluşturmayacağının sorgulanması ile bölüm sona ermektedir.

Kadir Yıldırım "İş Ahlakı Alanında Yönelim ve Kabuller" adlı üçüncü bölümde Avrupa ve Amerika açısından iş ahlakının farklı gelişimi ve sebeplerine değinmekte ve bu farklılıkların mevcut uygulamaya etkisi üzerinde durmaktadır. Yazar daha sonra alanda yaşanan güncel teorik tartışmalar ve yönelimleri değerlendirmekte, küreselleşen dünyada daha fazla görünür hâle gelen toplumsal ve kültürel özgünlüklerin iş ahlakı açısından etkilerini incelemektedir. İş ahlakı açısından teori ve gerçek hayat arasındaki uyumsuzluklar, bu uyumsuzlukların nedenler ve çözüm önerileri ile bölüm sona ermektedir.

Dördüncü bölümde Adem Levent iktisadi sistemlerin iş ahlakı ile ilgili yaklaşımlarını incelemektedir. Bu bölümde iktisadi liberalizm, Marksist iktisat ve kurumsal iktisat sistemleri tanımlanmakta ve bu sistemlerin iş ahlakı anlayışları ortaya konulmaktadır. Yazar bölüm sonunda ise bir alternatif olarak İslam iktisadına kısaca değinmektedir.

"Tarihsel Perspektiften Türkiye'de İş Ahlakı Uygulamaları" adlı beşinci bölüm Emir Kayacan tarafından yazıldı. Bu bölümde öncelikle Ahilik Teşkilatı ve teşkilatın iş ahlakı ilkeleri ile uygulamaları ele alınmaktadır. Daha sonra Türkiye'de iş ahlakı alanında gerçekleştirilen uygulamalar; özel sektör, kamu sektörü ve sivil toplum kuruluşları (STK) açısından incelenmektedir.

Nihat Erdoğmuş'un kaleme aldığı altıncı bölüm örgütlerde iş ahlakı uygulamaları hakkındadır. Bölümde öncelikle örgütsel ahlak kavramının temelleri üzerinde durulmaktadır. Daha sonra iş ahlakının davranışsal ve yapısal yönleri ele alınmaktadır. İlerleyen bölümlerde sırasıyla yönetişim, sosyal sorumluluk ve işletme fonksiyonları ile iş ahlakı ilişkisi incelenmektedir.

Yedinci bölümde, "4p yaklaşımı" çerçevesinde pazarlama ve reklam ahlakı ele alınmaktadır. Ömer Torlak, Şuayıp Özdemir ve Fikret Yaman öncelikle pazarlama karmasının dört temel elemanını iş ahlakı bakımından tek tek ele almaktadır. Yazarlar ayrıca pazarlama iletişimi bileşeninin bir alt bileşeni olan reklam ahlakı üzerinde geniş olarak durmaktadır.

Sekizinci bölümde Ali Osman Uymaz insan kaynakları yönetimi ve iş ahlakı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Yazar önce insan kaynakları yönetimi işlevlerinden seçme yerleştirme, eğitim ve gelişim imkânları, performans, ücret ve terfi açısından değerlendirme, motive etme, çalışanların işte kalmalarını sağlama (bağlılık) ve işten çıkarma faaliyetlerinin iş ahlakı ile ilişkisine odaklanmaktadır. Daha sonra örgütün diğer faaliyet ve uygulamalarının iş ahlakına uygun gerçekleştirilmesi için insan kaynakları yönetiminin katkısı üzerinde durmaktadır.

Finans ve iş ahlakı ilişkisinin incelendiği dokuzuncu bölümde M. Abdullah Şahin finans sektörünün çeşitli alanlarında iş ahlakıyla ilgili örnekler vererek bölüme başlamaktadır. Yazar daha sonra finansta ahlakın kuram ve uygulamasına detaylı olarak değinmektedir. İslami finansın kuramsal temelleri ve iş ahlakı ilişkisi ile bölüm sona ermektedir.

Hamza Ateş, onuncu bölümde kamu yönetimi ve iş ahlakı üzerinde durmaktadır. Bölüm kamu politikaları ve iş ahlakı ilişkisi ile başlamakta, kamu yönetiminin ahlaki alt yapısı ve kamu görevlilerinin uyması gereken ahlaki kurallar ile devam etmektedir. Yazar daha sonra kamu yönetiminde ahlaki ilke ve değerlerin yaygınlaştırılması üzerinde durmaktadır. Bölüm kamu görevlilerinin kamu hizmetlerinden yararlanan bireyler ve toplumun işlerini hızlı ve iş ahlakı ilkelerine uygun yürütmesinin önem ve gereği vurgusu ile sona ermektedir.

On birinci bölümde Hediyetullah Aydeniz öz denetim imkânı olarak medya ahlakını ele almaktadır. Yazar medya tarihi deneyiminden hareketle, konuyla

ilgili tartışmalar çerçevesinde Türkiye özelinde medya ahlakını incelemektedir. Bölümde tarihsel ve kuramsal arkaplana değinildikten sonra temel sorun alanları ve medya profesyonellerinin işlerini yaparken bu sorunlara yönelik ortaya koydukları ilkeler ve çözüm yolları üzerinde durulmaktadır.

Halil Ekşi ve Durmuş Ümmet tarafından kaleme alınan on ikinci bölüm psikoloji ve iş ahlakı hakkındadır. Yazarlar psikoloji alanının ulusal ve uluslararası literatürde kabul gören ahlaki-etik kuralları çerçevesinde psikoloji ve iş ahlakı ilişkisini ele almaktadır.

On üçüncü bölümde Abdulkadir Yıldız hukuk ve ahlak arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Yazar ilk olarak, hukukun ve ahlakın normatifliği ve sosyal düzen kuralları öngörmelerinden bahsetmektedir. Daha sonra yazar hukuku ve ahlakı birbirinden ayıran özellikler üzerinde durmaktadır. Bölümün ilerleyen sayfalarında hukuk ve ahlak ilişkisi çeşitli açılardan detaylı olarak ele alınmaktadır.

Öğretmenlik mesleği ve iş ahlakı ilişkisi on dördüncü bölümde Feride Ersoy tarafından kaleme alınmıştır. Yazar başlangıçta öğretmenlik mesleğinin yürütülmesinde ahlakın önemine dikkat çekmektedir. Bölümde öğretmenlik mesleğinin meslek olma sürecine değinilmekte, öğretmenlik ile ahlak bağlantısı kurulmakta ve öğretmenlik mesleği etik ilkeleri üzerinde durulmaktadır.

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

İş Ahlakı: Temelleri, Kapsamı ve Sınırları
Ömer Torlak, Nihat Erdoğmuş

İslam Ahlak Felsefesinin İnsan ve Erdem Tasavvuru
Kübra Bilgin Tiryaki

İş Ahlakı Alanında Yönelim ve Kabuller
Kadir Yıldırım

İktisadi Sistemler ve İş Ahlakı
Adem Levent

Tarihsel Bir Perspektiften Türkiye'de İş Ahlakı Uygulamaları
Emir Kayacan

1

İş Ahlakı: Tanımı, Temelleri, Kapsamı ve Sınırları

Ömer Torlak
Nihat Erdoğmuş

Tartışma Soruları

- İş ahlakı kavramını nasıl tanımlarsınız? İş ahlakının genel toplumsal ahlak ile birlikte ya da ayrı kullanılması hususunu nasıl değerlendirirsiniz?
- İş ahlakı hangi temellerden beslenir?
- İş ahlakı yaklaşımları nelerdir?
- İş dünyasında iş ahlakıyla ilgili problemlerin içerik olarak değiştiğini düşünüyor musunuz? Özü itibariyle iş ahlakına ilişkin problemlerin belirli konularda yoğunlaştığı söylenebilir mi?
- Fayda ve menfaat kavramları, iş ahlakı bağlamında olumlu ve olumsuz algılanmaları bakımından nasıl yorumlanabilir? Örnekler üzerinden açıklayınız.

Giriş

İş ahlakı beslendiği temeller ve kapsadığı alanlar bakımından uzun bir geçmişe sahiptir. Ancak ana akım işletmecilik literatüründe 1970'li yıllarda ortaya çıkmış bir alan olarak ele alındığı dikkat çekmektedir. Bu yüzden iş ahlakını temellendirme ve alanı tanımlamada yeni perspektif ve yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Yeni perspektif ve yaklaşımlar alandaki tek boyutlu bakışı aşma, zenginleştirme ve daha kapsamlı tanımlama bakımından önem arz etmektedir.

Mevcut iş ahlakı anlayışının oluşmasında Sanayi Devrimi sonrası gelişmelerin belirleyici bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Sanayi Devrimi sonrası toplumsal hayatın parçalı bir görünüme bürünmesi hızlanmıştır. Fabrikasyon ve kitlesel üretimin yaygınlaşması, yeni bir hayat tarzının ortaya çıkmasına yol açarken, kent ve kırsal hayatı derinden etkilemiştir. Bu durum beraberinde iş yapma biçimlerini farklılaştırmış ve dolayısıyla iş ortamına ilişkin yeni kurallar da hayat tarzının bir parçası olarak yerini almıştır. Geleneksel iş yapma tarzlarının hakim olduğu hayat tarzında ahlaki değerlendirmeler

daha bütüncül yapılırken, fabrikasyon üretimlerle yeni iş yapma biçimlerine bağlı olarak ahlaki değerlendirmelerin parçalı bakış açısıyla yapılmasına yol açmıştır. Hayatın daha bütüncül yaşandığı kırsal hayat tarzından farklı olarak; çalışmanın fabrikalar yoluyla gerçekleşmesi üzerine ortaya çıkan hayat tarzlarında sosyal hayat, aile hayatı, iş hayatı gibi farklı bölümlenmeler sonucunda hayatın farklı alanlarına ilişkin ahlaki değerlendirmelerde de parçalı bakış açılarının hakim olmaya başladığı söylenebilir.

Parçalı bir görünüm içinde yaşanmaya devam edilen hayatın bir alanı olarak iş dünyasında da fabrikalaşmanın beraberinde getirdiği çok sayıdaki olgu ve problemden kaynaklanan ahlaki konuların iş dünyası ölçeğinde ele alınması zorunluluğu kendini göstermiştir. Parçalı bir hayat tarzının toplum içinde yerleşmesiyle birlikte genel ahlaki değer yargılarından bağımsız ve daha parçalı bakış açısını içinde barındıran iş ahlakı yaklaşım ve bakış açıları da bu şekilde gündeme gelmeye başlamıştır. Toplumdaki ahlaki değerlerin bu parçalı bakış açılarının da etkisiyle zaman zaman unutulması, görmezden gelinmesi, yozlaşması veya ihmal edilmesi söz konusu olmuştur. Bu gelişmelere işveren ve işçi yönüyle daha fazla kazanma ve değişen hayat tarzlarına uygun bir hayatı daha kolaylıkla yaşama arzuları da eklenince, iş dünyasında sanki yeni bir ahlaki değerlendirme ihtiyacı varmış ya da ahlaki değerlendirme ihtiyacına yeni yeni tanık olunuyormuş gibi yaklaşımlar kendini göstermiştir. Tüm bu gelişmeler ahlakın temellerinden yoksun iş ahlakı yaklaşımlarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur denilebilir. Bir diğer ifadeyle, aslında evrensel ahlaki değerlere vurgu yapan ve insanlık tarihinin birikimini yansıtan mutluluk ahlakı, ödev ahlakı, erdem ahlakı gibi ahlak teorilerinin ortak mirasını kısmen göz ardı eden yeni bir iş ahlakı değerler manzumesi sunuluyormuş algısı baskın gözükmektedir. Böyle bir durum ise insanlığın ahlak konusundaki evrensel birikiminden yararlanma imkânını azaltmaktadır.

İş ahlakı uygulamalarında uyulması ve/veya kaçınılması gereken olumlu ve olumsuz birtakım değer, ilke ve davranışlar bulunmaktadır. Yalan söyleme, menfaat çatışması, rüşvet, ayrımcılık, cinsel taciz, dolandırıcılık, parasal yetkiyi kötüye kullanma, içeriden bilgi ticareti gibi olumsuz olanları yanında; dürüstlük, şeffaflık, sürdürülebilirlik, farklılıklara saygı gibi birçok olumlu davranıştan da bahsedebiliriz. İş ahlakı çalışmalarında kaynak olarak kullanılan ana akım literatürün Batılı kaynaklardan beslendiği görülmektedir. Bu durum, iş ahlakı alanını belli bir değer yapısı ve perspektifin şekillendirmesine sebep olmaktadır. Bugün diğer uygulamalı ahlak anlayışlarında olduğu gibi iş ahlakı alanında da var olan zengin birikim ile farklı ve yeni yaklaşımların yeteri kadar karşılık görmediği ve alanda yer bulamadığı söylenebilir. Örneğin İslam ahlak düşüncesi içerisinde geniş bir iş ahlakı literatürü bulunmakta fakat ana akım iş ahlakı tartışmalarında bu birikim yer alamamaktadır. Burada öne çıkması gereken husus, başkalarını suçlayıcı ya da kendisi dışındakileri yok sayan bir

yaklaşım yerine, alandaki çeşitliliğin artmasına zemin hazırlayarak, farklı bakış açılarının ortaya çıkması ve alanın zenginleşmesine katkı sağlamaktır.

Ahlak, diğer değerler gibi tamamıyla bir zaman-mekân aralığındaki toplumsal etkileşimlerin ürünü değildir.

Ahlak, diğer değerler gibi tamamıyla bir zaman-mekân aralığındaki toplumsal etkileşimlerin ürünü değildir. Bu yüzden değerleri; hazır bulunup alınan (evrensel dinî değerler) değerler ve toplumsal etkileşimin sonucu ortaya çıkan değerler olarak ikiye ayırabiliriz (Aydın, 2007). Bu kaynaklardan hangisine ağırlık verildiğine bağlı olarak farklı bir ahlak eğilimi ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde ana akım literatürde ahlakın ve dolayısıyla iş ahlakının tamamıyla insan kurgusu olduğu yaklaşımının yaygın olduğu görülmektedir. Böyle bir yargının oluşmasını besleyen ve destekleyen ise hemen tüm toplumlarda doğru-yanlış, iyi-kötü değerlendirmeleri bakımından belli ortak konuların örtüşüyor olması ve bu örtüşmede toplumu oluşturan insanların ortak inançlarının ön plana çıkmasıdır. Yalan söylememek, hak yememek, hırsızlık yapmamak, iftira atmamak, hak ettiğinden fazlasını talep etmemek gibi hususlar, hemen tüm toplumlarda inançlardan beslenen ahlaki değerlendirmeler olarak karşımıza çıkar. Bu ortak değerlendirmelerin sadece toplumsal etkileşimin sonucu ortaya çıkan değerler olarak kabul edilmesi ve ahlakı bunun üzerine temellendirmek doğru bir yaklaşım değildir. Dolayısıyla iş ahlakının temellendirilmesinde dinî kaynakların etkisinin yok sayılması doğru, tutarlı ve ahlaki bir yaklaşım olmadığı gibi aynı zamanda alanı kısırlaştırmaktadır. Bu yüzden iş ahlakının temellendirilmesinde dinî kaynakların etkisi ile toplumsal etkileşimin etkisini doğru konumlandırma ihtiyacı açıktır.

Bu çerçevede şu sorular akla gelmektedir. İş ahlakı denildiğinde olmazsa olmaz esaslar neler olmalıdır? Değişmez ve tamamı evrensel iş ahlakı ilkelerinden bahsedilebilir mi? Kapsamlı ve iş ahlakını tüm yönleriyle kuşatan iş ahlakı ilkeleri oluşturmak mümkün müdür? İş ahlakı alanındaki tek boyutlu hakim yaklaşım dışında başka yaklaşımlar nelerdir? İş ahlakının dayanacağı farklı değer ve perspektifler bakımından çeşitlilik ve zenginlik nasıl artırılabilir? Elinizdeki kitapta bu sorulara cevap aranmakta ve alternatif iş ahlakı yaklaşımları için bir zemin oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Bu bölümde ilkesel ve teorik düzeyde daha geniş bir perspektiften "yeni bir iş ahlakı"nın imkânları üzerinde durulmaktadır. İlk olarak iş ahlakı kavramı tanımlanmaktadır. Daha sonra, iş ahlakının dinî temelleri ile bugün anlaşıldığı hâliyle gelişmesine katkıda bulunan ve etkileyen iş ahlakına ilişkin teorik ve felsefi temellendirmeler açıklanmaktadır. Daha sonra ise iş ahlakının kapsam ve sınırlarının çerçevelenmesine yönelik açıklamalar yapılacaktır.

İş Ahlakı Kavramı

İş ahlakı kavramını açıklamadan önce ahlak kavramı ve onunla yakından ilişkili etik kavramını ve aralarındaki ilişkiyi tanımlamakta yarar görülmektedir.

Ahlak sözlükte "Bir toplum içinde kişilerin uymak zorunda bulundukları davranış biçimleri ve kuralları" olarak tarif edilmektedir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2017). Ahlak bir toplumun manevi dünyasını büyük ölçüde şekillendiren, insanların değer dünyalarını belirleyen, onlara nasıl davranmaları ve yaşamaları gerektiğini bildiren kurallar, normlar ve değerler sistemidir. Ahlak, ilkeden ziyade düzen kavramına karşılık gelir ve bireyin bütün unsurlarıyla hazır bulduğu norm ve kurallar bütünüdür (Cevizci, 2014, s. 17).

Türkçede ahlak ve etik kavramları sıkça birbirinin yerine kullanılan bazen de birbiriyle karıştırılan iki kavramdır. Ahlak ve etik kavramları aynı kökten türemiş ve birbiriyle yakından ilişkili olsa bile farklı anlamlara sahiptir. Bu iki kavram kadar sık kullanılmasa da bunların yanına moralite kavramı da ilave edilebilir. Ahlak kavramı Arapça *hulk*; etik kavramı Grekçe *ethos*; morality ise Latince *mos* sözcüğünden türemiştir. Bu kavramlar genel olarak töre, gelenek, görenek, alışkanlık, huy, mizaç anlamlarına gelmektedir (Pieper, 1999, s. 21'den aktaran Cevizci, 2014, s. 12).

Ahlak kavramı Arapça hulk; etik kavramı Grekçe ethos; morality ise Latince *mos* sözcüğünden türemiştir.

Bu çalışmada ahlak ve etiğin aynı kökten gelmekle beraber farklı anlamları olduğu kabul edilmektedir. Ahlak, günlük yaşamdaki davranış, tutum ve ilişkileri somut ve ayrıntılı olarak inceler (Kutlu, 2013, s. 15). Ahlak eylemle yaşama alanına çıkan, tanımlanabilir olmaktan çok gösterilebilir bir niteliğe sahiptir (Poyraz, 2007, s. 16). Buna karşılık etik, ahlakın felsefi boyutunu ele aldığı için daha soyut ve teorik bir anlam içermektedir. Etik, felsefenin ahlaki değerlerle ilgili bir alt dalıdır. Felsefenin bir alt disiplini olarak etik, ahlak problemleri, ahlaki yargılar ve ahlaklılık üzerine odaklanır. Yani etik kavramı, ahlak üzerine düşünme veya ahlak felsefesi anlamında kullanılmaktadır. Bu tanımlardan sonra ahlakın davranışlara, etiğin ise ilkelere odaklandığını söyleyebiliriz. Yine ahlak kavramının kullanımı toplumumuzda daha güçlü bir anlama ve ağırlığa sahiptir. Bu yüzden etik ve moralite yerine Türkçede ahlak kavramının kullanımının daha uygun olduğu düşüncesinden hareketle bu kitapta ahlak kavramının kullanımı tercih edilmiştir. Bu çalışmada benimsenen ahlak yaklaşımı temelini dinî/ilahî kaynaklardan alan ve toplumsal etkileşimle şekillenen değer, norm ve kurallar seti ve bunların uygulamaya yansıması olarak ifade edilebilir.

Felsefenin bir alt disiplini olarak etik, ahlak problemleri, ahlaki yargılar ve ahlaklılık üzerine odaklanır.

İş ahlakı, uygulamalı ahlakın bir alt alanı olup, ahlak felsefesinin uygulama alanına yönelik tarafında yer alır. İş ahlakı

İş ahlakı, uygulamalı ahlakın bir alt alanı olup, ahlak felsefesinin uygulama alanına yönelik tarafında yer alır.

(*business ethics*) alanı; çalışma ahlakı (*work ethics*), meslek ahlakı (*profesyonel ethics*) ve işletme/örgütsel ahlak (*organizational ethics*) olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. İş ahlakı birbiriyle etkileşim hâlinde bulunan bu alanların bir araya gelmesinden oluşan çoklu bir yapı arz eder. Bu çalışmada iş ahlakı genel olarak üç alt alanı da kapsayan biçimde kullanılmaktadır. İş ahlakının alt alanları söz konusu olduğu zaman ise spesifik olarak çalışma, meslek ya da örgütsel ahlak kavramları kullanılacaktır.

İş Ahlakının Dinî Temelleri

Ahlaka duyulan ihtiyaç, insanlık tarihi ile eş zamanlı olup yine insanlık var olduğu sürece devam edecektir. Bu bağlamda ahlakın ve dolayısıyla iş ahlakının temeli, insanın bizatihi varlığıdır. İnsanın kendisi, diğer insanlar, kurumlar ve çevreyle ilişkisi, bunların sonuçları, ahlakın konusudur. Aynı şekilde iş dünyasında her konumdaki insanın kendisi, diğer insanlarla ilişkisi ve çevre ile kurumlara olan etkileri de iş ahlakının kapsamına girer.

İş ahlakının konusunu oluşturan insanın bizatihi varlığı, iletişim ve etkileşimleri gelenekler, toplumsal tecrübeler ve kültürel değerlerden bağımsız değildir. Böylesi bir bakış açısından hareketle, vahiy kaynaklı olsun ya da olmasın veya herhangi bir din inancı olmaksızın, hemen hemen tüm toplumlarda dinî inançtan bağımsız olarak, ahlak ve iş ahlakı bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkar. Bu tür bir yaklaşıma bağlı olarak, ahlakın temellerinin din ve dinî inanışlardan bağımsız olduğunu söylemek ise işin başında oldukça hatalıdır. Çünkü ahlakın ve iş ahlakının söz konusu olduğu her tür toplumsal hayatın, o toplumu oluşturan bireylerin dinî inançlarından bağımsız ve etkilenmeksizin yürüdüğü kesinlikle söylenemez. Tam tersine toplumun ve toplumu oluşturan farklı kesimlerin dinî inanışları, ahlak ve iş ahlakını ilgilendiren hususlardan önce vardır ve bu dinî inançları, onların tutum ve davranışlarına etkide bulunur. Bu etkilenme sonucunda toplumsal hayat ve dolayısıyla iş hayatı açısından önemli görülen ahlaki ilkeler, yazılı olmasa da kendisine uygulama alanı bulur.

Batı ahlakının biri dinî diğeri felsefi iki tarihsel temeli olduğunu ifade eden Yaran, dinî temeller olarak Tevrat'taki On Emir ile İncil'de yer alan ahlaki emir öğütlerini sıralarken; felsefi temeller olarak ise Yunan medeniyetinin dört temel erdemi ile Roma ahlak felsefelerine işaret eder (Yaran, 2010, s. 15). Batı ahlakının dinî temellerinden olan On Emir önemli ölçüde değerini korumakla birlikte, toplumdaki dindarlık olgusunun zayıflaması, ahlakın felsefi temellerini ön plana çıkarmıştır. Öte yandan Batı ahlak felsefe yaklaşımlarının her geçen gün daha göreceli hâle gelmesi de dikkate alındığında, Batı'da iş ahlakının temelleri etik ilkeler yoğunluklu bir noktaya ilerlemiştir.

Ahiret inancının varlığı ve insandaki gücüne bağlı olarak İslam ahlak anlayışının temelinde dinî inançların etkisi daha açıktır. İslam, var olan insanlık birikimi olarak doğru işleyen birikim ve gelenekleri yok saymamış, tam tersine benimsemiştir. Bu kapsamda On Emir büyük ölçüde kabul görürken; bu konuların tersine hareket tarzı ise büyük günahlardan sayılmıştır. Yine İslam peygamberi Muhammed (sav)'in, "Ben güzel ahlakı tamamlamakla emrolundum." hitabı da, İslam'da ahlakın dinî inançlarla çelişmediğinin işaretidir.

Vahiy kaynaklı ya da tahrif edilmiş olmasından bağımsız olarak, din iş ahlakının temelleri arasında yer alan önemli bir olgudur. Ancak dinin uygulamalarından kaynaklanan insana ve yönetimlere bağlı aksaklık ve yanlışlıklara bağlı olarak dinî inançlarla uyuşmayan iş ahlakı konularıyla karşı karşıya kalındığı da bilinmektedir (Arslan, 2005, s. 24-27). Din ile ahlak arasındaki ilişkinin nedensel olmaktan ziyade döngüsel bir nitelik taşıdığı görüşü de (Demir, 2003, s. 95), bu sonucu destekleyen bir husus olarak değerlendirilebilir. Sonuç itibarıyla ahlakın tarih boyunca genellikle dinlerden beslenen aşkın bir karaktere sahip olma özelliklerinden söz edilebilir (Erdemir, 2012, s. 6). İslam'ın iş ahlakına yönelik hem sade hem de kapsayıcı bir ilkeler manzumesi sunması, din ile iş ahlakı arasındaki ilişkiyi daha açık bir şekilde göstermektedir.

İslam dininin sadeliğe vurgu yaptığını ifade eden Yaran, günümüzde İslam dünyasında da görmezden gelinemeyecek pek çok ahlaki sorunlar olduğunu ve zamanımızın en önemli sorunlarının da aslında ahlaki sorunlardan oluştuğunu belirtmiş ve Nahl Suresi 90. ayetten yola çıkarak İslam'da ahlakın dört şartının oldukça sade olmak üzere şu şekilde ifade edilebileceğini ortaya koymuştur (Yaran, 2010, s. 60-82):

i. Adalet

ii. Muavenet (yakınlara bakma, yardımlaşma ve fedakârlık)

iii. İffet ("hayasızlık"ın karşıtı olarak "haya"nın benzer bir ifadesi olarak)

iv. Merhamet ("haddi aşma"manın biraz daha genelleştirilmiş ve sade bir ifadesi olarak).

İslam insana akıl ve iradesini kullanmayı emreden bir dindir. Bu açıdan İslam'ın, ahlaken güçlü bireyin oluşumuna ve desteklenmesine önem verdiği söylenebilir. Nitekim İslam peygamberi Muhammed (sav)'in bu yöndeki çabaları açıktır.

Bir başka çalışmada İslam ahlak sistemini şekillendiren beş temel esasın olduğu öne sürülmektedir. Bu temel esaslar tevhid, muvazene, özgür irade, sorumluluk ve ihsandır (Bikun, 2011). Tablo 2.1'de bu esaslar kısaca açıklanmıştır.

Tablo 2.1.
İslam Ahlak Sisteminin Temel Esasları

Tevhid	İnsan yaşamının ekonomik, siyasi, sosyal ve dini yönlerini bir arada ele alıp, tutarlılığı ve düzeni ön plana çıkarır. İslam'ın dikey yönünü temsil eder.
Muvazene	Adalet kavramıyla ilgilidir. Sosyal düzeni oluşturmak için insan yaşamının çeşitli tarafları arasındaki dengeyi sağlar. İslam'ın yatay yönünü temsil eder.
Özgür İrade	Allah'ın yaratmasının sınırları içerisinde Allah'ın yeryüzündeki halifesi olarak insanın dışsal bir zorlama olmaksızın eylemde bulunma yeteneğidir.
Sorumluluk	İnsanın eylemleri dolayısıyla sorumluluk altında olmasıdır.
İhsan	Hiçbir yükümlülük altında olmadan başkalarına iyilikte bulunmaktır.

Kaynak : Nakvi'den, (1981) uyarlayan Bikun (2011, 36).

Özgür iradenin kullanılmasına fırsat verecek şekilde ve özgür irade ile gerçekleştirilen her türlü ticari eylem bakımından iş dünyasında iş ahlakı bakımından da tevhid inancına aykırı hareket edilmemesi ve bu bağlamda dünya ile ahiret dengesinin gözetilmesi insana öğütlenir. Bu bağlamda adalet, denge, sorumluluk bilinciyle hareket edilmesi ve hile yapılmaması, dürüst olunması ve gerektiğinde zorda olana yardımcı olunması da İslam'da iş ahlakının temel ilkeleri arasında yer alır (Köse, 2015).

Ahlakın temelinde dinî inançların varlığından söz etmek, din ile ahlakın bire bir aynı şeyler olduğu anlamına gelmez. Zira din ve ahlak birbirlerini bütünüyle ne dışlarlar ne de kapsarlar. Dinin tamamı sosyal ilişkileri düzenleyen ahlaki kurallardan ibaret değildir. Dinin bundan başka aşkın bir inanç sistemi, kozmik düşünceleri yani varlığın başlangıcı ve sonunu açıklayan ve bir ahlak ilkesine indirgenemeyen yönü de vardır. Şüphesiz ahlakın önemli bir kısmı din kaynaklıdır. Nitekim tarih boyunca dinde kendine bir dayanak bulan ahlakın toplumsal hayatta daha belirleyici olduğu görülmüştür (Aydın, 2007).

Dinî inançlardaki zayıflama veya bozulmanın beraberinde getirdiği iş ahlakı problemleri ve onların sorumluluğu bizatihi dinî inançlara yüklenemez. Zira dinin gereklerini yerine getiren veya getirmeyen, insanın kendisidir. İş ahlakıyla ilgili her geçen gün artan problemli alanlar ve yeni yeni gündeme gelen konuların insanın sorumluluğunda olduğu unutulmamalıdır. İş ahlakına yönelik büyüyen ve çeşitlenen problemleri çözmek bakımından dinî temelleri göz ardı eden insanlığın, özellikle faydacı ahlak teorilerinin de etkisiyle ahlak felsefesi konularına yöneldiği ve bu noktada problem çözme amaçlı bazı iş ahlakı felsefesi çalışmalarına ağırlık verdiği de gözden kaçmamaktadır. Bu bağlamda iş ahlakına yönelik teorik ve felsefi arka plana bakılmasında da fayda vardır.

İş Ahlakına Yönelik Teorik ve Felsefi Temellendirmeler

Ahlak felsefesi, "Ne yapsam doğru olur?" sorusunu soran herkes bakımından tüm ahlaki öğütler için kılavuzluk yaparken eş zamanlı olarak, "Nasıl yaşamalıyım?" sorusuna genel bir cevap önerme görevinden de vazgeçemez (Heller, 2006, s. 225-227). O hâlde ahlak felsefesinin sınıflandırılmasında bir yandan doğruluk, iyilik, dürüstlüğe ilişkin ipuçları herkes için ortaya konulması gereken bir durum iken; diğer yandan doğru, iyi ve dürüst olanın nasıl tanımlanabileceği ve anlaşılabileceğine ilişkin ipuçları bulunmalıdır. Bu durumda iş ahlakına yönelik teori ve felsefi arka planın temellerine ilişkin sınıflandırmada ister istemez konunun normatif boyutları dikkate alınması gerekirken öte yandan sonuçlara ilişkin boyutlar da dikkate alınır.

Diğer taraftan felsefe, olgusal önermeler olarak aynı nesnel statülere sahip olup olmadıkları, hangi sonuçları doğuracaklarına bakmaksızın, ulaştığımız yargıların nasıl haklılaştırılabileceği sorusunu sorar. Bu kaygılar, hem yaptığımız hem de yapmamız gerektiği bakımından garip kaçan soyut ahlak teorilerine yol açabilir (Nuttall, 1997, s. 25). Dolayısıyla felsefe, iş ahlakı bakımından farklı teorik temellendirmelere yol açan bakış açılarını besleyebilir. Bu yönüyle de hem ahlak hem de iş ahlakına yönelik felsefi yaklaşımların sınıflandırılmasında bakış açısı farklılıkları ortaya çıkabilir.

İş ahlakına ilişkin felsefi temellendirmelere geçmeden önce aslında büyük ölçüde felsefi temellendirmelerden hareketle gündeme gelen teorik yaklaşımlara ilişkin özet bir sınıflandırmanın sunulması faydalı görülmüştür. Zira bu teorik yaklaşım sınıflandırmaları ile iş ahlakına ilişkin felsefi arka planın anlaşılmasının kolaylaşacağı umulmaktadır.

İş ahlakıyla ilgili teorik yaklaşımların her biri farklı felsefi arka plandan desteklenmekte olduğu için hiçbirinin tek başına yeterli olmadığını belirtmek gerekir. Her bir yaklaşımın arka planında felsefi olarak katkı sunanların bakış açısı ve değerlendirmelerinin öznel etkileri baskındır. Diğer yandan, her bir yaklaşımda önceki yaklaşımlardan etkilenme ihtimali az veya çok vardır. Bu durum ise yanlılığı beraberinde getirebilir. Tablo 2.2'de iş ahlakı yaklaşımlarından daha yaygın olarak bilinen üç yaklaşımın belirleyicileri ve bazı sınırlılıkları yer almaktadır.

İş ahlakıyla ilgili teorik yaklaşımların her biri farklı felsefi arka plandan desteklenmekte olduğu için hiçbirinin tek başına yeterli olmadığını belirtmek gerekir.

Tablo 2.2.
İş Ahlakı Düşüncesiyle İlgili Üç Temel Yaklaşım

Yaklaşım	Kritik Belirleyici Faktör	Eylemin Ahlaki Olma Şartı	Sınırlılıklar
Faydacılık	Kâr ve maliyetleri karşılaştırma	Net kârların net maliyetleri aşması	Bazı insan kaynakları ve sosyal maliyetleri ölçme güçlüğü
Haklar	Haklara saygı gösterme	Temel insan haklarına saygı gösterilmesi	Çatışan hakları dengeleme güçlüğü
Adalet	Hakların (payların) adaletli dağıtımı	Kârlar ve maliyetlerin adaletli dağıtılması	Kârlar ve maliyetleri ölçme güçlüğü, payların adaletli dağıtımında anlaşma güçlüğü

Kaynak: Post, Frederick, Lawrence ve Weber (1996, s. 125)

İşletmenin herhangi bir davranış ya da eylemiyle ilgili üç yaklaşıma göre sorular şu şekilde sorulabilir:

i. Kârlar maliyetleri aşıyor mu? (Faydacılık yaklaşımı)

ii. İnsan haklarına saygı gösteriliyor mu? (Haklar yaklaşımı)

iii. Kârlar ve maliyetler adil olarak dağıtılıyor mu? (Adalet yaklaşımı)

Bu soruların tamamına evet cevabı veriliyorsa bu eylem ya da davranış, büyük olasılıkla ahlaki olarak değerlendirilirken; üç sorunun tamamına hayır cevabı veriliyorsa büyük olasılıkla ahlak dışıdır. Üç soruya verilen cevapların bir kısmı evet bir kısmı hayır olduğunda ise eylem ya da davranışın ahlaki olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği göreceli olarak değişecektir. Böyle durumlarda değerlendirmeyi yapan kişi ya da organizasyonların öncelikleri belirleyici rol oynar (Post vd., 1996, s. 128-130).

Yukarıda sıralanan faydacılık, haklar ve adalet yaklaşımları aslında iş ahlakına yönelik teorik arka planın iki temel bakış açısını oluşturan sonuçlara yönelik (teleolojik) ve kurala dayalı (deontolojik) yaklaşımların referansları olarak da değerlendirilebilir. Bu iki temel yaklaşımdan ara kesitler barındıran görecelilik ve değer yaklaşımları da iş ahlakının teorik arka planına ilişkin gündeme gelebilen yaklaşımlardır.

İş ahlakına yönelik teorik ve felsefi temellendirmeler farklı bakış açılarından farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Batı ahlak felsefesinde bu sınıflandırmalardan son zamanlarda en çok tercih edilen tasniflerden birine göre üç ahlak alanı vardır: *(i)* metaetik, *(ii)* normatif etik, *(iii)* uygulamalı etik (Yaran, 2010, s. 15). Başka bir sınıflandırmaya göre iş ahlakına yönelik felsefi yaklaşımlar; teleolojik (sonuca yönelik), deontolojik (kural veya nedene bağlı), görecelilik

ve değer yaklaşımları olmak üzere dört genel başlık altında incelenir (Torlak, 2007, s. 121-134).

Aşağıda kısaca iş ahlakına yönelik felsefi temellendirmelere ilişkin bu dört yaklaşımla ilgili bilgilere yer verilmiştir.

Teleolojik (Sonuca Yönelik) Yaklaşımlar

Kendi içinde bencillik ya da egoizm ile faydacılık olarak adlandırılan iki yaklaşımı içinde barındıran teleolojik ya da sonuca yönelik yaklaşımlarda bir davranışın ahlakiliği o davranışın sonuçlarına bakılarak değerlendirilir. Sonuçların kişi, grup veya toplumun çoğunluğu açısından olumlu ya da beklenen doğrultuda gerçekleşmesi, eylem ve davranışın ahlakiliği için yeterli görülür. Diğer bir ifadeyle, teleolojik felsefe davranışların sonuçlarını değerlendirir.

Aşağıda sırasıyla bu iki temel teleolojik yaklaşıma ilişkin kısa açıklamalar yer almaktadır.

İşletmelerde her konumdaki çalışanlar ile işletme sahip ve yöneticilerinin davranışlarının sonuçlarına bakılarak değerlendirme yapılan teleolojik yaklaşımlar genellikle faydacılık ve bencillik olarak iki başlıkta sınıflandırılır. Faydacılık yaklaşımına göre davranış ya da eylemin sonucunun büyük çoğunluk açısından olumlu olup olmamasına bakılırken; egoizm ya da bencillikte ise davranışın sonuçları bireyin arzularını karşılayıp karşılamamasına göre değerlendirilir (Ferrell ve Fraedrich, 1994, s. 54-56).

İşletme faaliyetleri ve iş ahlakı açısından faydacılık yaklaşımının, işletme kârlarının artmasıyla elde edilecek toplam faydanın artacağına yönelik, Adam Smith ve izleyicileri arasında Milton Friedman'ın böyle bir anlayışı temsil ettiği söylenebilir. Diğer yandan, işletmelerin çevre konularında gösterdikleri, "Elde ettiğimiz çıktının değeri çevreye verilen zarardan daha yüksektir ve bu fayda herkes için en yüksek düzeydedir.", "Tüketime olan talebin artmasıyla bireylerin borçlanmasına rağmen elde edilen toplam fayda herkes için en yüksek faydayı vermektedir." vb. şeklindeki ifadeler de faydacılık yaklaşımının örnekleri olarak belirtilebilir (Torlak, 2007, s. 124).

Bir davranışın sonucu, o davranışı gerçekleştiren açısından en yüksek faydayı vermesi söz konusu olursa bu durumda faydacılık yerine bencillik yaklaşımından söz edilir.

İş ahlakı açısından bencillik belli ölçüde doğal karşılanabilir. Çünkü işletme içinde ve dışındaki her kişi ya da paydaşın kendi çıkarını maksimuma ulaştırma amacı her zaman olacaktır. Burada başkalarının zararına bilerek ve

Teleolojik ya da sonuca yönelik yaklaşımlarda bir davranışın ahlakiliği o davranışın sonuçlarına bakılarak değerlendirilir. Sonuçların kişi, grup veya toplumun çoğunluğu açısından olumlu ya da beklenen doğrultuda gerçekleşmesi, eylem ve davranışın ahlakiliği için yeterli görülür.

kasıtlı olarak hareket edilmesi, iş ahlakının asgari gereklilikleri olan dürüstlük ve adaletten uzaklaşılması söz konusu ise bencillik artık bir iş ahlakı problemi olarak karşımıza çıkar. Bencillik yaklaşımı ile ortaya konan davranışların bu ve benzeri iş ahlakını zedeleyecek sonuçlara yol açması ihtimalinin oldukça yüksek olduğu akıldan çıkarılmamalıdır.

Sonuca yönelik yaklaşımları bütünüyle olumsuz olarak değerlendirmek elbette doğru olmaz. Ancak hem faydacılık hem de bencillik yaklaşımlarının kişisel ya da belli hedef kitlenin amaçlarını tatmine yönelme bakımından hazcılık (*hedonizm*)'a veya ne pahasına olursa olsun amaca ulaşmayı esas alma bakımından makyavelist olmaya yönlendirme ihtimalinin oldukça yüksek olduğu unutulmamalıdır. Bu bakımdan sonuca yönelik yani teleolojik iş ahlakı teorik arka planının uygulamada her zaman amaçlandığı gibi gelişmeyeceğinin bilinmesi gerekir.

Deontolojik (Kurala veya Nedene Dayalı) Yaklaşımlar

Deontolojik yaklaşım, teleolojik yaklaşımın aksine; faydası çok olsa bile tek bir kişiye dahi zarar verebilecek davranışlardan kaçınılmasını öğütler. Deontolojik yaklaşımda eylem ya da davranışı gerçekleştirenin niyeti ya da bir diğer açıdan o eylem ve davranışla ilgili yazılı olan veya olmayan normlar gözetilir. Yine deontolojik yaklaşımlar insanın bazı temel haklara sahip olup aynı zamanda yaratılıştan gelen ahlaki değerlerle donatıldığını da varsayar. Dolayısıyla deontolojik yaklaşımlar, esas itibarıyla bireyin eylem ve davranışlarında ahlaki kurallara uygunluğu bekler.

Kural ya da nedene dayalı olarak da isimlendirilen deontolojik yaklaşımların en temel özelliği, herhangi bir davranışı sonuçlara göre değil; o davranışa rehberlik eden normatif kural yani ahlaki ilke veya o davranışa yol açan sebebe göre değerlendirmeye almasıdır.

Kural ya da nedene dayalı olarak da isimlendirilen deontolojik yaklaşımların en temel özelliği, herhangi bir davranışı sonuçlara göre değil; o davranışa rehberlik eden normatif kural yani ahlaki ilke veya o davranışa yol açan sebebe göre değerlendirmeye almasıdır.

Deontolojik yaklaşımlara göre, insanların yaratılış özellikleri dikkate alınır ve bu özelliklere ilave olarak yaşanan süreçte öğrenme yoluyla kazanılan huy, mizaç veya karakter olarak isimlendirilen niteliklerin insan davranışına yön vereceği, ayrıca toplumsal hayat içerisinde genel kabul görmüş birtakım değer ve normların davranışlar üzerinde etkili olacağı varsayılır (Torlak, 2007, s. 126). Örneğin, bir toplumda bir kişi ya da kurumdan alınmış bir borcun ödenmesinde gecikme söz konusu olduğunda, yerleşmiş ve kabul görmüş kurallara göre faiz ödenmesi gerekiyorsa böyle bir durumda deontolojik yakla-

şımlara göre faizin ödenmesi ahlaki bir yükümlülük olarak karşımıza çıkar. Oysa faydacılık yaklaşımına göre böyle bir durumda faiz ödeme yükümlülüğünü ortaya çıkaran şey, bu tür kabul edilmiş bir kuralın varlığı değil böyle bir sonucun ortaya çıkmış olmasıdır (Buchholz ve Rosenthal, 1998, s. 27). Bu örnekten de anlaşılacağı gibi, davranış veya eylemlerin ahlaki açıdan değerlendirilmesinde teleolojik yaklaşımlar sonuçları esas alırken; deontolojik yaklaşımlarda davranışlara rehberlik eden normlar, kurallar, sebepler ya da niyetler gözetilir.

Kurala dayalı yani normları esas alan deontolojik yaklaşımlar, literatürde genel olarak haklar ve adalet yaklaşımları şeklinde iki temel yaklaşım olarak incelenir.

Demokratik yönetimlerin dünya ölçeğinde gelişmesine bağlı olarak daha fazla gündeme gelen haklar yaklaşımı, insanlık tarihi boyunca farklı yönetim biçimlerine göre yönetilen insanın sahip olduğunu düşündüğü haklarına sahip çıkma arayışlarının bir sonucu olarak da değerlendirilebilir.

Hak; bir şeye sahip olabilme, bir şeyi yapabilme yahut kendisine karşı yapılmaması gerekli bir şeyin yapılmasını önleme (savunma) gücü anlamındaki yetkidir. Toplumsal gelişme hakları da geliştirmekle birlikte, hakların kapsamının genişlemesi yeterli olmayıp, haklardan yararlanabilme ve onları kullanabilme imkânı da aynı derecede önemlidir (İzveren, 1980, s. 105). Dolayısıyla sadece hakların var olduğu ya da verildiği şeklindeki açıklamaların yeterli olmadığı, bu haklardan yararlanabilme ortamının varlığının da gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin, bir işletmenin herhangi bir ürünle ilgili müşterilerin bilgilenme hakkına saygı gösterdiğini söylemesi yeterli değildir. Bununla birlikte her müşterinin ve hatta potansiyel müşterilerin de kolaylıkla ulaşabilecekleri bilgi kaynakları aracılığıyla ilgili bilgileri açık ve anlaşılır bir şekilde, abartmaksızın piyasaya sunma gereği vardır (Torlak, 2007, s. 127).

Haklar, şu üç temel özelliğe sahiptir: *(i)* Her kişinin, grup ya da toplum örgütlenmesinin, insanların haklarına saygı duymaları ahlaki bir görevdir, *(ii)* Her insan, bir hak sahibi olarak bağımsızca ve diğerleri ile eşit düzeyde haklarını savunabilir, *(iii)* Hak, kişinin davranışlarına ahlaki bir haklılık zemini sağlar. Bu özellikleri çerçevesinde hak temelli ahlak yaklaşımı, insanların birbirlerine karşı belli ahlaki görevleri olduğunu ve ahlaki hakların toplumun değil bireylerin bakış açısı ile değerlendirilmesini ifade eder (Kırel, 2000, s. 36-37). Dolayısıyla haklar yaklaşımına göre işletme yönetimlerinin bakış açısından ziyade; müşteriler, çalışanlar ve diğer paydaşları oluşturan bireylerin bakış açılarının önemsenmesi gerekir. Ancak bu bakış açısı, bireyin haklarına karşı sorumluluklarını yok sayan bir anlayışa yol açmamalıdır.

Bu bağlamda haklar yasal ve ahlaki haklar olarak sınıflandırılabileceği gibi; davranışa ve etkilerine muhatap olan diğer insanlar üzerindeki etkilerine bağlı olarak, olumlu ve olumsuz haklar şeklinde de sınıflandırılabilir. Dolayısıyla

yukarıda belirtildiği üzere, birinin hakkı diğerinin hakkına zarar verecek noktada ahlaki olarak değerlendirilemez. Diğer taraftan her yasal hakkın ahlaki açıdan da olumlu şekilde değerlendirilmesi mümkün olmayabilir. Kültürel ve toplumsal değer yargılarının değişmesine bağlı olarak ahlaki haklar daha yavaş değişebilirken; toplumsal dinamiklerin hızlı değişmesi ve farklılaşan hayat tarzları ve iş dünyasındaki iş yapma biçimlerinin hızlı değişimi kapsamında yasal haklardaki değişiklik ihtiyacı daha hızlı ortaya çıkar.

Çalışmanın farklı biçimlerinin ele alındığı bir incelemede, çalışmanın lanetli bir iş olarak görülmesinin yol açtığı ekonomik ve sosyal problemlerin aşılabilmesi ve dolayısıyla çalışmanın lanetli bir iş olmaktan çıkarılabilmesi için, çalışma hayatına ilişkin yasal hakların geliştirilmesi yanında eğitim ve mesleki gelişime yönelik hükûmet politikalarıyla desteklenmesi gerektiğine vurgu yapılır (Budd, 2016, s. 64). Bu bakış açısı da bize, çalışma hayatında yasal haklar kadar ahlaki hakların da gözetilmesi gerektiğini açıkça gösterir.

Haklar yaklaşımında kişisel hakların sınırları ve bu sınırların çizilmesine yönelik tartışmaların olduğu görülmektedir. Daha fazla özgürlük yanlısı olanlara göre hakların toplumsal, yasal ya da diğer bireylerin hakları gibi herhangi bir kısıtla sınırlandırılmasının bireysel hakları zedelediği ve dolayısıyla her türlü sınırlamaların kaldırılması gerektiği ifade edilebilirken; hakların diğer insanların hakları ile toplumun kabul görmüş ahlaki kurallarıyla sınırlandırılması gerektiği görüşünü savunanlar da bulunmaktadır. Dolayısıyla haklar yaklaşımında kişinin sahip olduğu hakların toplum ya da grupla dengeli olarak değerlendirilmesi; fakat bu noktada kişinin odak noktası olarak alınması gerektiğinin altı bir kez daha çizilmelidir. Örneğin bir işletmede asıl olan, çalışanlar olarak bireylerin haklarıdır. Bu haklar, kabul görmüş organizasyon ve toplum hakları ile diğerlerinin haklarını zedelemediği sürece geçerli ve asıl kabul edilmelidir (Torlak, 2007, s. 128).

İkinci temel deontolojik yaklaşım olarak adalet yaklaşımı, esas itibarıyla insanlara adil davranılması gerektiğini ve haklar bakımından bir olumsuzluk söz konusu olursa ortaya çıkan olumsuzlukların telafi edilmesini öngörür. Hakların yerine getirilmesi bakımından dağıtıcı, telafi edici ve cezalandırıcı olmak üzere üç tür adaletten söz edilir.

Her türlü mal ve hizmetin ve özellikle de kamusal malların toplumun bireylerine adil olarak dağıtılmasını esas alan dağıtıcı adalet, ideal duruma yaklaşmayı hedefler. Bu açıdan dağıtıcı adalet yaklaşımında hem kamusal mallardan sağlanacak faydalar hem de bireyin topluma karşı sorumluluklarının adil olarak dağıtımına özen gösterilir.

"Dağıtıcı adalet yaklaşımı" ideal olanı hedeflemekle birlikte elbette istenmeyen bazı olumsuzluklarla karşı karşıya da kalınabilir. Başka bir ifadeyle, dağıtıcı adalet ile haklar ve sorumlulukların dağılımı her zaman adaleti tesis etmeye-

bilir. Bu noktada ortaya çıkan olumsuzluklara yönelik hakların telafisi gerekir. "Telafi edici haklar yaklaşımı" önlemeyen zararları telafi etme ve hakları tesis etmeyi amaçlar.

"Cezaya dayalı adalet yaklaşımı", yanlış yapanların bu davranışlarından caydırılması esasına dayanır. Kasten ve kötü niyetli eylemlerden sakındırmak ve bu tür davranışlardan zarar görenlerin haklarını tesis etmek bakımından ceza her şeye rağmen önemli bir yaptırım aracıdır. Bu açıdan gerek işletme içinde gerekse işletme dışındaki olumsuz sonuçları azaltmak ve caydırıcı olmak bakımından cezaya dayalı hak yaklaşımı önemli bir ihtiyacı karşılar.

Görecelilik Yaklaşımı

Adından da anlaşılacağı üzere, görecelilik yaklaşımı, farklı kültür ve toplumsal değer yargılarına bağlı olarak ahlaki bakış açılarındaki farklılığa işaret eder. Diğer taraftan aynı toplum ya da kültürel değerin zamana bağlı değişimi de iş ahlakı yaklaşımı olarak görecelilik yaklaşımının daha fazla gündeme gelmesini beraberinde getirmiştir. Değişen iş yapma biçimleri, ticaretin küreselleşmesi ve hayat tarzlarının hızla farklılaşması, kültürel göreceliliğin artmasına ve dolayısıyla iş ahlakına yönelik görecelilik yaklaşımının da daha fazla tartışılır olmasına sebep olmaktadır.

Görecelilik yaklaşımı, farklı kültür ve toplumsal değer yargılarına bağlı olarak ahlaki bakış açılarındaki farklılığa işaret eder.

Ahlaki davranış, içinde bulunulan çağın özelliklerini içinde barındırır. Bu yönüyle ahlak ve ahlaki değerlendirme aynı zamanda durumsaldır. Herhangi bir ahlaki karar alınırken belli bir durumun ya da bir dizi benzer durumların sınırları içinde kalınır ve bu karar büyük ölçüde kişinin öğrendiklerine ve deneyimlerine bağlıdır (Steinberg ve Austern, 1996, s. 141). Görecelilik yaklaşımı, bu yönüyle iş ahlakına ilişkin değerlendirmelerde davranış ve eylemin kendi kültürel bağlamı içinde değerlendirilmesine fırsat verirken; bu durumun niyete bağlı olarak farklı amaçları meşrulaştırma için kullanılmasına yol açabileceği unutulmamalıdır. Rüşvet, önemli bir iş ahlakı problemidir; fakat görecelilik yaklaşımı kapsamında farklı tarzlara büründürülmüş bir rüşvet meşrulaştırma çabasına da konu olabilir.

Bu yaklaşım, son yıllarda gelişen ve artan uluslararası ticaretin de etkisiyle üzerinde durulması gerektiğine inandığımız bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. İşletmeler, bir yandan üretimlerini dünyanın birbirinden uzak ve çok farklı kültürlerinde gerçekleştirir ve ürünlerini de çok değişik kültürel değere sahip müşterilere sunarken, bu ürünlerin üretimi de çok değişik kültür özelliklerine sahip farklı çalışanlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bütün bunlardan daha önemlisi ise bu konumdaki işletmelerin, farklı kültürel ortamlarda o kültüre yabancı yöneticileri de oldukça yoğun bir şekilde çalış-

tırıyor olmasıdır. Organizasyonların amaçları ve kültürleri, yöneticilerin farklı kültür ve beklentileri yanında çalışanların da bu anlamdaki değişik özellikleri dikkate alındığında, iş ahlakıyla ilgili konular bakımından kültürel görecelilik yaklaşımının önemli ve dikkate alınması gereken bir yaklaşım olduğu kabul edilmelidir (Torlak, 2007, s. 130).

Görecelilik yaklaşımının iş ahlakına yönelik tüm problemleri çözmesi tabii ki beklenemez. Böyle değerlendirilmiş olsaydı, görecelilik yaklaşımıyla ahlaki açıdan yeterince hoşgörülü bir yaşam ve iş dünyasından söz edebiliyor olurduk. Fakat neyin iyi ve doğru olduğu konusunda farklı kültürlerin birbirinden ve genel olarak da insanlık birikiminden öğrenilecek pek çok şeyi vardır. Bu yolun kapanması insanlığın susması olarak da değerlendirilebilir (Appiah, 2007, s. 53). Bir başka deyişle görecelilik, iş ahlakına yönelik felsefi ve teorik bir temellendirme olarak farklı tecrübelerin ve evrensel iyi ve doğruların biriktirilmesine engel olarak görülemez.

Farklı kültüre sahip toplumlar için ahlaki değerlerin mutlaklığı ile yerel gelenekler arasında iki temel çatışma alanından söz edilebilir. Bunlardan ilki ekonomik gelişmişlik düzeyi olup, işletmeler farklı gelişmişlik düzeyine sahip ülkelere sahip pazarlara mal ve hizmet sunumunda bu farklılıkları dikkate almak suretiyle ürün ve fiyat farklılaştırmasına gider. İkinci çatışma alanı ise çözümü daha zor olan kültürel geleneklerin çatışmasıdır. Özellikle rüşvet alıp verme, kanunsuz işten çıkarma gibi temel insani değerlerin çatışması, kültürel geleneklerde oldukça farklı sonuçlar doğurur (Baron, 2000, s. 719-720). Bir kültürde hediye anlamına gelebilecek bir olgu, başka bir kültürde haksız kazanıma yol açabilecek bir rüşvet şeklinde değerlendirilebileceği gibi, işten çıkarma eylemi bir kültürde tamamen ekonomik gereklilikle açıklanabilirken, bir kültürde ise benzer bir eylem iş ahlakına uygun görülmeyebilir.

Görecelilik yaklaşımını bütünüyle benimseyenler bakımından hiçbir şeyin yanlış görülmemesi yanında hiçbir şeyin kutsal olmadığına inanılır. Göreceliliği hiçbir şekilde kabul etmeyenlere göre ise iş ahlakı bakımından farklılıklar kabul edilemez, çünkü farklı olanların çoğu yanlıştır. Bu noktada ahlaki davranışı biçimlendirmede işletmelere yol gösterebilecek üç temel ilke; *(i)* işletmedeki faaliyetler için ahlaki eşiği belirleyen evrensel sayılabilecek insani değerlere ve *(ii)* yerel geleneklere saygı gösterilmesi ile *(iii)* doğru ve yanlış için karar verirken bağlamın dikkate alınması şeklinde sıralanabilir (Donaldson, 2005, s. 119). Tüm bu değerlendirmeler dikkate alındığında, görecelilik yaklaşımının iş ahlakına ilişkin felsefi ve teorik temellendirmelere katkı sağlaması yanında, iş ahlakına ilişkin oldukça yanlış anlaşılmalara yol açabilecek bir potansiyele sahip bir yaklaşım olduğuna vurgu yapılmalıdır.

Değer Yaklaşımı (Erdem Ahlakı)

İş ahlakının felsefi ve teorik temellendirilmesi bakımından erdem ahlakı ile eylemde bulunan kişinin karakterinin gelişimine katkıda bulunmak amaçlanır ve bu bağlamda dürüstlük ve yardımseverlik gibi iyi karakter/huy alışkanlıkları geliştirmenin önemine vurgu yapılır (Yaran, 2010, s. 35). Erdem ahlakında kişinin erdemli kabul edilen davranış sergilemesi esas olup davranışın sonucuna göre ahlaki bir yargılama yapılmaz (Arslan, 2005, s. 18). Bir ürünün müşterinin ihtiyacına uygun olmadığı ya da ihtiyacını giderecek daha uygun bir ürün olduğunu bilen bir satıcının satış priminin veya cironun eksilmesi pahasına müşteriye dürüst bir şekilde açıklama yapması, tam anlamıyla bir erdem ahlakı örneğidir. Erdem ahlakına yönelik çabaların gelişmesiyle birlikte aslında toplumda değerler de zenginleşir ve ahlaki yaklaşımlara konu olur. Bu açıdan iş ahlakıyla ilgili kuramsal yaklaşımlara son yıllarda çok yaygın olmamakla birlikte değer yaklaşımının dâhil edildiği de görülmektedir (Buchholz ve Rosenthal, 1998; Velasquez, 1998).

Erdem ahlakında kişinin erdemli kabul edilen davranış sergilemesi esas olup davranışın sonucuna göre ahlaki bir yargılama yapılmaz

Değer yaklaşımı, erdem ahlakında olduğu gibi ahlaklı davranmanın temel belirleyicisi olarak karakteri esas alır. Bu yaklaşıma göre ahlaki yükümlülükler yerine getirilirken kurallardan ziyade; karakter ve alışkanlıklar üzerine kurulu değerleri ile hareket edilir. Böyle bir hareket tarzı, değer yaklaşımı olarak isimlendirilir (Buchholz ve Rosenthal, 1998, s. 39).

İş ahlakının teorik bir arka planı olarak değer yaklaşımı, kişilere bağlı birtakım farklılıkların problem oluşturabileceği ve bu nedenle birtakım kurallara gerek olup olmadığı sorusunu akla getirebilir. Tam da bu noktada, değerlerin genel olarak ahlaki ideallerden oluşabileceği, ancak herhangi bir durumda kişilere özgü genel bir kabul olarak alınamayacağı söylenebilir. Bu yaklaşımda iyi, kişinin değer verdiğidir ve dolayısıyla bu şekildeki bir iyi tanımı insanlığın refahı ifadesini tam olarak karşılamaktan uzaktır (Buchholz ve Rosenthal, 1998, s. 40). İşletmedeki iki yöneticiden birinin çalışanları arasındaki davranışlarındaki dürüstlüğü iyi olarak değerlendirmesi, diğer yöneticinin aynı değerlendirmeyi yapmasını gerektirmez. Dürüstlük kişinin karakteri bakımından elbette iyi olarak değerlendirilir. İkinci yöneticinin kendi çalışanları arasındaki değerlendirmede asıl olarak işin gerekliliklerini yerine getirmeyi iyi olarak değerlendirmesi de mümkündür. Bu durumda her iki yönetici de değer yaklaşımına göre iyi olanı esas alan karakter özelliği ile hareket etmiştir. Fakat iyi değeri her iki yöneticide farklı değerlendirmelerden yola çıkılarak yapılmıştır. Bu yön, değer yaklaşımını görecelilik yaklaşımına kısmen yaklaştırır.

Bu değerlendirmeler kapsamında değer yaklaşımının belirli ölçüde görecelilik yaklaşımıyla benzer olduğu söylenebilir. Hemen belirtmek gerekir ki,

değer ve görecelilik yaklaşımları arasındaki benzerlik, kültürler arasındaki bir benzerlik ya da karşılaştırma konusu değil, bireyler arasındadır. Bu bağlamda bireyin karakter ve alışkanlıkları değer yaklaşımının esasını oluşturur ve her birey kendi iyisine ulaşmayı hedefler. Bu noktada elbette bireyin karakter ve alışkanlıklarının toplumsal kabul görmüş kültürel ve ahlaki değer yargılarından bağımsız olduğu düşünülmemelidir. Dolayısıyla değer yaklaşımına göre aslında bireyin iyilerinin, kültürel iyilerle uyumlu olması beklenir. Bunun istisnası, kişisel iyinin bencillik yaklaşımı ile açıklanabilecek bir şekilde değerlendirme konusu olmasıdır.

İş Ahlakının Kapsam ve Sınırları

İş ahlakının nerede başlayıp nerede biteceği sorusu önemli bir sorudur. İş ahlakının felsefi ve teorik arka planına ilişkin buraya kadar verilen bilgiler, aslında kısmen bu sorunun cevabı için bir çerçeve çizer. Sanayileşmenin, bilişimin ve teknolojinin beraberinde getirdiği imkân ve problemler, gelişen ve çeşitlenen iş yapma biçimleri, küreselleşme ile kültürel etkileşimin çok daha hızlı hâle gelmesi göz önüne alındığında; iş ahlakının kapsam ve sınırlarının ne denli geniş bir alana yayıldığı daha rahat anlaşılabilir.

İş ahlakının sınırlarının belirlenmesinde insanların ahlaki kabulleri yanında, iş yapma ve çalışma ortamını etkileyen faktörlerin etkileşimi önem arz etmektedir.

İş ahlakının kapsamının oldukça geniş bir alana yayılmasının kabulü, sınırlarını da genişletmektedir. Bu bağlamda iş ahlakının sınırları işletmenin çok ötesinde yerelden küresele çok yaygın etkilere bağlı olarak genişletilebilir. Çok küçük ölçekli bir işletme de olsa, uluslararası bir işletme de olsa üretim, tedarik, çalışanlar, müşteriler ve dağıtım süreçlerinden kaynaklanan, ilgili paydaşlar ile çevreyi olumsuz etkileme potansiyeline sahip sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Ürün ve hizmetlerin üretimleri ve sunumları süreçlerinde ortaya çıkabilecek olumsuz etkiler ya da ikilemler, iş ahlakının sınırlarının ne denli genişleyebileceğini açıkça göstermektedir. Yine meslek alanlarındaki çeşitlenme, mesleklerin daha fazla piyasa etkisine açık hâle gelmesi, mesleklerin uygulanmasında ortaya çıkan teknolojik gelişmeler ve yasal düzenlemeler de iş ahlakı alanının kapsam ve sınırlarını genişletmektedir. Hem işletmecilik hem de meslekler bakımından iş ahlakının sınırlarının belirlenmesinde insanların ahlaki kabulleri yanında, iş yapma ve çalışma ortamını etkileyen faktörlerin etkileşimi önem arz etmektedir.

Bu kitapta iş ahlakının kapsamının belirlenmesinde üç alan öne çıkmaktadır. Birinci alan, iş ahlakının nasıl temellendirildiğini ortaya koyan dinî, felsefi ve teorik çerçeveyi içeren bölümlerdir. İkinci alan işletme/örgütsel alanda iş ahlakını ele almakta ve örgüt içi iş ahlakı konuları yanında; pazarlama, fi-

nans ve insan kaynakları yönetimi gibi işlevleri kapsamaktadır. Üçüncü alan ise meslekler bakımından iş ahlakı konusunu ele almaktadır. Bu bağlamda bu kitabın kapsam ve sınırlarını; uygulamalı ahlak alanına odaklanan ve bu çerçevede işletmecilik/örgütsel ahlak (*organizational ethic*) ve meslek ahlakı (*professional ethic*) konuları ile bunların ara kesitini ele alan bir çalışma olarak tarif edebiliriz.

Birinci alan olarak yukarıda belirttiğimiz ve ahlakın nasıl temellendirileceğine odaklanan bölümün kapsamına biraz değinmekte yarar var. Felsefi sınıflandırmalarda ahlak, teorik ve uygulamalı ahlak olarak ikiye ayrılır. Teorik ahlak, kuramsal ve genel literatür açısından yaklaşık 2500 yılı kapsayan bir geçmişe sahip olup kendi içinde üç alt alana ayrılır: *(i) Klasik/normatif etik* insan hayatının amacı ve erdemli bir hayatın niteliği üzerine düşünmeye odaklanır ve Sokrates ve Platon gibi filozoflarla başlamıştır. Klasik etiğin değerler ve olması gerekenlerle ilgilenen normatif yönü, bir de olanlar ve olgularla ilgili betimleyici yönü bulunmaktadır. *(ii) Metaetik,* analitik felsefenin etik alandaki yaklaşımına karşılık gelir ve etiğin çözümleyici yönüne odaklanır. Klasik etiğe ve söz konusu etiğinin bütünleştirici boyutu olan normatif etiğe karşı çıkarak etikte yapılması gerekenin ahlaki olgu ve kavramları, ahlak yargılarını analiz etmek olduğunu ifade eder. *(iii) Eleştirel etik ise* klasik etiği radikal bir eleştiriye tabi tutar. Modern dünyanın değer dilini ve etik yaklaşımını sıkı bir eleştiri süzgecinden geçirir. Bu çalışmada ahlakın temellendirilmesinde teorik ahlak tartışmalarına ve felsefi tartışmalara girilmeyecektir. Teorik ahlak ve ahlak felsefesi (*etik*) tartışmaları çok derin bir literatür içermekte ve bu çalışmanın kapsamı dışındadır. İş ahlakını konu edinen bu çalışma, ahlakın uygulama yönüne odaklanmakta ve konuları bu düzey ve kapsamda ele almaktadır. İş ahlakının temellendirilmesi çerçevelenirken, iş ahlakı çalışmalarında yaygın kullanılan temel felsefi ve teorik yaklaşımlar genel hatlarıyla verilmekte, bunun yanında iş ahlakı çalışmalarında göz ardı edilen iş ahlakının dinî temelleri de verilmektedir. Böylece iş ahlakının temelleri daha geniş ve çeşitlilik barındıran bir çerçevede ortaya konulmaktadır.

İş ahlakını konu edinen bu çalışma, ahlakın uygulama yönüne odaklanmakta ve konuları bu düzey ve kapsamda ele almaktadır.

Bu kitabın kapsadığı ikinci alan işletme/örgütsel ahlak olarak daha önce ifade edilmişti. "Business" kelimesi Türkçede iş/işletme anlamlarında kullanıldığı için karışıklığa sebep olabilmektedir. Bu çalışmada işletmeleri/örgütleri konu alan iş ahlakının örgütsel ahlak (*organizational ethic*) olarak kullanılması tercih edilmiştir. Böylece genel iş ahlakı (*business ethics*) ile karışıklık yaşanmaması amaçlanmıştır. Örgütsel ahlak, örgütün çevresiyle ilgili ve örgüt içi ahlaki konu ve sorunlara odaklanır. Örgütsel ahlak, işletmeler ve temel ilişkileri dikkate alındığında müşteriler, çalışanlar ve toplum

Örgütsel ahlak, örgütün çevresiyle ilgili ve örgüt içi ahlaki konu ve sorunlara odaklanır.

olmak üzere üç ana kesimle yakından ilişkilidir (Stewart, 1996, s. 119-195). Bu sınıflama işletme dışına ve işletme içine yönelik iş ahlakı konuları olarak ifade edilebilir (Torlak, 2007, s. 134). Örgütsel ahlak bağlamında iş ahlakı konu ve sorunlarının takibinin örgüt içinde nasıl yapılandırıldığı, örgütsel kararlar ve iş ahlakı, çalışanların kendi arasında ve yöneticilerle ilişkileri, iş ahlakına uygun davranışsal kodların ve işlemlerin düzenlenmesi (etik kodlar), örgütlerin çevreyle ilişkileri, örgüt ile iş yaptığı diğer örgütler arasındaki ilişki, ürün ve hizmet üretimi ve sunumu, çalışanlarla ve müşterilerle ilişkiler, mali iş ve işlemler gibi konular yer alır. Bunlara ilave olarak işletmelerin sosyal sorumlulukları ve yönetişim (*governance*) konusu da örgütlerde iş ahlakı kapsamında öne çıkan konulardır.

Örgütsel ahlak konusu ve ilgili bölümlerin çerçevelenmesinde iki aşamalı bir yaklaşım benimsenmiştir. Öncelikle örgütlerde iş ahlakı konusu kuşatıcı biçimde örgüt içi iş ahlakının yapılanması ve iş ahlakı uygulamaları olarak ele alınmaktadır. Sonrasında ise işletme işlevleri (pazarlama, finans, insan kaynakları vb.) bakımından iş ahlakı bağımsız bölümler olarak ele alınacaktır.

Kitabın kapsamında yer alan bir diğer konu meslek ahlakı (*professional ethics*) konusudur. İş ahlakının temellendirilmesi ve örgütsel ahlak bölümlerinden sonra meslek ahlakı konusu ele alınmaktadır. Meslek ahlakı konusu çok geniş bir alanı kapsadığı için bu çalışmada bazı mesleklerle sınırlandırılmıştır. Bu mesleklerin seçiminde temel ve yaygın meslekler olmasına dikkat edilmiştir. Bu kapsamda bazı meslekler önceden planlanmasına rağmen zaman kısıtı dolayısıyla bu çalışmaya dahil edilememiştir. Sonraki baskılarda bu eksikliğin giderilmesi düşünülmektedir. Meslek ahlakı bölümlerinin yazılmasında mesleği şekillendiren ahlaki ilkeler, sorun alanları, mesleğin yürütülmesinde ortaya çıkan ikilemler ve çözüm yolları çerçevesinde bir kapsam bulunmaktadır.

İş ahlakı kapsam ve sınırları bakımından üzerinde durulması gereken bir diğer husus, her olgu veya konunun iş ahlakı bakımından aynı derecede problemli olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği konusudur. İş ahlakı problemlerine bu açıdan ahlaki ikilem veya ahlaki sapma şeklinde bir sınıflandırma ile yaklaşılabilir. Ancak hemen ifade etmek gerekirse ahlaki sapma ile ahlaki ikilem arasında bazı durumlarda ayrım yapmak da zorlaşabilir (Torlak, 2007, s. 134-135). Bu konuların bağımsız ele alınması yerine, var olan bölümler içinde değinilmesi yoluna gidilmiştir. Örneğin neyin ahlaki sorun olup olmayacağı değer ve normlarla ilişkili olduğu için iş ahlakının temelleri bölümlerinde bu konulara yönelik değerlendirmeler bulunmaktadır. Yine ahlaki ikilemler konusuna hem işletme işlevleri hem de meslek ahlakı konuları ele alınırken değinilmiştir.

Meslek ahlakı bölümlerinin yazılmasında mesleği şekillendiren ahlaki ilkeler, sorun alanları, mesleğin yürütülmesinde ortaya çıkan ikilemler ve çözüm yolları çerçevesinde bir kapsam bulunmaktadır.

Hangi sınıflandırma esas alınırsa alınsın aslında iş ahlakına ilişkin kapsam ve sınırlar ile iş ahlakı konularından söz ederken farklı sınıflandırmaların ortaya koyduğu konulara değinmek kaçınılmazdır. Çalışma ahlakından bahsederken meslek ahlakına, müşterilere, çalışanlara, tedarikçilere, pay sahiplerine, topluma ve çevreye yönelik iş ahlakı konularına değinmeden geçilemez. Başka bir ifadeyle, çalışma ahlakı hem meslek ahlakı ile hem de çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, toplum ve çevreyle ilişkilidir. İşletme içine yönelik iş ahlakı konuları olarak, pazarlama, insan kaynakları gibi konular da meslek ve profesyonel ahlakından bağımsız olmadığı gibi, toplum ve çevre ile olan ilişkilerden de bağımsız düşünülemez.

Bu çalışmada iş ahlakı konularının sunulmasında, iş ahlakının temelleri, işletme/örgütsel ahlak ve meslek ahlakı başlıklarında üçlü bir sınıflama ve buna göre bu alanların iç yapılanmasına yönelik alt sınıflandırma tercih edilmiştir.

İş ahlakının kapsam ve sınırlarına ilişkin yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde bu çalışmada iş ahlakı konularının sunulmasında, iş ahlakının temelleri, işletme/örgütsel ahlak ve meslek ahlakı başlıklarında üçlü bir sınıflama ve buna göre bu alanların iç yapılanmasına yönelik alt sınıflandırma tercih edilmiştir.

Bilgi toplumuna geçiş, küreselleşme ve bilişim ile iletişim teknolojilerindeki baş döndürücü gelişmelerle birlikte, iş yapma biçimlerinin değişmesi, yeni mesleklerin ve iş alanlarının ortaya çıkması; iş, örgüt ve meslek ahlakına ilişkin mevcut değerlerin yeterli olup olmayacağı sorusunu akla getirebilir. Bu bölümde ortaya konulmaya çalışıldığı üzere, yeni ahlaki değerlerin ortaya konulması ihtiyacından ziyade, var olan ahlaki değerlerin sahiplenilmesi ve esas alınması ihtiyacına göre hareket edilmesi üzerinde durmak gerekir. Genel ahlaki ilke ve normlar için olduğu gibi, iş ve meslek ahlakı bakımından da yeterli birikim insanlık tarihinde mevcuttur.

Kaynakça

Appiah, K. A. (2007). *Kozmopolitizm - Yeni küresel ahlak* (çev. F. Gülfidan ve Z. Dicleli). İstanbul: Türk Henkel Yayınları.

Arslan, M. (2005). *İş ve meslek ahlakı* (2. basım). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Aydın, M. (2007). İslam bağlamında ahlak. R. Kaymakcan ve M. Uyanık (Ed.), *Teorik ve pratik yönleriyle ahlak* içinde (s. 69-93). İstanbul: DEM Yayınları.

Baron, D. P. (2000). *Business and its environment* (3rd ed.). New Jersey, NJ: Prentice-Hall.

Bikun, R. İ. (2011). *İş ahlakı* (çev. A. Yaşar, 2. basım). İstanbul: İGİAD Yayınları.

Buchholz, R. A., & Rosenthal, S. B. (1998). *Business ethics - The pragmatic path beyond principles to process*. New Jersey, NJ: Prentice- Hall.

Budd, J. W. (2016). *Çalışma düşüncesi* (çev. F. Man). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Cevizci, A. (2014). *Etik: Ahlak felsefesi*. İstanbul: Say Yayınları.

Demir, Ö. (2003). *İktisat ve ahlak*. Ankara: Liberte Yayınları.

Donaldson, T. (2005). Gerilim altında değerler - Evden uzakta ahlak. *Şirket ahlakı - Harvard Business Review Dergisinden seçmeler* içinde (çev. C. Engin, s. 113-136). İstanbul: MESS Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası Yayını.

Erdemir, E. (2012). Etik ve ahlak arasında insan kaynakları yönetimi. *İş Ahlakı Dergisi*, *5*(10), 5-19.

Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (1994). *Business ethics - Ethical decision making and cases* (2nd ed.). Boston, MA: Houghton Mifflin.

Heller, A. (2006). *Bir ahlak kuramı* (çev. A. Yılmaz, K. Tütüncü ve E. Demirel). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İzveren, Â. (1980). *Toplumsal törebilim (sosyal ahlak)*. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.

Kırel, Ç. (2000). *Örgütlerde etik davranışlar, yönetimi ve bir uygulama çalışması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Köse, S. (2015). *İslâm iş ve ticaret ahlakı* (2. basım). İstanbul: İGİAD Yayınları.

Kutlu, H. A. (2013). Meslek etiği, 2. Basım, Ankara:Nobel Yayıncılık.

Nuttall, J. (1997). *Ahlak üzerine tartışmalar – Etiğe giriş* (çev. A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Post, J. E., Frederick, W. C., Lawrence, A. T., & Weber, J. (1996). *Business and society - corporate strategy, public policy, ethics* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.

Poyraz, H. (2007). Ahlakın dili üzerine felsefe. R. Kaymakcan ve M. Uyanık (Ed.), *Teorik ve pratik yönleriyle ahlak* içinde (s. 15-47). İstanbul: DEM Yayınları.

Steinberg, S. S. ve Austern, D. T. (1996). *Hükümet, ahlak ve yöneticiler* (çev. T. Ergun). Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.

Stewart, D. (1996). *Business ethics* (international edition). Singapore: McGraw-Hill.

Torlak, Ö. (2007). *Pazarlama ahlakı - Sosyal sorumluluklar ekseninde pazarlama kararları ve tüketici davranışlarının analizi* (4. basım). İstanbul: Beta Yayınları.

Türk Dil Kurumu. (2017). *Büyük Türkçe sözlük.* Ankara: Yazar.

Velasquez, M. G. (1998). *Business ethics - Concepts and cases* (4th ed.). New Jersey, NJ: Prentice-Hall.

Yaran, C. S. (2010). *Ahlak ve etik*. İstanbul: Rağbet Yayınları.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Arslan, M. (2012). *İş ve meslek ahlakı*. 3. Baskı. Nobel yayın dağıtım.

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Resposibility: Toward the moral Management of Organizational Stakeholder, *Business Horizon*, 34 (4), 39-48.

Cevizci, A. (2014). *Etik: Ahlak felsefesi*. İstanbul: Say Yayınları.

Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2010). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. John Wiley & Sons.

Torlak, Ö. ve M. Ali Tiltay (2016). Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 6. Baskı. *Pazarlama Ahlakı - Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama ve Tüketici Davranışlarının Analizi.* İstanbul: Beta Yayınları.

Velasquez, M. G., & Velazquez, M. (2002). *Business ethics: Concepts and cases* (Vol. 111). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

2

İslam Ahlak Felsefesinin İnsan ve Erdem Tasavvuru

Kübra Bilgin Tiryaki

Tartışma Soruları

- İslam ahlak düşüncesinin bir parçası olarak ahlak felsefesinin ana meseleleri nelerdir?
- Felsefi ahlak içerisinde ortaya çıkan temel ekol ve yaklaşımların temel perspektiflerini değerlendiriniz.
- İtidal teorisi kapsamında erdemler bütünü nasıl bir ahlaki yapının ortaya çıkartılmasını öngörür?
- Sizce İslam ahlak felsefesinin ahlaki yetkinleşme nosyonu iş ahlakına zemin teşkil edebilir mi?
- Günümüzde iş ahlakının teorik bakışının hangi açılardan genişletilmesi ve derinleştirilmesi gerekmektedir?

Giriş

İslam ahlak düşüncesi olarak isimlendirilen, teorik ve pratik boyuttaki ahlak problemlerinin çözüme kavuşturulmaya çalışıldığı alan, esasında birçok bilim dalının sınırları içerisinde yer almaktadır. Hem hadis, fıkıh, kelam, tasavvuf gibi dinî ilimler hem felsefi ilimler hem de edeb literatürü içerisinde ele alınan ahlak meseleleri, işaret edilen her bir bilim dalının kendisine özgü çerçevesi ve öne çıkardığı yaklaşım üzerinden incelenir. Felsefi ilimler içerisinde ise ahlak, nazari ahlak (*tedbiru'n-nefs*), ev yönetimi (*tedbiru'l-menzil*) ve şehir yönetimi (*tedbiru'l-mudun*) olarak üçe ayrılan pratik bilimlerin üst adıdır. Bu minval üzere öncelikle yazıda İslam ahlak düşüncesinin hangi disiplinler içerisinde ne şekilde ele alındığını inceleyeceğiz. Ahlakın disiplinlerin kendi içerisinde dahi birçok alt ekol ve problem etrafında ele alınması ve bunun da bir makale sınırları içerisinde kuşatılması zor olacağından, ahlak alanında yaygın kabul görmüş felsefi ahlak yaklaşımını daha detaylı bir biçimde inceleyeceğiz. Bilhassa bu alanda önce çıkan kavramlar ve problemleri analiz edeceğiz. Son olarak günümüzde İslam ahlak felsefesinin temel ilkelerinin iş ahlakındaki mevcut yaklaşımlara bir alternatif oluşturup oluşturmayacağını sorgulayacağız.

İslam Ahlak Düşüncesi Hangi Disiplinler Tarafından Ele Alınır?

İslam'da ahlak, ilk olarak bütünlüklü bir tasavvur olarak Kur'an ve Hz. Peygamber'in örnekliğini de içine alacak şekilde hadisler içerisinde kendisini göstermektedir. Bu ahlaki umdeler Müslümanlara hem ahlaki şuuru hem de ilkesel düzlemde ahlaki normları temin etmede önemli bir konuma sahiptir.[1] Hadis literatürü etrafında gelişen ve aynı zamanda tasavvufu önceleyen dönemin kaynakları arasında zikredilen "Kitâbu'z-zühd" eserleri ile ahlakla ilgili hadisler sistematik bir şekilde tasnif edilir (Başer, 2016).[2] Bu eserler zahidâne bir yaşamın ahlak ilkeleri etrafında nasıl örüldüğü bilgisini vermektedir. Aynı zamanda bu literatür, hem dinî ilimlerin tüm alanlarına yayılan ahlaki bilincin hem de tasavvufun ilerleyen dönemlerde ahlak literatüründe oldukça önemli bir yer kaplamasının ilk işareti olarak görülebilir.

Miladi 9. yüzyılda örneklerini görmeye başladığımız "edeb" literatürü ise ahlaki kavram ve meseleleri içermekle birlikte dil ilimleri etrafında ortaya çıkan tartışmalara dair ileri sürülen yaklaşımları ele almaktadır. Edeb/adâb eserleri İslam düşüncesinin yenilenme dönemi (12-16. yüzyıllar) ve sonrasında örneklerini oldukça fazla bir biçimde göreceğimiz "adâb literatürü"nün temellerini oluşturacaktır. Böylece meslek ve iş ahlaklarından siyaset adabına, yeme-içme adabından dervişlik adabına varıncaya değin geniş bir yelpazede ahlaki kurallar bütünü ortaya konulacaktır.[3]

İslam ahlak düşüncesi olarak isimlendirilen, teorik ve pratik boyuttaki ahlak problemlerinin çözüme kavuşturulmaya çalışıldığı alan, esasında birçok bilim dalının sınırları içerisinde yer almaktadır.

Miladi 8. yüzyılda başlayarak 9. yüzyılda etkisini arttırmış bir biçimde devam eden tercüme faaliyetleri, Yunanca felsefi bilimler içerisine giren tüm bilim dallarında yoğun bir şekilde devam etmiştir (Gutas, 2003, s. 15). Teorik ve pratik bilimler olarak iki ayrı düzlemde ele alınan felsefenin pratik bilimleri içerisinde yer alan ahlak ve siyasete dair metinler de tercüme edilmiştir. Aristoteles'in Nikomahkos Ahlakı gibi sistematik ahlak felsefesi eserlerinin yanısıra "hikemiyat literatürü" olarak adlandırılan eserler de Arapçaya kazandırılmıştır. Büyük bir bölümünü ahlak ve adâba dair meselelerin oluşturduğu hikemiyat türü eserler, pratik alana dair tecrübe, duygu ve düşüncelerin aktarıldığı deyişler, meseller, özlü sözler ve ibretlik hadiselerin anlatıldığı, filozofların hayatlarından hikâyelere yer verildiği metinlerdir. Bu kitaplarda ayrıca Sokratik anlamda

1 Konuyla ilgili detaylı bilgi için bk. Çağrıcı (1985).

2 Konuyla ilgili detaylı bilgi için bk. Başer (2016).

3 Adâb literatürü içerisinde değerlendirilebilecek eser örneklerini görmek için bk. İLKE İlim Kültür ve Eğitim Derneği ve İLEM İlmî Etüdler Derneği (t.y.a).

Klasik dönem İslam ahlak felsefesi literatüründe hikemiyat metinlerinden pasajların ve örnek aktarımların izlerini takip etmek mümkündür.

zorunlu bir bilgi-fiil ilişkisine özellikle vurgu yapılmaktadır (Altaş, 2016, s. 104). Ahlak yaşayışı üzerine dikkat çeken ve uygulamaya dönük yaklaşımların nesiller boyu aktarımını sağlayan bu eserler, popülarize olmuş ahlak metinleri olarak kabul edilebilir. Klasik dönem İslam ahlak felsefesi literatüründe hikemiyat metinlerinden pasajların ve örnek aktarımların izlerini takip etmek mümkündür.

Yukarıda işaret edilen ve farklı disiplinler içerisinde ortaya çıkan İslam düşüncesi merkezli yahut Yunan, Süryani ve Sasani medeniyetlerinden gelen ahlak ve adâba dair birikimin yanı sıra; İslam'ın ilk dönemlerinde kelami tartışmaların ortaya çıktığı miladi 7. yüzyıldan başlayan ve ekollerinin teşekkül edip sistemleştiği zamanlara kadar devam edegelen kelami problemler de insana bakan yönleri itibarıyla ahlaka dair meseleler olarak dikkate alınmalıdır. Bir şeyin iyi ve kötü olmasını sağlayan kriterin ne olduğuna dair tartışmaları içeren hüsn-kubh, ahlaki önermelerin tikel ve tümel kaynakları, adalet, insanın fiilleri ve sorumluluğu, ahlaki şuur anlamında insan fiillerinde niyetin ne anlama geldiği gibi günümüz ahlak felsefelerinde de çok yoğun bir biçimde tartışılan kavram ve problemler farklı ekollerin metinlerinde ele alınmıştır. Başta Hasan-ı Basri'nin (ö. 110/728) miladi 8. yüzyılda "Kader Risalesi" olarak bilinen *Risâle ila Abdilmelik bin Mervân fi'l-kader* adlı kısa eserinden son dönem Mutezile'sinden, miladi 11. yüzyılda yaşamış olan Kâdî Abdülcebbâr (ö. 415/1025) tarafından kaleme alınan ve kendisinden önceki kelami geleneğin ana yaklaşımlarını da inceleyen *el-Muğni fî ebvâbi't-tevhîd ve'l-adl* adlı ansiklopedik eserine varıncaya kadar bu meseleler farklı özelliklerdeki kitaplar aracılığıyla takip edilebilir. Mutezili[4], Eşari[5] ve Maturidi[6] kelam ekolleri içerisinde tartışılagelen ve ahlak problematiği etra-

4 "II./VIII. yüzyılın ikinci yarısında Vâsıl b. Atâ ve Amr b. Ubeyd gibi isimler tarafından kurulan Mu'tezile, Klasik dönem İslam düşünce geleneğinin en önemli düşünce okullarından biridir. Onları ortaya çıktıkları dönemde diğer dînî düşünce okullarından ayırt eden şey, –nasların içeriğinin doğruluğuna mutlak bir biçimde inanmakla birlikte– kelâmî önermelerin doğruluğunun mantıksal açıdan naslarla temin edilemeyeceğini fark etmeleridir". Detaylı bilgi için bk. İLEM İlmî Etüdler Derneği ve Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. (t.y.).

5 "Ebu'l-Hasen el-Eş'arî (324/935-6) tarafından kurulan ve kurucusuna nispetle adlandırılan Sünnî bir kelâm mezhebi olan Eşarîlik; İmam Eş'arî'nin Tanrı'nın zorunlulukla fiil yapıp yapmadığı problemi etrafında Mutezîlî olan hocası Cübbâî ile giriştiği bir tartışma neticesinde doğmuştur. Temsil değeri yüksek bu tartışmada el-Eş'arî'nin tutumu Tanrı'yı "özgür bir fâil" olarak ispat etmeyi amaçlar ve daha sonra bu tutum Eş'arî geleneğin karakeristik özelliklerinden biri haline gelir. el-Eş'arî ertesinde, İslam düşünce tarihinin en önemli düşünce okullarından biri haline gelen Eş'arîlik sonraki yüzyıllar boyunca, Mâturîdîlikle birlikte Sünnî kelam geleneğinin en önemli unsuru olmaya devam etmiştir". Detaylı bilgi için bk. İLEM İlmî Etüdler Derneği ve Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. (t.y.).

6 "Mâtürîdîlik, Ebû Hanife ve Ebû Mansûr el-Mâtürîdî'nin akaid ve kelamla ilgili görüşlerine dayalı bir şekilde ortaya çıkmış bir kelâm mezhebidir. Esasen 10. asırda el-Mâtürîdî'nin sistemleştirme-

fında okumaya tabi tutabileceğimiz birçok kavram ve mesele, hem teorik hem de pratik düzlemde nitelikli sonuçlar doğurabilecektir.

İslami ilimlerden birisi olan fıkıh literatüründe ise ahlak meseleleri şer'i düzlemde insanların sorumlu oldukları eylemler bağlamında tartışılmıştır.

İslami ilimlerden birisi olan fıkıh literatüründe ise ahlak meseleleri şer'i düzlemde insanların sorumlu oldukları eylemler bağlamında tartışılmıştır. Fıkhın, hem hukuk hem de ahlak düzlemlerini içine alan, insan hayatını kuşatan yapısı, ahlaki meselelerin bilhassa pratik düzlemde çözümünü gerekli kılmaktadır. Bu minval üzere çizilen teorik çerçeveler, füru fıkıh olarak adlandırılan ve tikel konuların ele alındığı eksende incelenmiştir. Mesela amel için birincil önemi haiz olan "niyet", fıkıh metinlerinde çokça tartışılan konular arasındadır. "Ameller niyetlere göredir." hadis-i şerifinin çizdiği anlam dairesinde insanın bir eyleme yönelirken sahip olduğu bilincin aşamaları ve bu aşamalarda içinde bulunduğu koşullar derinlemesine incelenmiştir (Türker, 2018, s. 1).[7] Fıhkın ahlakla ilişkisinin hangi bağlamlarda ortaya çıktığının daha detaylı olarak incelenmesi sonucunda fıhkın ilk dönemlerinden itibaren ahlak meselelerinin önemli bir yer tuttuğu görülecektir.

Fıkıh, kelam, tasavvuf, edeb literatürüyle birlikte ortaya çıkan ahlaki bilinç, felsefi ahlak eserlerinin anlam bulacağı zemini hazırlamıştır.

Yukarıda da işaret edildiği gibi tercüme faaliyetlerinin başladığı dönemden itibaren Antik Helenistik birikim İslam dünyasına taşınmıştır. Fıkıh, kelam, tasavvuf, edeb literatürüyle birlikte ortaya çıkan ahlaki bilinç, felsefi ahlak eserlerinin anlam bulacağı zemini hazırlamıştır. Çevirisi yapılan eserlerde yer alan kavram ve problemler, kısa sayılacak bir zaman dilimi içerisinde İslam düşüncesinin ana ilkeleriyle uyumlu bir biçimde yeni ahlak çerçeveleri üretimine imkân vermiştir.

Bu bölümde İslam ahlak düşüncesinin hangi bilim dalları içerisinde ve nasıl bir bağlam etrafında ortaya çıktığına kısaca işaret etmek istedik. Bunun sebebi ahlak düşüncesi içerisinde felsefi ahlak literatürünün hem teşekkül sürecini önceleyen hem de İslam düşüncesinin kendi iç sürekliliği içerisinde felsefi birikime eşlik eden ahlak arka planını ortaya koymaktı. Her bir bilim dalının barındırdığı sistem içi ekoller düzleminde ayrı ayrı değerlendirilmesi gereken ahlak yaklaşımlarına burada, felsefi ahlaka zemin hazırlamak amacıyla değinilmiştir.

siyle birlikte, Eş'arîlikle birlikte Sünnî kelâmının temel iki okulundan biri haline gelen Mâtürîdîlik, özellikle Mâverâunnehir, Hârezm, Sind-Hind ve Anadolu gibi bölgelerde yaygınlaşmıştır". Detaylı bilgi için bk. İLEM İlmî Etüdler Derneği ve Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. (t.y.).

7 Detaylı bilgi için bk. Türker (2018).

İslam Ahlak Düşüncesinin Temel Hatlarından Birisi Olarak Felsefi Ahlak

İslam ahlak düşüncesinin kendisi üzerinden geleneğini sürdürdüğü ana hatlardan birisi felsefi ahlak literatürüdür. Peki bir ahlak yazınını "felsefi" yapan şey nedir? Belli bir birikime sahip bir biçimde Sasani, Süryani, Roma ve Hint kadim kültürleriyle karşılaşan İslam coğrafyası, yukarıda da işaret ettiğimiz gibi Kur'an ve sünnetteki temel ahlaki ilke ve normlardan neşet eden ve farklı bilimsel disiplinlerde kendilerine özgü çerçevelerle ele alınan bir ahlak anlayışı arka planına sahipti. Başlangıçta halka mal olmuş hikemiyat literatürünün, ahlak alanındaki tercüme faaliyetlerinde de etkisini gösteren eserler olduğunu söyleyebiliriz. Bu eserlerle eş zamanlı ve onları takip eden süreç boyunca özellikle Aristoteles'in Nikomakhos Ahlakı adlı sistematik ahlak eserinin İshak b. Huneyn (ö. 298/910) tarafından Arapçaya çevrilmesi sonrasında ahlak literatüründe Aristotelesçi itidal ve erdemler teorisi etrafında gelişen "mutluluk" hedefli felsefi çizginin hâkim olmaya başladığını görmekteyiz. Kuşkusuz burada Aristotelesçi ahlak felsefesinin dışında yeni Platonculuk üzerinden gelen Platoncu ahlak felsefesi, Galen'in tıp ve mizaç teorileri ve Sokratik-Kinik okulların "hazlardan uzaklaşıp tam bir sükûnet hâline erme" olarak formüle edilebilecek yaklaşımlar etrafında şekillenen ahlak görüşleri de oldukça etkili olmuştur. Hatta tercümeler sonrasında telif edilen Arapça ahlak metinlerinde bu farklı ahlak yaklaşımlarının izlerini ayrı ayrı takip etmek mümkündür.

İslam ahlak düşüncesinin kendisi üzerinden geleneğini sürdürdüğü ana hatlardan birisi felsefi ahlak literatürüdür.

Platon'un eserlerinde yer alan ahlak felsefesi belli sorunlar etrafında farklı metinlerinde yer almaktadır. Galen'in Arapçaya *Kitabu'l-ahlak* olarak çevrilen *Peri Ethon* adlı eserinde yer alan vücuttaki çeşitli sıvıların farklı oranlardaki terkibinden ortaya çıkan ahlât-ı erbaa/dört karışım temelli mizaç teorisi, ancak dengeli bir mizacın iyi bir ahlaki yapı ortaya çıkartacağı fikri İslam ahlak felsefesinin ilk dönem metinlerinde de etkisini yoğun bir biçimde göstermektedir.[8] Ebû Zeyd el-Belhî (ö. 934) tarafından kaleme alınan *Mesâlihu'l-ebdân ve'l-enfüs* ve Ebû Bekir Zekeriya er-Râzî'nin (ö. 925) *et-Tıbbu'r-rûhânî* adlı eserleri Galenci kabulle vücuttaki sıvıların ve yapıların belli oranlara gelmesiyle ahlaki yapının kazanılacağını söylemesi bakımından ortak bir dile sahiptir. Bunlar dışında ilk İslam filozofu olarak kabul edilen ve aynı zamanda Beytü'l-hikme'deki çeviri faaliyetlerinin başında yer alan isimlerden birisi olan Kindî'nin (ö. 866 [?]) *el-Hîle li-def'i'l-ahzân* adlı eseri, doğrudan kişisel olarak üzüntü ile nasıl baş edileceğini anlatmakta ve bu bağlamda "hiçbir şeyden etkilenmeyip dingin

8 Galen'in mizaç teorisi ve ahlaka etkileri için bk. Kuşlu ve Aydın (2016).

bir duruma kavuşmayı" hedeflemekle Stoik felsefenin izlerini taşımaktadır. İslam düşüncesindeki felsefi ahlak türü eserlerin ilk örnekleri olan bu çalışmalar daha çok insan nefsi ve bedeni üzerinden şahsi bir ahlaklanmayı öngörür ve nefsin güçleri ile bedendeki unsurların denge hâlinde olması vurgusu yaparlar.

Felsefi ahlak literatüründe sistemli bir yapıda ve problematik bir düzlemde ahlakı ele alan ise Aristoteles'ten sonra "ikinci muallim (muallim-i sâni)" olarak adlandılan Fârâbî'dir.

Felsefi ahlak literatüründe sistemli bir yapıda ve problematik bir düzlemde ahlakı ele alan ise Aristoteles'ten sonra "ikinci muallim (*muallim-i sâni*)" olarak adlandılan Fârâbî'dir (ö. 951). Aristotelesçi ve yeni Platoncu unsurları bünyesinde barındıran sudurcu bir metafizik üzerine inşa ettiği ahlak ve siyaset teorisiyle Fârâbî, ameli felsefeyi bir bütün üzerinden ele alır. *Tehzibu'l-ahlak* öncesi literatürde ahlak, daha çok bireysel ahlak düzleminde ele alınmış ve Platoncu nefs anlayışı çerçevesinde insani nefis, gazabi nefis ve şehevi nefis'in itidal üzere olması temelinde incelenmiştir. İlk defa Fârâbî, ahlak ve siyaseti "ilm-i medeni" başlığı altında ele almış ve bütüncül bir yapı inşa etmiştir (Özturan, 2017). Fârâbî'nin, Aristotelesçi ve Platoncu unsurları mezcederek yaptığı bu inşa, filozofun kendine özgü bir yaklaşımla kurduğu "mille teorisi"yle daha belirgin hâle gelmiştir. Bireysel olarak insanın, düşünme gücünü kullanarak yani akıl yoluyla eylemlerdeki itidal noktasını tespit etmesi ve buna göre eylemesi felsefe içi süreçlere tabi iken; felsefi yöntemle ahlaki olan "orta"yı bulmaya güç yetiremeyen insanların, bunu öğreneceği yer *mille*dir. Bunu sağlayacak olan er-reîsu'l-evvel (*ilk başkan*), kendi sahip olduğu, akli olarak elde edilen teorik ve pratik bilgiyi halka ikna ve tahayyül ettirme yoluyla sunar. Bu sebeple mille, halk için ahlakın kaynağı olarak kabul edilebilir (Özturan, 2013, s. 200, 203).

Fârâbî'nin ahlakı insan eylemlerinin bütününe teşmil kılan yaklaşımı kendisinden sonraki felsefi literatürde farklı formülasyonlarla devam etmiştir. Yahya b. Adî'nin (ö. 975) *Tehzîbu'l-ahlak* ve İbn Miskeveyh'in (ö. 1030) *Tehzîbu'l-ahlak* adlı eserleri, bu çabaların ilk örneklerini teşkil etmektedir. Özellikle İbn Miskeveyh *Tehzîbu'l-ahlakı*'yla, Fârâbî'nin açtığı güzergahı belirginleştirme ve bu yapıyı müstakil bir eserde göstermesiyle önemli bir yerde durmaktadır. Ahlak meselelerinin teorik tartışmalarından ziyade teorilerin sonuç cümlelerine ve bunun pratik ahlaka etki eden boyutlarına odaklanan eser, kendisinden sonraki felsefi ahlak literatürünün kavramsal ve şematik içeriğini belirleyen bir yapı arz eder. İbn Miskeveyh'in *Tehzîbu'l-ahlak*'ında ele aldığı önemli problemlerden birisi huyların ve dolayısıyla ahlakın değişip değişmeyeceği meselesidir. Filozof, insanın doğuştan getirdiği tabii huyların etkisini kabul etmek-

Fârâbî'nin ahlakı insan eylemlerinin bütününe teşmil kılan yaklaşımı kendisinden sonraki felsefi literatürde farklı formülasyonlarla devam etmiştir.

İbn Miskeveyh'in Tehzîbu'l-ahlak özelinde parçalı da olsa vurguladığı ev idaresine ve yönetime ilişkin mevzular, Nasîruddîn et-Tûsî'nin (ö. 1274) Ahlak-ı Nâsırî adlı eserinde sistematik bir şekle bürünür.

le birlikte ahlakın eğitim ve alışkanlık edinme yoluyla değişebileceğini kabul etmektedir. Nefsin güçlerinde ortaya çıkan hikmet, şecaat, iffet ve adalet gibi dört temel erdemi ele alan İbn Miskeveyh bunların edinilmesi sonrasında insani yetkinleşmenin gerçekleşeceğini söyler. Nihai olarak ahlakın gayesi de insani yetkinleşmenin ortaya çıkmasıdır (Bayraktar, 1999, s. 205).

İbn Miskeveyh'in *Tehzîbu'l-ahlak* özelinde parçalı da olsa vurguladığı ev idaresine ve yönetime ilişkin mevzular, Nasîruddîn et-Tûsî'nin (ö. 1274) *Ahlak-ı Nâsırî* adlı eserinde sistematik bir şekle bürünür. Eserin en temel ve kendisinden sonraki literatürü belirleyen etkisi, pratik felsefeyi ahlak, ev yönetimi ve siyaset başlıkları altında üçlü bir yapıda kabul etmesi ve pratik felsefeyi de kuşatacak bir ad olarak "ahlak"ı bu bölümler üzerine inşa etmesidir.[9] Tûsî'nin böyle bir tercihte bulunmasının sebeplerinden birisi, insani eylem alanıyla ilgili tüm boyutları ahlak kapsamında ele almak istemesidir. Bu minvalde İbn Sînâ ve Fârâbî'ye atıfta bulunan Tûsî, ev idaresi kısmının yazımında İbn Sînâ'dan; devlet yönetimiyle ilgili kısımlarda da Fârâbî'nin görüşlerinden istifade ettiğini ifade etmektedir (Tûsî, 2007, s. 190, 236). Kuşkusuz bunda İbn Miskeveyh'le aynı dönemde yaşamış olan İbn Sînâ'nın (ö. 1037) ameli felsefeyi tedbiru'n-nefs (nefs yönetimi), tedbiru'l-menzil (ev yönetimi) ve tedbiru'l-mudun (şehirlerin yönetimi) başlıkları altında ele almış olmasının katkısı önemlidir (Özturan, 2017). İbn Sînâ'nın ardından, İbn Miskeveyh'in ev ve yönetimle ilgili unsurları ahlak metnine dâhil etmesi ve Nasîruddîn et-Tûsî'nin birbirleriyle olan ilişkilerini açıklayarak sistemli bir şekilde bu üçlü tasnifi kullanmasıyla birlikte, felsefi ve dinî ilimler mensupları tarafından kaleme alınan pratik felsefe eserleri, bu üç temel başlık dikkate alınmak suretiyle telif edilmiştir. Bu eserlerin ilk örneklerinden birisi vahdet-i vücud geleneğinden gelen bir sufi olan Kâşânî'nin (ö. 1336) yazdığı *Tezkiretü'l-ervâh an mevânii'l-iflâh* adlı eserdir. Bu eserde müellif hatimenin dışında ahlak terbiyesi, ev idaresi ve devlet yönetimi olmak üzere üç bölüm olarak ahlak meselelerini incelemekte ve Ahlak-ı Nasırî'nin bazı kısımlarını alıp bazılarını dışarıda bırakarak veciz bir özet yazdığını vurgular (İLKE İlim Kültür ve Eğitim Derneği ve İLEM İlmî Etüdler Derneği, t.y.b). Kâşânî'nin metnini yazdığı döneme yakın bir zamanda muhakkik kelam ve usul alimi Adududdîn el-Îcî (ö. 1355) tarafından kaleme alınan *Ahlak-ı Adudiyye* risalesi ise Tûsî'nin *Ahlak-ı Nasırî*'sinin benzer şekilde öz hâlinde bir yazımı ise de etkisi bakımından Kâşânî metninden ciddi oranda farklılaşır. Nitekim eser, kısa ve öz

9 Amelî felsefenin alt dallarından birisi olarak kabul edilen "ilm-i ahlak", Nasırüddîn Tûsî ile birlikte amelî felsefe yerine kullanılan genel bir isim hâlini almıştır. Ayrıntılı bilgi için bk. Anay (1994, s. 237).

yapısı ve medresede öğreniminin kolay olması gibi etkenler de dikkate alınarak kendisinden sonraki yüzyıllar içerisinde birçok şerhe konu olmuştur. Îcî'nin talebeleri olan Şemsüddîn el-Kirmânî (ö. 1384) ve Seyfüddîn el-Ebherî (ö. 1397), 15. yüzyılda Timurlular dönemi devlet adamlarından Gıyâseddîn Baysungur'a ithaf edilen müellifi meçhul olan şerh, Alâuddîn el Kâzerûnî (ö. ?), 16. yüzyılın önemli alimlerinden Taşköprîzâde Ahmed Efendi (ö. 1560), metin üzerine yazılan en kapsamlı şerh olma özelliğini taşıyan Müneccimbaşı Ahmed Dede (ö. 1702) tarafından yazılan şerh, İsmail Müfid el-İstanbulî'nin (ö. 1803) yazdığı şerh ve Mehmed Emîn İstanbulî'nin (ö. 1864) *Melzemetü'l-ahlak* başlığıyla yaptığı Türkçe tercümesi olmak üzere metnin sekiz ayrı şerhi bulunmaktadır (Bilgin, 2013, s. 13-18). Bunun dışında 19. yüzyılın sonunda Yozgatlı Keşfî Efendi (ö. 1890) tarafından kaleme alınan *Risâle-i Keşfiyye* başlıklı bir Türkçe çeviri şerhi daha bulunmaktadır (Arıcı, 2017). Yazıldığı dönemden itibaren neredeyse her yüzyılda eserin farklı boyutlarda ve farklı ekol mensubu yazarlar tarafından şerhe konu olması, onun etki gücünü de göstermektedir. Tûsî'nin sistemleştirdiği, Îcî'nin ise muhtasar bir şekle büründürdüğü "insani yetkinleşme" temeli üzerine inşa edilen bütünlüklü bir ahlak fikri, teorik ve pratik çerçeve taşıyan tasavvufi, kelami ekollerin metinlerinde de etkisini göstermektedir.

Tûsî'nin sistemleştirdiği, Îcî'nin ise muhtasar bir şekle büründürdüğü "insani yetkinleşme" temeli üzerine inşa edilen bütünlüklü bir ahlak fikri, teorik ve pratik çerçeve taşıyan tasavvufi, kelami ekollerin metinlerinde de etkisini göstermektedir.

Îcî'nin yazdığı *Ahlak-ı Adudiyye* metni ve şerhleri dışında Tûsî'nin *Ahlak-ı Nâsırî*'sini örnek alan Türkçe ve Farsça eserler kaleme alınmıştır. Cemâleddin el-Aksarâyî'nin (ö. 1389) *Ahlak-ı Cemâlî*'si, Kınalızâde Ali Efendi'nin (ö. 1572) *Ahlak-ı Âlâî*'si Türkçe kaleme alınmış etkin metinlerdendir. Celâleddin Devvânî'nin (ö. 1502) *Ahlak-ı Celâlî*'si, Muhyi-i Gülşenî'nin (ö. 1606) *Ahlak-ı Gülşenî*'si ve Hüseyin Vâiz-i Kâşifî (ö. 1505) tarafından kaleme alınan *Ahlak-ı Muhsinî* adlı eserler Farsça kaleme alınmış olup hem etkili olmuş hem de farklı türde çevirileri yapılmış metinlerdir (Arıcı, 2017). Benzer süreklilikleri tamamıyla olmasa da belli oranlarda özellikle 13. yüzyıldan sonra yaygınlık kazanan fütüvvetnâme ve farklı meslek ve meşrep grupları için yazılan adâb kitaplarında görmek mümkündür. Nefs teorisi üzerinden insanın yetkinleşme süreci için önemli bir mihenk olarak kabul edilen ahlaki bilinç ve yaşam, teorisini üreten yahut doğrudan pratiğe odaklanan eserlerde farklı biçimlerde kendisini göstermektedir.

Felsefi ahlak alanının genel bir çerçevesini çizdikten sonra bu literatürde ortaya çıkan merkezî kavram ve problemleri incelemeye geçebiliriz.

Felsefi Ahlak Alanında Öne Çıkan Kavram ve Problemler

İslam ahlak düşüncesi fizik ve metafizik arka plana sahip bir anlam kümesi taşır. Bu ahlak fikri; insanın kendinden menkul bir değer yerine; aşkın bir metafizik unsura olan bağı ile kendindeki potansiyelliği (*kuvve*) fiile çıkarmak suretiyle yetkinleşeceği ve gerçek anlamıyla "olacağı" fikri üzerine kuruludur. Dolayısıyla bütün insan eylemleri bu çerçeve içerisinde bir mahiyet kazanır. Bu bölümde "gaye" fikri etrafında insani yetkinleşme, bunu ortaya çıkaran zemin olarak insan nefsinin güçleri ve itidal teorisi etrafında ortaya çıkan erdemler ve reziletler üzerinde durulacaktır. İslam ahlak felsefesinin ana kavram ve problemlerini teşkil eden bu meseleler bize, bu ahlak anlayışının mahiyeti ve kurmak istediği dünyaya dair de fikir verecektir.

Gayeci Bir Perspektifle Ahlakı İncelemek: Mutluluk ve İnsani Yetkinleşme

İslam ahlak felsefesinin ana yapısını ortaya koyabilmek için öncelikle onun nasıl bir insan fikrine sahip olduğunu anlamak gerekir. İnsanın varlığı itibarıyla maddeden soyut nefis ve beden birlikteliğinden oluşan bir varlık olması üzerine kurulu bu anlayış, varlığı itibariyle akli olan ama bedenle birlikte bulunması sebebiyle fiilleri itibariyle maddeyle ilişkili bulunan nefsin, maddi unsurlardan soyutlanarak yetkinliğini kazanması çerçevesinde anlam kazanır (Türker, 2010, s. 90). Nefsin bu ikili yönü onu nazarî ve amelî akıl gücü bakımından yetkinleşmeye konu kılar. Nefsin akli boyutunun her iki açıdan bilkuvvelikten bilfiilliğe çıkması yetkinlik olarak adlandırılır. Temelde "metafizik bilgi"ye ilişkin olan nazari akıl gücü bakımından yetkinlik, aklın bilkuvvelikten bilfiil ve müstefâd akıl seviyesine çıkması anlamına gelir. Böylece kişi bilgisine konu edindiği şeyleri onun hakikatine uygun bir biçimde "burhânî" olarak bilir (Durusoy, 2008, s. 242). Ahlaki eylemler sonucunda gerçekleşmesi hedeflenen ise amelî akıl gücünün yönetimi sonucu ortaya çıkan eylemlere ilişkin bir yetkinleşmedir. Amelî akıl gücünün yetkinliği ise İbn Sînâcı kullanımıyla nefsin iki aşırı uç (*ifrat-tefrit*) arasında vasatı/ortayı bularak (*meleketü't-tavassut*) eylemde bulunmasıdır. Orta olanın tespiti ise amelî akıl gücünün, nazari akıl gücünün ilkelerine uygun bir biçimde davranması ve nazari aklın amelî aklı kontrol eden (*el-hey'etü'l-iz'ânî*) bir yapı kazanmasıyla mümkündür (Durusoy, 2008, s. 248). Böylece

İslam ahlak düşüncesi fizik ve metafizik arka plana sahip bir anlam kümesi taşır. Bu ahlak fikri; insanın kendinden menkul bir değer yerine; aşkın bir metafizik unsura olan bağı ile kendindeki potansiyelliği (kuvve) fiile çıkarmak suretiyle yetkinleşeceği ve gerçek anlamıyla "olacağı" fikri üzerine kuruludur.

ifrat ve tefritten uzak bir biçimde eylemler itidal noktasına uygun bir biçimde ortaya çıkar.

Erdemlerin kazanılması neticesinde ahlaki bir yapının meydana gelmesi ise mücerret bir varlık olan nefsin, bedenle birliktelik hâlinde bulunması sonucunda gerçekleşir.

Erdemlerin kazanılması neticesinde ahlaki bir yapının meydana gelmesi ise mücerret bir varlık olan nefsin, bedenle birliktelik hâlinde bulunması sonucunda gerçekleşir. Nitekim akli varlık olarak nefis, bedende ortaya çıkan öfke (*gazab*) ve arzu (*şehvet*) güçlerini kontrol ettiğinde eylemler, erdeme uygun bir biçimde ortaya çıkacağı için güzel ahlak tahakkuk eder. Ahlaklılığın eylemler neticesinde yerleşmesiyle de metafizik bilgiye erişimi sağlayan vasat olarak "insani yetkinleşme" gerçekleşir. Teleolojik/gayeci ahlak içerisinde kabul edilen bu yaklaşım (Bircan, 2016, s. 11), meleke hâline getirilen alışkanlıklar sonucu erdemlerin insanda yerleşik bir "hâl"e gelmesiyle neticelenir. Nitekim İslam ahlak düşüncesinde etkili olmuş Galenci tanıma göre huyların bütünü olarak ahlak "insanın düşünüp taşınmadan (*reviyye*) ve önceden düşünülmüş bir tercih (*ihtiyar*) olmadan eylemlerini yapmasını sağlayan hal" olarak tanımlanmıştır. Ahlakın "hâl" olarak kabul edilmesi gelip geçici olmayı ifade ettiği için ve sağlam bir ahlak yapısının ortaya çıkması ancak huyların "yerleşik" duruma gelmesiyle olacağından dolayı İbn Sînâ'da (ö. 1037) bu kavram yerleşik olma vurgusunu güçlü bir biçimde taşıyan "meleke"; Gazzâlî'de (ö. 1111) ise "hey'e" kavramlarıyla yer değiştirmiştir (Özturan, 2015, s. 6). Ayrıca tanımdaki "önceden düşünülmüş bir tercih/ihtiyar olmadan" kısmı, eylemlerin insan iradesi sonucunda özgür bir biçimde yapılmasına halel getireceği için İslam ahlak literatüründeki tanımlarda yaygın kabul görmemiş ve yaygın tanım "Hulk/huy (çoğul olarak ahlak); herhangi bir düşünme (*reviyye*) olmaksızın nefsânî fiillerin kolaylıkla yapılmasını sağlayan meleke" olarak revize edilmiştir.[10]

Öte yandan doğal fiiller irade ve ihtiyara konu olmaksızın gerçekleşmeleri sebebiyle onlara meleke denilemez. İnsanda doğal olarak ortaya çıkan belli huylar, bilinçli bir eylem sonucunda melekeye dönüşerek ortaya çıkmadıkları için yetkinleşmeye nispet edilemezler (Bilgin, 2013, s. 34). Çünkü insani kemâlin gerçekleşmesi ancak nefs-beden ilişkisinde nefsin kendisiyle mukârenet hâlinde bulunduğu bedenin "doğal" yapısının ortaya çıkardığı eylem alanından kurtularak akli ilkelere uygun eylem alanının sonucunda olmaktadır. Nitekim nefsin bitkisel ve hayvani kuvvelerinde ortaya çıkan arzu ve öfke güçleri, düşünme gücünün idaresi altında nefsin "akli" olan yönüne dönmesine hizmet ettikleri için ona nispet edilerek ele alınmıştır.

10 Birçok eserde görülmekle birlikte bu değişim şu eserlerden takip edilebilir: İbn Miskeveyh. (1983). Tehzîbü'-ahlak, s. 36; Tûsî. (2007). Ahlak-ı Nâsırî, s. 81; Taşköprîzâde. (2014). Şerhu'l-Ahlaki'l-Adudiyye, s. 34.

Nefsin amelî yetkinleşmeyi elde etmesi mutluluk (es-saâdet) olarak adlandırılır ve en yüce iyilik olarak kabul edilir.

Nefsin amelî yetkinleşmeyi elde etmesi mutluluk (*es-saâdet*) olarak adlandırılır ve en yüce iyilik olarak kabul edilir. Fârâbî'ye göre bütün iyilik ve yetkinlikler bir şey için talep edilir; ancak yalnızca mutluluk, sadece kendisi için talep edilmektedir. "Kendine yeterlik argümanı"[11] üzerinden temellendirilen bu fikre göre mutluluğa götüren fiiller iyi fiil; bu fiilleri ortaya çıkaran istidat ve melekeler ise erdemlerdir. Mutluluğa götürmeyen kötü fiiller erdemsizlikleri ortaya çıkartan melekelerden kaynaklanır. İnsani yetkinleşmeye ilişkin olanı tefrik etmek amacıyla Fârâbî mutluluğu ikiye ayırır. Bunlardan ilki zenginlik, haz ve saygınlık gibi insanların ilk etapta mutluluk atfettiği şeylerdir ki filozof bunları gerçek mutluluğa götürücü unsurlar olarak kabul etmez. İkincisi ise başka bir şeye götürmesi açısından değil sadece kendisi için istenen, bütün diğer taleplerin onun yanında ikincil olarak kabul edileceği hakiki mutluluktur. Hakiki mutluluk insanın tüm eylemlerinin gerçek amacıdır ve ondan sonra başka bir mutluluk arayışına girilmesi söz konusu değildir. Fârâbî bu tür bir mutluluğun gerçek anlamıyla ancak nefsin maddi bedenden arınmasından sonra öte dünyada gerçekleşeceğini düşünmektedir (Aydınlı, 2008, s. 113-115).

Fârâbî'nin ahlakın gayesinin en yüce mutluluk olması gerektiğine dair görüşünü ortaya koyması neticesinde İslam ahlak felsefelerinde mutluluğu gaye olarak kabul eden ahlak yaklaşımları belirleyici olmaya başlamıştır.

Fârâbî'nin ahlakın gayesinin en yüce mutluluk olması gerektiğine dair görüşünü ortaya koyması neticesinde İslam ahlak felsefelerinde mutluluğu gaye olarak kabul eden ahlak yaklaşımları belirleyici olmaya başlamıştır. Bu süreç sonrasında iyi-kötü, erdemler ve erdemsizlikler mutlulukla ilişkili bir biçimde ele alınmıştır. İnsan, bilkuvve olan tüm güçlerini bilfiil yaparak elde edeceği yetkinlik neticesinde, dünya ve ahiretteki hakiki mutluluğa kavuşabilecektir (Bircan, 2001, s. 71, 269). Bu sebeple eylemlerin gayesi olan yetkinlik sürecin sonunda mutlulukla eş düzey bir anlama sahiptir. Yetkinlik, insanın kendinde kuvve hâlinde bulunan potansiyellerini bilfiil hâle getirmesi olduğundan konuyla bağlantılı olarak söz konusu güçlerin amelî felsefe bağlamında nasıl ele alındığını incelememiz gerekmektedir.

Amelî Yetkinleşme Hangi Temel Üzerine Oturur?: İnsan Nefsinin Güçleri

İslam ahlak felsefecileri insan nefsinin güçlerini Platoncu, Aristotelesçi ve yeni Platoncu unsurların ve farklı yorumların eşlik ettiği bir zemin üzerinden ele

11 Bu argümanın Aristoteles ve Fârâbî tarafından nasıl ifade edildiğine dair detaylı bilgi için bk. Özturan (2013, s. 50-53).

almaktadır. Bu itibarla İslam felsefesinde birbirinden farklı yorumlara konu olan nefsin güçleri meselesi, ahlak alanına da etki etmiştir. İnsan nefsini düşünme, öfke ve arzu gücü olmak üzere üç ayrı fonksiyona ayırarak ele alan Platoncu üçlü nefis anlayışı (Kutluer, 1989, s. 175) ve bitkisel, hayvani ve insani nefs olmak üzere üç ayrı nefis türü kabul eden Aristotelesçi nefs anlayışı olmak üzere iki farklı yaklaşım ahlak düşüncesine de etki etmiştir (Aristoteles, 2011, s. 81-82). İbn Miskeveyh ve Tûsî nefsin güçlerini açıklarken insani nefsin düşünme (akıl), arzu (şehvet) ve öfke (gazab) olmak üzere üç güce sahip olduğunu söylemektedir. Bu kabulde İbn Sînâcı nefs teorisinin belirgin etkisi bulunmaktadır. Nitekim yeni Platoncu bir kabulle nefsi akli bir cevher olarak kabul eden ve onun bedenle ilişkisi üzerinden arzu ve öfke güçlerini konumlandıran İbn Sînâ, amelî yetkinleşmeyi bunun üzerine inşa eder (Tiryaki, 2015, s. 25-26). Böylece nefsin amelî olarak yetkinleşmesi, arzu ve öfke güçlerini kendi varlık tarzına uygun olarak yönetmesiyle ortaya çıkar. Mâkul amaçlar doğrultusunda ortaya çıkacak irade ve hareketler, nefsin amelî yön üzerinden yetkinleşmesini sağlayacaktır (Türker, 2010, s. 112).

İslam ahlak felsefecileri insan nefsinin güçlerini Platoncu, Aristotelesçi ve yeni Platoncu unsurların ve farklı yorumların eşlik ettiği bir zemin üzerinden ele almaktadır.

Ahlak alanında kendinden sonraki süreçlerde de yaygın bir biçimde kullanılan bir nefs teorisi olduğu için nefsin güçleri ve alt fonksiyonlarını burada İbn Sînâ'nın anlatımı üzerinden ele alacağız. Arzu gücünün kendisine ilişkin hazlara yönelmesi "beden ve neslin bekası"; öfke gücünün kendisine ilişen korku ve kötülükleri uzaklaştırması ise toplumsal yapıyı korumak, iyiliği yayıp kötülükten uzaklaştırmak için gereklidir (Durusoy, 2008, s. 248). Kuşkusuz böyle iyi bir sonuç, arzu ve öfke gücünün erdem formu olan iffet ve yiğitlik (*şecaat*) olarak kendisini göstermesiyle mümkün olabilir.

Bitkisel, hayvani ve insani nefsin kendilerine ait güçleri bulunmaktadır. Bitkisel nefis, beslenme, büyüme ve üreme güçlerine sahiptir. Hayvani nefis ise idrak (*müdrike*) ve hareket (*muharrike*) kuvveleri olarak ikiye ayrılır. Müdrike yani idrak güçleri ise iç ve dış idrak güçleri olmak üzere ikiye ayılmaktadır. Dış idrak güçleri beş temel duyudur.

İç idrak güçleri ise İbn Sînâcı tasnifle beş duyudan alınan verilerin toplandığı ve duyumun (*ihsâs*) gerçekleştiği merkez olan hiss-i müşterek, ortak duyuda idrak edilen şeylerin suretlerini koruyan hayal, hayal gücünde depolanmış olan suretler üzerinde birleştirme ve ayırma işlemleri yapan mütehayyile/müfekkire, mütehayyile gücünden gelen işlenmiş suretler hakkında tikel hükümler veren güç olarak vehim ve vehim gücünün verdiği anlamları saklayan ve gerektiği zaman ortaya çıkartan hafıza gücü olmak üzere beş

Ahlak alanında kendinden sonraki süreçlerde de yaygın bir biçimde kullanılan bir nefs teorisi olduğu için nefsin güçleri ve alt fonksiyonlarını burada İbn Sînâ'nın anlatımı üzerinden ele alacağız

İbn Sînâcı nefs teorisine göre kendinde "akıl" olan insani nefsin nazari ve amelî olmak üzere ikiye ayrılması, nefsin manevi bir cevher olmasıyla ilgilidir.

tanedir (Durusoy, 2008, s. 129). Buraya kadarki süreç bize iradeli harekete sahip olan bir canlının (*hayevân*), hareket sürecine geçmeden önceki bilişsel sürecinin nasıl işlediğini göstermektedir. Buna göre iç ve dış idrak güçleri bize canlının idrakinin nasıl gerçekleştiğinin bilgisini verir.

Hayvani nefsin diğer gücü olan muharrike yani hareket gücü ise müdrikeden gelen yargıya göre bedeni hareket ettirir. Burada muharrik güç, motive eden (*bâise*) ve harekete geçiren (*fâile*) olmak üzere ikiye ayrılır. Bâise, arzu duyulan şeyi elde etme ve korkulan/öfke duyulan şeyden kaçınma hususunda motivasyon veren güçtür. İkiye ayrılan bâise gücünün ilki bir şeyi istemeyi sağlayan şevk gücüdür (*el-kuvvetü'ş-şevkiyye*). Şevk gücü arzu ve öfke güçleri üzerinden kendini gösterir. Arzu gücü, haz alınan ve yararlı olduğu tahayyül edilen şeylere meyletmedir. Öfke gücü ise zarar ve üzüntü veren şeyleri uzaklaştırmak ve onlardan korumak için talepte bulunan güçtür. İsteme ve nefret etme olarak konumlandırılacak bu güçler, şevk/istemenin farklı formları olarak ifade edilir.

Bâise gücünün ikincisi ise bir sonraki aşama olan istenilen şey hakkındaki "irade"yi ortaya koyma işlevi gören nuzû' ve icma gücüdür (*el-kuvvetün'-nuzû'iyye-el-kuvvetü'l-icmâiyye*). Böylece farklı iki forma sahip olan isteme (şevk); irade (nuzû' ve icmâ) ile eyleme geçmeye hazır hâle gelir. İşte tam da bu noktada eylem; istenen ve irade edilen şeyin gerçekleşmesi için kaslar ve sinirlere komut vererek harekete geçmeyi sağlayan eylem (*fâile*) gücüyle ortaya çıkar (Durusoy, 2008, s 206). Ahlaki eylemlerin ortaya çıkacağı nokta da burada yer almaktadır. Bir eylemi ahlaki hâle getiren şey; fâile gücünün insandaki hayvani nefsin idrak güçlerine bağlı bir biçimde ortaya çıkan bir irade ile mi yoksa amelî aklın akıl yürütmesinin neticesinde ortaya çıkan bir irade ile mi gerçekleştiğidir. Nitekim İbn Sînâ'ya göre irade (nuzû' ve icmâ gücü) sadece hayal ve mütehayyile idraki üzerinden değil; aynı zamanda nazarî akıl tarafından idrak edilen mâkulâtı elde etmeye dönük bir iradenin de ortaya konulmasını sağlayabilir. Bu durum ameli aklın ahlaki olana dönük hareketi için ilke teşkil ederse erdeme uygun bir fiil meydana gelir. Çünkü tahayyüle bağlı bir iradenin gerçek nedenini belirlemek zor olduğu için onun sonucunda ortaya çıkan eylem "abes" olarak adlandırılır ve neticede ulaşılan amaç hakiki bir iyilik ortaya çıkarmaz. Hakiki iyilik ise ancak akıl gücüne yönelik bir irade sonucu meydana gelir (Durusoy, 2008, s. 207, 211). Çünkü hayvani nefsin kuvveleriyle sadece nesnelere dair cüzi manalar idrak edilmektedir. Külli anlamların yani tümellerin idraki ise insani nefis ile sağlanır. İnsani nefis ise nazari ve amelî olmak üzere iki ayrı güce sahiptir. İbn Sînâcı nefs teorisine göre kendinde "akıl" olan insani nefsin nazari ve amelî olmak üzere ikiye ayrılması, nefsin manevi bir cevher olmasıyla ilgilidir. Buna göre manevi bir cevher olan nefsin bedenle ilişkisi sebebiyle hem fizik hem de metafizik alem ile irtibatı vardır. Nefsin metafizik alemle olan ilişkisinden nazari olan yani "bilgi" ortaya çıkarken; fizik alemle ilişkisinden amelî kuvveyle irtibatlı olarak "ahlak" meydana gelir (Durusoy, 2008, s. 168). İradenin akla tabi

olarak fâile gücünün eylemde bulunması amelî aklın bir sonucudur (Aykıt, basımda, s. 295). Amelî kuvve sayesinde insan erdemleri idrak ederek reziletlerden kaçınmak suretiyle güzel ahlaka dair idrake erişir. İnsani nefsin bir gücü olan amelî kuvve, hayvani nefsin muharrike gücünün kuvveleri olan bâise ve fâile kuvvesini kullanarak bedenden ayrık olan insani nefs ile bedene bağlı olan hayvani nefs arasında irtibat kurar. Bu süreçte eğer amelî nefsin kullandığı hayvani muharrik nefis güçleri, insani nefsten gelen ilkeler doğrultusunda hareket ederse erdemlerle donanmış güzel ahlak ortaya çıkar. Tam tersi ise reziletler ve dolayısıyla kötü ahlakı doğurur (Aykıt, 2018, s. 295).

Amelî kuvve sayesinde insan erdemleri idrak ederek reziletlerden kaçınmak suretiyle güzel ahlaka dair idrake erişir.

Eylemlerin kendisine bağlı bir biçimde ortaya çıktığı amelî akıl gücünü İbn Sînâ, ahlaki eylemlerin de içine dâhil olduğu üç perspektiften inceler. Buna göre harekete geçirici (*muharrik*) güçlerden birisi olan iradeye (*el-kuvvetü'n-nüzûiyye*) bağlı olarak oluşan korku, sevinç, heyecan gibi etki ve edilgiler, amelî aklın mütehayyile ve vehim güçlerini kullanarak hadiselerle ilgili yasalar ortaya koyması ve nazari aklın verdiği ilkeler doğrultusunda iyi-kötü, yararlı-zararlı, güzel-çirkinin ne olduğunu belirlemesi süreçlerinin tamamı amelî aklın işlevleridir (Durusoy, 2008, s. 201). Son kısım doğrudan ahlakla alakalıdır. Çünkü eylem alanında neyin iyi neyin kötü olduğu ve bu sebeple yapılacak ve kaçınılacak eylemler bu süreç sonucu belirlenir. Böylelikle amelî akıl, bedene ilişkin muharrik güçleri kullanması sebebiyle bedene bağımlı değil; nazari akla uygun bir biçimde hareket eder ve bunun sonucunda erdeme uygun bir ahlak ortaya çıkar. Zira erdeme uygun eylemlerin meydana gelmesi, insandaki hayvani gücün fonksiyonlarını kullanmakla birlikte nihai olarak ilkesel düzlemde insana özgü olan amelî güce tabi olunması anlamına gelmektedir.

İnsan nefsinin kuvvelerini inceledikten ve bunun ahlaki eylemle irtibatına işaret ettikten sonra iyi ya da kötü ahlakın oluşmasına zemin hazırlayan erdemler (*fazîlet*) ve reziletlerin neler olduğuna ve bunlara bağlı ne tür erdem ve reziletlerin incelemeye konu kılındığına geçebiliriz.

İtidal Teorisi: Nefsin Güçlerinde Ortaya Çıkan Erdemler ve Reziletler

İslam ahlak felsefesinde erdemler, şahsi ahlak (*tedbîru'n-nefs*), ev yönetimi (*tedbîru'l-menzil*) ve şehir yönetimi (*tedbîru'l-mudun*) başlıklarıyla irtibatlı bir biçimde ele alınmaktadır. Buna göre düşünme gücünde hikmet, öfke gücünde yiğitlik (*şecaat*) ve arzu gücünde iffet erdemlerine sahip olan bir kişi özel yaşamını ifade eden ev yönetiminin yahut kamusal yaşamın bir parçası olurken bu erdemlerin tahakkuk ettirdiği anla-

İslam ahlak felsefesinde erdemler, şahsi ahlak (*tedbîru'n-nefs*), ev yönetimi (tedbîru'l-menzil) ve şehir yönetimi (*tedbîru'l-mudun*) başlıklarıyla irtibatlı bir biçimde ele alınmaktadır.

Erdem ve erdemsizlikler (reziletler) temelde Aristotelesçi itidal teorisindeki sürekliliği devam ettirerek, fazlalık yönünden aşırılık (ifrat) ve azlık yönünden aşırılığın (tefrit) orta (vasat) noktasında meydana gelmektedir.

ma göre hareket edecektir. Bu minvalde erdemler arası bir hiyerarşiyi hatırlatır biçimde bu temel erdemlerle onların alt erdemleri arasında ilişki kurularak şahsi-özel-kamusal eylem bütünlüğünü tesis etmek amaçlanmaktadır. Nitekim tüm sürecin sonucunda kişide bu üç boyutu da kapsayan "adalet" erdemi ortaya çıkacak ve tam anlamıyla ahlaki yaşam tesis edilecektir.

Erdem ve erdemsizlikler (reziletler) temelde Aristotelesçi itidal teorisindeki sürekliliği devam ettirerek, fazlalık yönünden aşırılık (*ifrat*) ve azlık yönünden aşırılığın (*tefrit*) orta (*vasat*) noktasında meydana gelmektedir. İtidal, bir eylemin erdem olabilmesinin temel ilkesidir. İbn Miskeveyh'e göre bir şeyin erdem olması "orta noktada bulunması itibariyle iki aşırı ucun kapsamına giren sonsuz reziletlerden uzak olması" demektir. Eğer erdem, erdem olmasını sağlayan konumdan ayrılırsa bir rezilete yaklaşmış olur. Bu orta noktanın ne olduğunun bilinmesi kişiden kişiye ve içinde bulunulan duruma göre değiştiği için *vasat*a ulaşılması ve orada süreklilik kazanılması güçtür. İtidalden sapma noktalarının (*etrâf*), fiil, durum, zaman gibi farkı kategorilerde ortaya çıkabileceğini söyleyen İbn Miskeveyh'e göre bu durumlara bağlı olarak birçok tikel rezilet meydana gelebilir. Erdemi sağlayan orta noktanın ne olacağının tespiti nasıl kişiden kişiye göre değişiyorsa erdemden sapma noktaları da değişmektedir (İbn Miskeveyh, 1983, s. 23). Bu sebeple ahlak metinlerinde erdem ve reziletlerin tespiti hususunda tikellerin sonsuzluğu ve bireysel alanın farklılığı dolayısıyla temel ilkeler üzerinde durulmakta ve detaya dair değişen şeyleri her bir kişinin amelî akıl gücü ile elde etmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Zira erdemleri ortaya çıkartan temel hususiyetleri kavrayan kişi, buradan kendine uygun olan "itidal" noktasına ulaşabilecektir.

Erdemlerin ortaya çıkışında akıl ilkesinin dikkate alınmaması neticesinde zahiren erdem gibi görünen fakat aslında yetkinleşmeye hizmet etmeyen eylemler ortaya çıkmaktadır. İbn Miskeveyh'e göre, mal ve menfaat elde etmek için yiğitlik gösteren birinin eyleminde yiğitlik; insanlara gösteriş yapmak için cömertlik (*sehâ*) yapan kişinin eyleminde de cömertlik bir erdem olarak tahakkuk etmemektedir (İbn Miskeveyh, 1983, s. 98, 101). Çünkü dışsal olarak o erdemin formuna uygun olsa bile fiile kaynak teşkil eden ilkenin farklılaşması, o fiilin tüm sonucunu değiştirmektedir. Çünkü bir fiilin ilkesi nefsin yetkinleşmesine hizmet ettiği ölçüde erdem; nefsi bu gayeden uzaklaştırdığı ölçüde de rezilet olmaktadır. Tûsî ise bu durumu "redâet" olarak

Erdemlerin ortaya çıkışında akıl ilkesinin dikkate alınmaması neticesinde zahiren erdem gibi görünen fakat aslında yetkinleşmeye hizmet etmeyen eylemler ortaya çıkmaktadır.

isimlendirmekte ve burada bir gayenin erdemin yetkinlik amacıyla yapılmasının önüne geçerek, erdemin zatına ait olmayan tâli amaçların ona nispet edilmesi sebebiyle rezileti doğurduğu vurgusu yapmaktadır (Tûsî, 2007, s. 103). Erdemin kişiye nispetinde ve ortaya çıkışında değişen bu durumlar sebebiyle ahlak kitaplarında her bir erdemin ve reziletin tarifi yapılmış, ancak bunların kişide nasıl ve hangi oranlarla tahakkuk edeceği ve nasıl meleke hâline geleceği amelî akıl gücünün tefekkürüne bırakılmıştır.

İbn Sînâ'ya göre amelî akıl gücünde ortaya çıkan üç erdem vardır. Arzu gücünün erdemi olan iffet; yeme-içme, cinsellik gibi konularda ve vehim gücüyle ilişkili hazlarda itidale uygun davranmadır.

İbn Sînâ'ya göre amelî akıl gücünde ortaya çıkan üç erdem vardır. Arzu gücünün erdemi olan iffet; yeme-içme, cinsellik gibi konularda ve vehim gücüyle ilişkili hazlarda itidale uygun davranmadır. İffet erdeminden fazlalık yönünden sapma fücur (*azgınlık*) iken; azlık yönünden sapma cümûd (*donukluk*) reziletlerine sebep olmaktadır. Öfke gücünün erdemi olan şecaat/yiğitlik ise "korku, öfke, gam, nefret, kin, haset, cimrilik" gibi durumlara düşmeksizin itidalli davranmaktır. Azlık açısından itidalden yani erdemlilikten sapma sonucunda cübn (*korkaklık*); çokluk noktasında sapma durumunda ise tehevvür (*saldırganlık*) reziletleri meydana gelmektedir.

Yönetmek (*tedbir*) ile ilgili olarak iç idrak güçlerinde ortaya çıkan hikmet erdemi ise insanın toplumsal ilişkilerdeki her türlü durumda itidalli ve akla uygun davranmasıdır. İnsanın sosyal yaşamında fayda ve zararına olan şeyi bilmesi, zarar görmemesi ve zarar vermemesi için hikmet erdemine uygun iş yapması elzemdir. Hikmet erdeminin meydana geldiği itidal noktasından fazlalık yönünden sapılması cerbeze (*kurnazlık*); azlık yönünden sapılması ise gabâvet (*kalın kafalılık*) erdemsizliklerini doğurmaktadır. İffet, şecaat ve hikmet erdemlerinin bir arada bulunmasından adalet erdemi ortaya çıkmaktadır (Durusoy, 2008, s. 251). Görüleceği üzere tüm erdemlerin toplamı adalettir ve gerçek anlamıyla amelî yetkinlik adalet erdemine ulaşmakla elde edilmektedir. İbn Sînâ'nın bu anlatımında nefsin bâise gücünün işlevlerinde ortaya çıkan ve bu gücün amelî akla uygun ilkelere göre davranması neticesinde meydana gelen dört temel erdem, kendilerine taalluk eden durumlara göre alt erdemlere ve reziletlere ayrılmaktadır.

İslam ahlak felsefesi içerisinde iffet, şecaat, hikmet ve adaletin dört temel erdem olduğu hususunda genel bir kabul mevcuttur. Bunun dışında hem nicelik olarak hem de üst erdemlerle kurulan ilişkilerin niteliklerinde alt erdemlerde farklılaşmalar olduğu görülmektedir. Alt erdemlerin birbirleriyle ilişkili bir biçimde bir tasnifle açıklanmasının ilk örneklerinden birisi İbn Miskeveyh'in *Tehzîbü'l-ahlak*'ında

İslam ahlak felsefesi içerisinde iffet, şecaat, hikmet ve adaletin dört temel erdem olduğu hususunda genel bir kabul mevcuttur.

görülür. İbn Miskeveyh'le yakın dönemde yaşamış olan Yahya bin Adiyy'in aynı adlı eserinde ise alt erdemler, ana erdemlerle ilişkili bir bağlantı kurulmadan yirmi alt erdem ve onların zıddı olan erdemsizlikler üzerinden anlatılmaktadır (Bilgin, 2013, s. 56). İbn Miskeveyh'in yaptığı tasnifi alt erdemlerdeki farklı sınıflandırma ve açıklamalarla devam ettiren Tûsî'nin bu tavrının yerleşmiş ve genel kabul görmüş hâli Adudiddîn el-Îcî'nin *Ahlak-ı Adudiyye* risalesinde kendini gösterir. Zira bu eser ve üzerine farklı dönemlerde yazılan şerhler mezkur tasnif ve açıklama biçimlerinin nasıl bir yaygınlık kazandığını ve kabul gördüğünü göstermektedir. Bu sebeple alt erdemleri Îcî'nin tasnifiyle bir şema üzerinde göstermek istiyoruz.

Hikmetin Alt Erdemleri	Şecaatin Alt Erdemleri	İffetin Alt Erdemleri	Adaletin Alt Erdemleri
1. Safâu'z-zihn (zihin açıklığı) 2. Cevdetü'-fehm (anlayış düzgünlüğü) 3. Zekâ 4. Hüsn-ü tasavvur (tasavvur tamlığı) 5. Suhûletü't-taallüm (kolay öğrenme) 6. Hıfz (ezberleme) 7. Zükr (hatırlama)	1. Kiberü'n-nefs (ruh yüceliği) 2. Azmü'l-himme (himmeti yüce tutmak) 3. Sabır 4. Necdet (soğukkanlılık) 5. Hilim 6. Sükûn (ölçülü olmak) 7. Tevâzu 8. Şehâmet (gayretlilik) 9. İhtimâl (katlanma) 10. Hamiyyet 11. Rikkat	1. Hayâ 2. Sabır 3. De'at (arzuları dizginlemek) 4. Nezâhet (mal temizliği) 5. Kanaat 6. Vakar 7. Rıfk (uyumluluk) 8. Hüsnü's-semt (güzel yol tutmak) 9. Verâ 10. İntizam (düzenlilik) 11. Sehâ (cömertlik) Cömertliğin de altı tane alt erdemi bulunmaktadır: i. Kerem ii. Îsâr (diğerkamlık) iii. Nübl (âl-i cenaplık) iv. Müvâsât (paylaşımcılık) v. Semahât (lütufkârlık) vi. Müsâmaha (feragat)	1. Sadâkat (dostluk) 2. Ülfet (kaynaşma) 3. Vefa 4. Teveddüd (sevilme çabası) 5. Mükafât (iyiliğe karşılık vermek) 6. Hüsnü'ş-şeriket (ticari dürüstlük) 7. Hüsnü'l-kazâ (hakkı güzellikle ödeme) 8. Sıla-i rahim 9. Şefkat 10. Islâh (arabuluculuk) 11. Tevekkül 12. Teslimiyet 13. Rıza 14. İbadet (kulluk)

Burada anlatılan alt erdemlerin ana erdemlerle olan ilişkisi bize bütüncül anlatımın alt erdemler ile nasıl sağlandığını gösterecektir. Hikmet erdeminin altında yer alan erdemler ona hangi nispetlerle bağlanmaktadır? Esasında bu erdem türleri, hayvani nefsin iç idrak güçlerinin işlevlerine dairdir. Dış duyulardan ilgili suretleri aldıktan sonra onlar üzerinde işlemler yapmak yoluyla bilgi edinmenin farklı düzlemlerine işaret eden tahayyül, vehim ve taakkul gibi güçlerin itidale uygun bir biçimde işlemesiyle safâu'z-zihn, cevdetü'l-fehm, zekâ, hüsn-ü tasavvur ve şuhûdu't-taallüm erdemleri ortaya çıkar. Hıfz ve zükr ise doğrudan hafıza ve hatırlama (*zâkire*) güçleriyle ilişkilidir.

Burada anlatılan alt erdemlerin ana erdemlerle olan ilişkisi bize bütüncül anlatımın alt erdemler ile nasıl sağlandığını gösterecektir.

Şecaat erdeminin alt erdemleri incelendiğinde ise iki yönlü bir ilişki kurulduğu görülür. Bunlardan ilk yön altına girecek erdemler grubu öfke gücünün "mukavemet etme" boyutuna bağlanmaktadır. Değerli şeyler yapmaya yönlendiren "azmü'l-himme", bu erdem altında zorluklara direnme anlamına gelen "sabır", öfkeye hâkim olma noktasında kişiyi zorlayan bir duruma karşı durma anlamında "sükûn", anlamlı ve faydalı işler yapma konusunda gayretli olma manasındaki "şehâmet", bedenin iyilikler yaparak yorgun düşmesi demek olan "ihtimal", kişinin sorumluluk alanlarındaki şeyleri koruyup kollaması manasındaki "hamiyyet" erdemleri bu kategori altına girmektedir. Burada sayılan erdemler öfke gücünün savunma boyutuna tekabül etmektedir. İkinci grup erdemler ise doğrudan savunma yerine; öfke gücünün bilgelik hâline gelmiş daha deruni bir yönüne işaret etmektedir. Nitekim zenginliğe değer vermemek manasındaki "kiberü'n-nefs", dünyanın sevinç ve hüzünlerine aldırış etmeme demek olan "azmü'l-himme", başkaları sebebiyle eylemde bulunmayı terk etmek demek olan "necdet", öfke hâlinde sükûnetini korumak bakımından "hilim", mal ve makam sahibi olmayan insanlara hürmet beslemek ve onları önde tutmak anlamındaki "tevâzu", başka insanların başına gelenlerden dolayı üzüntü duymak manasındaki "rikkat" bu grup içerisinde değerlendirilmektedir.

Arzu gücünün erdemi olan iffet ise meyl ve talep etme zemininde ortaya çıkan alt erdemleri kapsamaktadır. Buradaki alt erdemler de iki ayrı grupta mütalaa edilebilir. Birinci grup doğrudan arzuların dizginlenmesi içerisinde kabul edilecek olan kötü sonuçlar doğuracak bir arzunun peşinden gitmekten vazgeçmek anlamındaki "hayâ", nefsin arzu ve hevaya karşı direnç göstermesi demek olan "sabır", arzular harekete geçtiği anda onları dizginleyebilmek manasındaki "de'at", tüm arzu nesneleri karşısında nefsi sınırlandırmak anlamındaki "kanaat", nefsin iyi olan şey karşısında başka taleplerinden vazgeçmesi manasındaki "rıfk" erdemleri arzunun kontrol altına alınması açısından iffet erdeminin altında yer almaktadır.

Erdemler insanın gerek bireysel gerekse de toplumsal formdaki pek çok eylem alanını kapsar. Bütünlüklü bir insan tasavvuru üzerine inşa edilmiş olan bu yaklaşım, bize kişinin yalnız olduğu zamanda, ev yaşamındaki özel hayatında ve siyasal bir konum taşıyan kamusal-toplumsal alanda erdemlerle donanmanın ancak amelî olarak olgunlaşmayı dolayısıyla da insani yetkinleşmeyi vereceğini öngörür.

İkinci kategoride ise daha özelleşmiş bir biçimde nefsin mal ve menfaate dönük arzu ve taleplerinin sınırlandırılması ile ilgili erdemler yer almaktadır. Bu minval üzere izzetli bir şekilde mal kazanıp bunu hayır yolunda harcamak anlamındaki "nezâket", nefsin yetkinleşmesi uğrunda güzel işler peşinde olmak manasındaki "hüsnü's-semt", iyi ve güzel işler yapmada devamlı olmak anlamındaki "verâ", faydalı işlerle ilgili düzen ve tertibe riayet etmek anlamındaki "intizam" ve malını başkalarıyla paylaşmak manasındaki "sehâ" bu kategorinin altında değerlendirilmelidir. Malını başkalarıyla paylaşmaya, iffet erdemleri altında özel bir önem atfedilmiş ve bu sebeple "verme" eyleminin biçimleri de ayrıca analiz edilmiştir (Bilgin, 2013, s. 61, 69-70, 75-76).[12]

Son olarak bu üç erdemin nefste tahakkuku neticesinde meydana gelen adalet erdeminin alt erdemleri ise diğer üç erdemin alt erdemlerinin içerimlerine birlikte işaret etmektedir. Nitekim buradaki alt erdemler, insanın savunma, koruma, arzuyu sınırlandırma ve arzu nesnelerini paylaşma gibi insanlar arası ilişkilerde tezahürlerini göreceğimiz eylemlere işaret ederken; "teslimiyet", "rıza" ve "kulluk" erdemleri insanın Tanrı'yla olan irtibatında gözetmesi gereken anlamlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüldüğü üzere tüm erdemler bireyin hem diğer insanlarla hem de Tanrı'yla olan ilişkilerini şümullü bir biçimde açıklama amacı taşımaktadır.

Böylelikle erdemler insanın gerek bireysel gerekse de toplumsal formdaki pek çok eylem alanını kapsar. Bütünlüklü bir insan tasavvuru üzerine inşa edilmiş olan bu yaklaşım, bize kişinin yalnız olduğu zamanda, ev yaşamındaki özel hayatında ve siyasal bir konum taşıyan kamusal-toplumsal alanda erdemlerle donanmanın ancak amelî olarak olgunlaşmayı dolayısıyla da insani yetkinleşmeyi vereceğini öngörür. Bunlardan birisi eksik bırakıldığında insanın tüm davranışlarını kuşatan bir ahlaklılıktan söz edemeyeceğiz demektir. Nitekim İbn Miskeveyh tarafından erdemlere sahip olmak ve ahlaki bir kişiliğe kavuşmak için sık sık toplumsal hayatın gerekliliği vurgusu yapılmaktadır. Zira ona göre insan doğası gereği toplumsal bir canlıdır. Bu sebeple onun sahip olmak istediği gerçek mutluluk ancak dostlarla birlikte tamamlanır. Tek başına yaşayan bir kişinin ise yetkinliği elde etmesi mümkün değildir (Kuşlu, 2016, s. 177).

12 Adudiddin el-Îcî tarafından yapılan tasnifin detaylarını okumak, erdemlerin tanımları ve birbirleriyle olan ilişkilerini görmek için bk. Bilgin (2013, s. 54-92).

İslam Ahlak Felsefesi İş Ahlakı İçin İlkesel Düzlemde Bir Zemin Oluşturabilir mi?

Buraya kadar İslam ahlak düşüncesinin hangi ekoller ve zeminlerde ve ne tür bağlamlarda ortaya çıktığını ele aldık. İslam ahlak felsefesinin ana yaklaşımları üzerinden kurduğumuz anlatıma göre insani yetkinleşme sonucunda ortaya çıkacak bir mutluluk fikri üzerine kurulu olan amelî alan ve buna hizmet eder bir biçimde insan nefsinin güçlerinde meydana gelecek erdemler ve erdemsizlikleri itidal teorisi çerçevesinde inceledik. Bütün bunları anlatırken göstermek istediğimiz şey, bir ahlak tasavvurunun inşa edildiği zemini gördükten sonra onun hangi amacı hedeflediğini belirginleştirmekti. İş ahlakının teorik kısmına bakıldığında buradaki ahlakın büyük oranda faydacı bir perspektife sahip olduğu ve nihayetinde insanın kurduğu kurumsal ilişki biçimlerinde uyumlu bir birliktelik oluşturarak işleyen bir yapıyı tesis etme amacını gütmekte olduğu görülmektedir. Böylece herkesin maksimum olarak fayda elde edeceği bir durum ortaya çıkacaktır. İş ahlakının sadece eylemlerimiz neticesinde meydana gelebilecek faydaya indirgenmesi bir anlam varlığı olarak insanın "neden ahlaklı davranması gerektiği" sorusuna tatmin edici bir cevap verememektedir. Çünkü insanın nefs/ruh-beden birlikteliğine sahip ve metafizik bilginin imkânını kendisinde taşıyan bir varlık olduğu kabul edilmeden ahlakın da neden ve niçin olması gerektiği açıklanamamaktadır. Salt bedenden ibaret kabul edilen insan en iyi ihtimalle toplumsal ilişkilerini belli menfaat ekseninde sorunsuz sürdürme becerisi kazanmaktadır ki iş ahlakının hâlihazırda değer olarak kabul ettiği unsurlar bunun üzerine kuruludur. Ancak dünyada ve Türkiye'de gördüğümüz iş sorunları, yolsuzluklar, şirketlerde yaşanan usulsüzlükler bu bakış açısının sorunlara kalıcı çözümler getirmede yetersiz olduğunu göstermektedir. Bu sebeple "insanın yetkinleşmesi" fikri üzerinden hâlihazırda insanda verili olmayan ve üst-değere bağımlı bir biçimde ortaya çıkacak erdemler hiyerarşisine ihtiyaç bulunmaktadır. Kendi içine kapanan ve insanı düşünen bir varlık olarak yetkinlik düzlemine taşımayan tüm normatiflikler, teorik olarak da insana bir ufuk çizememektedir. Bu sebeple iş ahlakının değer ve ilkeleri, insanın maddi yapısına dair ortaya çıkan yeni açıklama biçimleri de dikkate alınarak, bu ilkelere uyan kişileri taşıyacak gaye nosyonu merkezinde net bir biçimde belirlenmelidir. İş ahlakı alanında ortaya çıkan tikel sorunlara kalıcı çözümler de ancak bu şekilde geliştirilebilecektir.

İş ahlakının sadece eylemlerimiz neticesinde meydana gelebilecek faydaya indirgenmesi bir anlam varlığı olarak insanın "neden ahlaklı davranması gerektiği" sorusuna tatmin edici bir cevap verememektedir.

İnsanın yetkinleşmesi" fikri üzerinden hâlihazırda insanda verili olmayan ve üst-değere bağımlı bir biçimde ortaya çıkacak erdemler hiyerarşisine ihtiyaç bulunmaktadır.

Kaynakça

Altaş. E. (2016). Hikemiyat literatürü ve ahlak. Ö. Türker ve K. B. Tiryaki (Ed.), *İslam ahlak literatürü: Ekoller ve problemler* içinde (s. 103-138). Ankara: Nobel Yayınları.

Anay, H. (1994). *Celâleddin Devvânî: Hayatı, eserleri, ahlak ve siyaset düşüncesi*. Yayımlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Arıcı. M. (2017). *Yenilenme dönemi ahlak ve siyaset düşüncesi*. https://www.islamdusunceatlasi.org/pages/yenilenme-donemi/yenilenme-donemi-ahlak-ve-siyaset-dusuncesi adresinden 15 Aralık 2017 tarihinde edinilmiştir.

Aristoteles. (2011). *Ruh üzerine* (çev. Z. Özcan). Ankara: Birleşik Yayınevi.

Aydınlı, Y. (2008). *Fârâbî*. İstanbul: İSAM Yayınları.

Aykıt, A. (2018). Vicdan kavramına eleştirel bir yaklaşım: Müneccimbaşı Ahmed Dede'de ahlaki şuur hali. Y. Cengiz ve S. Çınar (Ed.), *İslam düşüncesinde vicdân kavramı* içinde (s. 277-375). Ankara: Nobel Yayınları.

Başer, H. B. (2016). Tasavvufu önceleyen dönemde ahlak literatürü: Kitâbu'z-zühd'ler. Ö. Türker ve K. B. Tiryaki (Ed.), *İslam ahlak literatürü: Ekoller ve problemler* içinde (s. 139-161). Ankara: Nobel Yayınları.

Bayraktar, M. (1999). İbn Miskeveyh. *TDV İslam Ansiklopedisi (DİA)* içinde (C. 20, s. 201-208). İstanbul: TDV Yayınları.

Bilgin. K. (2013). *Şerhu'l-Ahlaki'l-Adudiyye-Metin ve değerlendirme*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bircan. H. H. (2001). *İslam felsefesinde mutluluk*. İstanbul: İz Yayıncılık.

Bircan. H. H. (2016). *İslam ahlak felsefesine giriş: İlk dönem İslam felsefesinde temel ahlak problemleri*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Çağrıcı, M. (1985). *Anahatlarıyla İslam ahlakı*. İstanbul: Ensar Yayınları.

Durusoy. A. (2008). *İbn Sînâ felsefesinde insan ve alemdeki yeri*. İstanbul: İFAV Yayınları.

Gutas, D. (2003). *Yunanca düşünce Arapça kültür: Bağdat'ta Yunanca-Arapça çeviri hareketi ve erken Abbasi toplumu* (çev. L. Şimşek). İstanbul: Kitap Yayınevi.

İbn Miskeveyh. (1983). Ahlakı olgunlaştırma (Tehzîbü'l-ahlak) (çev. A. Şener, C. Tunç ve İ. Kayaoğlu). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

İLEM İlmî Etüdler Derneği ve Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. (t.y. *İslam düşünce atlası*. https://www.islamdusunceatlasi.org/timemaps/1# adresinden 14 Ocak 2018 tarihinde edinilmiştir.

İLKE İlim Kültür ve Eğitim Derneği ve İLEM İlmî Etüdler Derneği (t.y.a). Adab ile ilgili eserler. *İslam ahlak düşüncesi kataloğu*. https://iadkatalog.ilke.org.tr/ara?metin=adab&eser_adi=&muellif= adresinden 10 Aralık 2017 tarihinde edinilmiştir.

İLKE İlim Kültür ve Eğitim Derneği ve İLEM İlmî Etüdler Derneği (t.y.b). Tezkiyetü'l-ervâh an mevânii'l-iflâh. *İslam ahlak düşüncesi kataloğu*. https://iadkatalog.ilke.org.tr/eser/tezkiyetul-ervah-an-mevaniil-iflah adresinden 10 Aralık 2017 tarihinde edinilmiştir.

Kuşlu. H. (2016). İslâm ahlak felsefesinde İbn Miskeveyh'in *Tehzîbü'l-Ahlak*'ı ve Etkileri. Ö. Türker ve K. B. Tiryaki (Ed.), *İslam ahlak literatürü: Ekoller ve problemler* içinde (s. 163-178). Ankara: Nobel Yayınları.

Kuşlu, H. ve Aydın, M. (2016). Galen düşüncesinde mizacın ahlaka tesiri. M. Z. Tiryaki ve K. B. Tiryaki (Ed.), *İslam düşüncesinde mizaç teorileri* içinde (s. 9-30). Ankara: Nobel Yayınları.

Kutluer, İ. (1989). *İslam felsefesi tarihinde ahlak ilminin teşekkülü*. Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özturan. H. (2013). *Akıl ve ahlak: Aristoteles ve Fârâbî'de ahlakın kaynağı*. İstanbul: Klasik Yayınları.

Özturan. H. (2015). *Ahlak felsefesinin temel problemleri: Seçme metinler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Özturan. H. (2017). *Klasik dönem ahlak ve siyaset düşüncesi*. https://www.islamdusunceatlasi.org/pages/klasik-donem/klasik-donem-ahl-k-ve-siyaset-dusuncesi adresinden 15 Aralık 2017 tarihinde edinilmiştir.

Taşköprîzade, A. (2014). *Şerhu'l-Ahlaki'l-Adudiyye: Ahlak-ı Adudiyye şerhi* (çev. M. Arıcı). İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları.

Tiryaki. M. Z. (2015). *İbn Sînâ felsefesinde mütehayyile/müfekkire ve vehim*. Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Tûsî, N. (2007). *Ahlak-ı Nasırî* (çev. A. Gafarov ve Z. Şükürov). İstanbul: Litera Yayınları.

Türker, Ö. (2010). *İbn Sînâ felsefesinde metafizik bilginin imkânı sorunu*. İstanbul: İSAM Yayınları.

Türker. Ö. (2018). Giriş: İslam düşüncesinde niyet kavramı: irâde, gâye, ihlâs, burhân. Ö. Türker ve H. B. Başer (Ed.), *Dinî ve felsefî düşüncede niyet kavramı* içinde (s. 1-20). Ankara: Nobel Yayınları.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Ö. Türker ve K. B. Tiryaki (Ed.), *İslam ahlak literatürü: Ekoller ve problemler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Özturan. H. (2013). *Akıl ve ahlak: Aristoteles ve Fârâbî'de ahlakın kaynağı*. İstanbul: Klasik Yayınları.

Özturan. H. (2015). *Ahlak felsefesinin temel problemleri: Seçme metinler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Türker, Ö. (2010). *İbn Sînâ felsefesinde metafizik bilginin imkânı sorunu*. İstanbul: İSAM Yayınları.

3

İş Ahlakı Alanında Yönelim ve Kabuller

Kadir Yıldırım

Tartışma Soruları

- Küreselleşme ve beraberinde sosyoekonomik hayatta yaşanan dönüşüm, iş ahlakı anlayışına yönelik yaklaşımları nasıl etkilemiş ve değiştirmiştir?
- Avrupa ve Amerika'nın tarihsel mirası ve farklılıkları bu iki bölgede iş ahlakı teori ve uygulamalarını nasıl etkilemiştir?
- Küreselleşen dünyada yerel kültürlerin ve özgünlüklerin dikkate alınması iş ahlakı uygulamaları için ne gibi faydalar sağlayabilir?
- Günümüzde iş ahlakı alanında belirlenen etik kodlar ve standartlar ile ilgili ne gibi eksikliklerden bahsedilebilir? Bu kodların ve standartların daha etkin uygulanması için neler yapılmalıdır?
- Ekonomik hayatta daha güçlü bir iş ahlakı anlayışının yer alabilmesi için teori ve pratik arasında nasıl bir uyuma ihtiyaç vardır?

Giriş

İnsanlık tarihi kadar köklü bir geçmişe sahip olan ekonomik ve ticari faaliyetler, özellikle modern zamanlarla birlikte ulusların ve bireylerin gündeminde daha fazla yer tutmaya başlamıştır. Uluslar arasında ticari faaliyetlerin artması, bireysel ve ulusal zenginleşme, işletmelerin faaliyet alanlarının genişlemesi gibi tarihsel gelişmeler bugün de yaşadıkları ivme ile sadece ekonomik aktiviteler olarak kalmaktan çok öteye geçmiş, bireylerin ve toplumların yaşam kalitesini belirleyen temel etmenlerden birisi hâline gelmiştir. Bu sürecin merkezinde yer alan işletmelerin faaliyetleri giderek derinleşip yaygınlaşırken; sadece çalışanlar, yöneticiler, tedarikçiler, hissedarlar ve müşteriler gibi paydaşları değil, özellikle küreselleşme süreci ile birlikte çok uluslu şirketlerin güç kazanması sonrasında toplumlar, devletler, yerel kültürler ve çevre gibi unsurları da doğrudan etkilemeye başlamıştır. Söz konusu sürecin yine aynı işletmelerden kaynaklanan ve milyonlarca insa-

nın hayatını derinden etkileyen ekonomik skandallar ve krizlerle de birlikte anılması, yine insanlık tarihi ile eş değer bir geçmişe sahip olan ahlaki değerlere de daha fazla dikkat çekilmesi taleplerini beraberinde getirmiştir. Bugün bir gereklilikten öte bir zorunluluk hâline gelmiş olan bu durum, iş ahlakı ve sosyal sorumluluk gibi kavramlarla ifade edilen bir sürecin kurumsallaşması sonucunu doğurmuştur. Nitekim üniversiteler ve diğer çeşitli eğitim platformları, ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşları, küresel çaplı ekonomik örgütler her geçen gün işletmeler ve diğer aktörlerin ekonomik faaliyetlerinin sonuçlarına daha fazla dikkat çekerek, bu faaliyetlerin yol açtığı zararların minimize edilebilmesi için ahlaki bir düzlemde yürütülmesi gerekliliğine dair programlar hazırlamaktadır.

Sivil toplum kuruluşları ile birlikte ulusal veya uluslararası çapta faaliyet gösteren işletmelerin de kodlar ve standartlar belirleyerek katıldığı bu süreç iş ahlakı anlayışının da özellikle teorik açıdan güçlenmesine imkân sağlamaktadır. Bu artan ilgiyi her ne kadar olumlu bir gelişme olarak değerlendirmemiz gerekirse de teorideki bu güçlenme karşısında pratikte yaşanan sıkıntıların giderek artması, iş ahlakı uygulamaları açısından teori ve gerçek hayat çatışması olarak niteleyebileceğimiz önemli bir çelişkinin yerleşmesine yol açmıştır. İş ahlakına yönelik güncel tartışma ve eğilimler de bu eksikliğe dikkat çekerek, iş ahlakı uygulamalarının daha fazla kabul görüp somut hâle gelebilmesi için alana yönelik kabul ve yönelimleri gerçek hayatın gereklerine daha uygun hâle gelebileceği bir düzleme çekmeye çalışmaktadır.

İş ahlakı alanında yönelim ve kabulleri ele alacak olan bu çalışma, yukarıda bahsettiğimiz gelişmeler çerçevesinde iş ahlakı anlayışının tarihini güncel gelişmeler ve geleceğe dair hedeflerle birlikte ele alacaktır. Özellikle Avrupa ve Amerika açısından iş ahlakının farklı gelişimi ve sebeplerine değinilerek, bu farklılıkların mevcut uygulamayı nasıl etkilediği, bu etkinin teorik açıdan iş ahlakına yönelik ne gibi yaklaşımlar geliştirilmesine yol açtığı üzerinde durulacak; söz konusu yaklaşımların eksiklikleri üzerinden alanda yaşanan güncel teorik tartışmalar ve yönelimler değerlendirilecektir. Sosyal ve ekonomik hayatın hemen her alanını etkileyen küreselleşme olgusu da dikkate alınarak, küreselleşen dünyada daha fazla görünür hâle gelen toplumsal ve kültürel özgünlüklerin iş ahlakı açısından etkileri incelenecektir. İş ahlakı uygulamalarına yönelik olarak hazırlanan etik kodlar ve standartlar değerlendirildikten sonra, günümüzde iş ahlakı açısından en temel problemlerden birisi olarak gösterebileceğimiz teori ve gerçek hayat arasındaki uyumsuzluklar, bu uyumsuzlukların nedenlerine ve çözüm önerilerine yer verilerek çalışma sonlandırılacaktır.

Tarihsel ve Güncel Bir Konu: İş Ahlakı

Genel anlamıyla iş ahlakı, iş ve çalışma hayatında bireyler, işletmeler ve toplumlar için kararlarda ve uygulamalarda ahlaki görüşün ve rehberliğin güçlendirilmesini hedeflemektedir. Bu yönüyle iş ahlakı, bireylerin ve işletmelerin toplumsal rollerini ön plana çıkararak çalışma ve iş yapma biçimlerini daha iyi ve faydalı olarak nitelendirebileceğimiz bir yönde etkilemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda iş ahlakı anlayışı oldukça köklü bir tarihe sahiptir. Nitekim kapitalizmin merkantilizmle birlikte etkilerinin daha fazla hissedildiği ve ticari ilişkilerin arttığı dönemlerde de iş hayatında ahlaki hassasiyetlerin göz ardı edildiğine dair kaygılar dile getirilmiştir. Kişisel çıkar ile toplumsal fayda arasındaki hassas dengenin iş adamları tarafından gözetilmediği eleştirileri Avrupa'da Protestanlığın ortaya çıkışıyla birlikte Katolik kilisesi ile yaşanan çatışmada öne çıkmaya başlamıştır. Geleneksel değerlerin erozyona uğradığı ve bu nedenle verimlilikte düşüşler meydana geldiği eleştirileri sonraki yüzyıllarda da güçlenerek devam etmiştir (Aşçıgil, 2001, s. 5-6).

Sosyal ve ekonomik hayatta ahlaki davranmaya yönelik tartışmalar insanlık tarihinin başlangıcından itibaren ele alınabilirse de, modern anlamda iş ahlakı tartışmalarının geçmişi 1970'lerden başlatılabilir.

Her ne kadar ahlaki davranmaya yönelik tartışmalar insanlık tarihinin başlangıcından itibaren ele alınabilirse de modern anlamda iş ahlakı tartışmalarının geçmişi 1970'lerden başlatılabilir. 50 yıla yaklaşan bu serüvende iş ahlakı alanında iki büyük gelişme yaşanmıştır. İlk olarak sosyal sorumluluk da dahil olacak şekilde iş ahlakına yönelik olarak önemli bir ilgi artışı yaşanmıştır. Bu ilginin güçlü bir şekilde hâlen artmakta olduğunu da ifade edebiliriz. Artan ilgiyle birlikte iş ahlakını konu edinen dergi, araştırma ve kitap sayıları da sürekli bir yükseliş içindedir. 1990'lardan itibaren de iş ahlakı uygulamalarını takip eden ulusal ve uluslararası çapta faaliyette bulunan kuruluşlar kurulmaya başlamış ve bu ilgi gerek akademik alanda gerekse pratik iş hayatında kurumsallaşmaya başlamıştır. Üniversiteler de iş ahlakına yönelik kurslar ve programlar başlatmış; her geçen yıl daha çok öğrenci bu tarz programları tercih eder hâle gelmiştir (Brenkert, 2010, s. 703-704).

Olumlu olarak nitelendirebileceğimiz bu ilk gelişme yanında, iş ahlakı alanında yaşanan ikinci büyük gelişme ise olumsuz yönleriyle dikkat çekmiş ve olumlu gelişmeden belki de daha fazla ses getirmiştir diyebiliriz. Bu gelişme de iş ahlakına ilginin arttığı aynı dönemlerde, iş ve ekonomi dünyasında yaşanan büyük skandallar ve başarısızlıklardır. Bu skandalların ve başarısızlıkların milyonlarca insanın hayatını etkilemesi, çalışma ve iş hayatında neden daha ahlaklı bir yapı kurulması gerekliliğini daha fazla tartışılır hâle getirmiştir. Özellikle 2008'de başlayan ve etkilerini küresel çapta hâlen hissettiğimiz finansal krizin, işletmelerin şeffaflıktan uzak uygulama ve raporlarla kamuo-

yunu yanlış yönlendirdiklerini ortaya çıkarması, iş ahlakı ile ilgili tartışmaları daha da önemli hâle getiren bir gelişme olmuştur. Yaklaşık 50 yıllık bir geçmişe sahip iş ahlakı kültürüne karşın son finansal krizle birlikte büyük skandalların ve başarısızlıkların patlak vermesi, iş ahlakı alanına yönelik bu geçmişin de sorgulanmasına neden olmaktadır (Brenkert, 2010, s. 703-704).

20. yüzyılın en önemli ekonomik krizlerinden birisi olan 1929 Dünya Ekonomik Buhranı sonrası kamuoyu ve akademik çevrelerde işletmelerin krizden sorumlu gösterilmesi ve ahlaki değerlere aykırı davranmakla suçlanması, iş ahlakına yönelik geçmişin de aslında son 50 yılla sınırlandırılmayacağını göstermektedir. 1930'larda da krizden ders alınması için işletmelerin sadece kârlılığa değil; etik ve ahlaki kodlara da önem vermeleri gerektiği öne sürülmüş, işletme yönetimlerinin toplumların ve bireylerin sosyal ve ekonomik şartlarını iyileştirici yönde politikalarda bulunmaları gerektiği ifade edilmiştir (Dahlin, 2007, s. 361). Ancak kârlılığı temel amaç edinen mevcut iktisat literatüründeki güçlü eğilim, ahlaki olanla kârlı olanı birbiriyle çatışan bir niteliğe büründürmekte ve iş ahlakının teori ve pratikte güçlenip yaygınlaşmasını engelleyerek eski sorunların tekrar tekrar tartışmaya açılmasına neden olmaktadır. Düşük ücretler, çocuk işçiliği, çevre politikaları, kamu ile ilişkilerde yolsuzluklar, rüşvet, adam kayırma gibi tarih boyunca görülen olumsuzlukların bugün de artarak devam etmesi, her ne kadar köklü bir geçmişe sahip olsa da iş ahlakının ekonomik ve toplumsal aktörler tarafından uygulamada yeterince kabul görmediğini göstermektedir. Bu olumsuzluk, iş ahlakının tarihsel serüveninin daha fazla dikkate alınmasını, coğrafi bölgeler itibarıyla farklı gelişimine önem verilerek yeni yaklaşımlarla güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Böyle bir hedefin gerçekleştirilebilmesi için ilk olarak iş ahlakı alanında baskın olan Avrupa ve Amerika uygulamalarının anlaşılması ve ekonomik hayattaki mevcut sorunların bu uygulamalarla ilişkisinin sorgulanması gerekmektedir.

Avrupa'dan Amerika'ya İş Ahlakının Gelişimi ve Farklılıklar

İş ahlakının akademik camia ve ekonomik hayatta kayda değer bir şekilde dikkate alınması 1960'ların sonu ve 70'lerle birlikte başlamıştır. Bu tarihlerde kirlilik, yapısal yoksulluk ve aşırı tüketim gibi sosyal sorunlar gittikçe daha fazla tartışılmaya başlanmış, bu tartışmalar da kâr güdüsüyle hareket etmenin sorgulanmasına yol açmıştır. Gerçek hayattaki işleyişten kopuk olmakla suçlansa da henüz bu dönemlerde akademik çevrelerde yukarıda bahsedilen sosyal sorunların çözümüne yönelik öneriler, iş ahlakına yönelik çalışmalarda ve tezlerde dile getirilmeye başlanmıştır. Kapitalizm ve liberal ekonomik anlayışın ana vatanı olan Avrupa, bu anlayışa yönelik eleştiriler ve bu eleştiriler neticesinde doğan alternatif ekonomi düşüncelerinin de ana vatanı olduğu

için iş ahlakı da tarihe referansla bu bölgede daha fazla ilgi görmüştür. Ancak 1970'lerle birlikte kısa sürede Amerikan akademik çevreleri iş ahlakı çalışmalarının önderliğini yapmaya başlamıştır (Liederke ve Dubbink, 2008, s. 274).

Avrupa ve Amerika'nın farklı tarihsel geçmişi, bu bölgelerde iş ahlakı alanındaki kabul ve yönelimleri de etkilemiştir.

İki bölgenin farklı tarihsel geçmişi, iş ahlakı alanındaki kabul ve yönelimleri de etkilemiştir. Daha 20. yüzyılın başlarında Avrupa'da geleneksel liberal anlayışın zayıflaması ve sosyalist düşüncenin güçlenmesiyle bu duruma yol açan sorunların çözümü çerçevesinde iş ahlakı uygulamaları da reçetenin bir parçası olarak sunulmaya başlanmıştır. Kıta Avrupası'nda daha çok politik ekonomi etrafında yürütülen ve kapitalizmin eleştirisiyle sosyalist alternatif üzerinde duran tartışmalar, aynı dönemde ABD'de ise daha mikro bazlı olarak kadınların ve çocukların çalışma şartlarının iyileştirilmesi, işçilerin tazminat hakları ve reklamlarda gerçeğe aykırı bilgiler verilmemesi gibi ahlaki konular etrafında dönmüştür. Takip eden dönemde ABD'de iş ahlakı din, siyaset ve felsefeden bağımsız bir disiplin olarak gelişmiş, bir anlamda ekonomik alanla sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda tartışmalar genel bir sorundan ziyade daha çok işletme merkezli iş ahlakı anlayışı etrafında şekillenmiştir. 1950'ler sonrasını da etkileyen bu farklı gelişim sonucu, iş ahlakı ile ilgili tartışmalar ABD'de daha çok seküler tabanlı yürütülürken; Avrupa'da ise kilise ve teoloji bağlantısı iş ahlakına yönelik kabul ve ilgide önemli bir yere sahip olmaya devam etmiştir (Şahin ve Yıldırım, 2008, s. 58-59).

Kurumsal ve kültürel farklar nedeniyle iş ahlakı Amerikan çevrelerinde ahlaki ve felsefi temellerinden ziyade daha somut talepler etrafında şekillenmiştir.

Kurumsal ve kültürel farklar nedeniyle iş ahlakı Amerikan çevrelerinde ahlaki ve felsefi temellerinden ziyade daha somut talepler etrafında şekillenmiştir. Nitekim bu ilk dönemlerde iş ahlakı çalışmaları iş adamları ve işletmeler merkeze alınarak teorik tartışmalardan ziyade pratik odaklı bir gelişime konu olmuştur. Amerikan iş ahlakı araştırmalarında öncülük yapanlar için temel teorik tartışma konusu mikro seviyeli olarak bireylerin tercihleri bazında ele alınmıştır. Bu düzlemde iş ahlakı tartışmaları, bireylerin tercih, davranış ve kurallarının esas tutulduğu liberal ekonomi anlayışı ile teorik anlamda belirli bir paralellikte ilerlemiştir. Dolayısıyla iş ve ekonomi hayatındaki sorunlar bir sistem sorunu olarak değil de bireylerin ve firmaların davranışlarının ve tercihlerinin bir uzantısı olarak değerlendirilmiştir (Liederke ve Dubbink, 2008, s. 274). Bu bakış açısı, pratiğe odaklanan, yasal sorunlar ve mikro seviyeli meseleler üzerinde duran Amerikan paradigmasına karşın; Avrupa'da pratikten ziyade sosyal bilimlerle daha güçlü ilişkiler kuran bir iş ahlakı paradigmasının gelişmesi şeklinde farklılaşmalara neden olmuştur. Kurumsal ve toplumsal açıdan daha makro seviyede perspektifler belirleyen Avrupa yaklaşımına karşın, farklı kültürel ve tarihsel geçmişi nedeniyle Amerika'da iş ahlakı bireysel se-

çimler düzleminde ele alınmıştır. İşletmelerin faaliyette bulunduğu ve içinden çıktıkları ana zeminin toplum olduğunu dikkate alırsak bu iki farklı bölgedeki toplumsal farklılıklar ve tarihsel özgünlükler de doğal bir biçimde iş ahlakı yaklaşımlarını farklılaştırmıştır (Guillen, Mele ve Murphy, 2002, s. 167-168).

Ana akım iş ahlakı çalışmalarında izleyen dönemlerde yaşanan önemli bir gelişme, "kurumsal sosyal sorumluluk" anlayışının iş ahlakının yerini alacak şekilde ortaya çıkışıdır. Geleneksel olarak bireyselcilik ve serbest piyasa anlayışının daha güçlü olduğu, hükûmet müdahalelerinin de daha zayıf olduğu Amerika, sosyal sorumluluk anlayışının ilk dönem tartışmalarına ev sahipliği yapmıştır. İş hayatındaki ahlaki meseleler ve sosyal sorumluluk anlayışını devletin daha fazla dışarıda kaldığı ve bireyler ile işletmeleri merkeze alan bir yapıda çözmeyi hedefleyen Amerikan uygulaması, sosyal sorumluluğu da bu işleyişin bir parçası olarak ortaya çıkarmıştır. Amerika karşısında Avrupa ülkelerinde ise devlet müdahaleciliğine ve düzenlemelerine yönelik olumlu algılayış daha köklü bir tarihe ve geleneğe sahiptir. Devletin geleneksel olarak bu müdahaleciliği işletmelerin neden olacağı sosyal sorunları azaltmakta, aynı zamanda olası bu tarz sorunlara karşı Amerika'da güçlenen işletmelerin gönüllü sosyal sorumluluk faaliyetlerinin de Avrupa'da daha az olmasına yol açmaktadır. Bu durumu Amerikan tarzı bir liberal ekonomi anlayışının Avrupa'da hâkim hâle gelememiş olmasıyla da açıklayabiliriz (Liederke ve Dubbink, 2008, s. 275-276).

Avrupa ve Amerika arasındaki bu farklılık devletin ekonomiye bakışı üzerinden değerlendirilebileceği gibi, bu bakışın gelişimini belirleyen, aynı zamanda bu bakıştan da etkilenen birey-devlet ilişkilerinin söz konusu iki bölgedeki farklılıklarıyla da ele alınabilir. Nitekim bireysel özgürlükler ve sorumlulukların daha fazla öne çıktığı, birey ve işletmeler arasında da daha fazla kabul gördüğü Amerika karşısında; yapısal problemlerin çözümü aşamasında Avrupa toplumlarında devlet aygıtından beklenti daha da yüksektir. Refah devleti ve sosyal devlet anlayışlarının bireylerin sosyal ve ekonomik hayattaki pozisyonu ile devlete bakışlarını da etkilemesi, Amerika karşısında Avrupa iş ahlakı anlayışında devleti daha etkili bir konuma yerleştirmektedir (Mele, 2008, s. 14).

Refah devleti ve sosyal devlet anlayışlarının bireylerin sosyal ve ekonomik hayattaki pozisyonu ile devlete bakışlarını da etkilemesi, Amerika karşısında Avrupa iş ahlakı anlayışında devleti daha etkili bir konuma yerleştirmektedir.

Modern çağların başlangıcında, ahlaklı bir kişiye Tanrı tarafından yardım edileceği ve böylece bu kişilerin varlıklı olacakları düşünülürdü. Dolayısıyla varlıklı kişiler Tanrı tarafından ödüllendirilen ahlaklı kişiler olarak kabul edilirdi. Özellikle Protestan etik anlayışı bu düşünceyi ön plana çıkarmaktaydı. Bugün özellikle ABD iş çevrelerinin bir kısmı da benzer bir akıl yürütme ile kârlılığı yüksek olan işletmelerin zaten ahlaklı davrandıklarını ve etik sorumluluklarını yerine getirdiğini düşünmektedir. Dolayısıyla

ahlaktan kârlılığa giden bir süreçten ziyade, firmanın maksimum kâr sağlamasının ahlaki davranmasıyla eş değer olduğu gibi ikinciden birinciye doğru bir gidişin dikkate alındığı görülmektedir. Aynı şekilde iş ahlakı ve toplumsal sorumluluklarına uygun davranmayan bir firmaya yönelik ne gibi yaptırımlar uygulanacağı noktasında da günümüzde Amerikan liberal ekonomi anlayışının düşüncelerinin fazlaca kabul gördüğü ifade edilebilir. Ekonomide ve ekonomik aktörler üzerinde devlet müdahalesinin minimum seviyede olması gerektiğini ileri süren bu anlayış, ahlaki çerçevenin dışına çıkan işletmelerin müşterilerinin ve işçilerinin memnuniyetsizliği, medyada eleştirilmesi ve bu nedenle kârlarının düşmesi gibi yaptırımlarla karşılaşacağını ifade etmektedir. Dolayısıyla bu yaptırımların yine piyasanın kendi işleyişi çerçevesinde kamu veya herhangi bir diğer otoritenin dahli olmadan hayata geçirileceği inanışı mevcuttur (Vogel, 1991, s. 106). Ancak medya ve sermaye sahiplerinin günümüz ekonomi dünyasında iç içe geçmişliği, şeffaflıktan uzak uygulamalar, asimetrik bilgi ve yanıltıcı reklamlar gibi yöntemlerin kullanılmasıyla ulusal veya uluslararası bir işletmenin müşteri veya diğer paydaşlarını kolaylıkla yanıltabileceğine dair çok sayıda örnek de mevcuttur. Tüm bunlar, ahlaki olmayan, bu nedenle de paydaşlarına zarar veren uygulamalar nedeniyle işletmelere uygulanacak yaptırımların sadece "görünmez" piyasa güçlerine bırakılmasının ne kadar etkin ve verimli olduğunun da haklı bir biçimde sorgulanmasına neden olmaktadır.

Gerek devlet gerekse toplumların farklı tarihsel geçmişleri, iş ahlakına yönelik olarak Avrupa ve ABD örneklerinin de gösterdiği gibi pratikte olduğu kadar teorideki yaklaşım ve kabullerin de çeşitlenmesine yol açmıştır. Aşağıda iş ahlakına yönelik bu yaklaşımların temel özellikleri ile eksik yanlarını ve bu eksikliklerden doğan güncel yaklaşımları değerlendireceğiz.

İş Ahlakına Yönelik Teorik Yaklaşımlar ve Yönelimler

"Hissedar Yaklaşımı" (Stockholder Approach), bir işletmenin tüketicilerin ihtiyaçlarını ve piyasalarda talebi ne kadar karşılayabildiğini işletmenin karı üzerinden ölçerek, bu karın maksimizasyonunu da işletmeler için en doğru işleyiş amacı olarak nitelendirir.

İş ve çalışma hayatında işletme yöneticileri için iktisadi bir davranışın ne kadar etik olduğunu ölçmeye ilişkin standartları belirleyen çeşitli yaklaşımlar vardır. Bu yaklaşımlardan önemli bir tanesi temel standart olarak kârları ele almaktadır. "*Hissedar yaklaşımı*" (*stockholder approach*) olarak da adlandırılan bu görüş, bir işletmenin tüketicilerin ihtiyaçlarını ve piyasalarda talebi ne kadar karşılayabildiğini işletmenin kârı üzerinden ölçerek, bu kârın maksimizasyonunu da işletmeler için en doğru işleyiş amacı olarak nitelendirir. Günümüz ekonomik hayatında kârların ahlaki açıdan pek de doğru

karşılanamayacak davranışlarla da artırılabilmekte olması, her ne kadar kâr gibi sayısal açıdan ölçülebilir bir kriterle iş ahlakını kantitatif olarak görülebilir hâle getirme kolaylığı gösterse de bu yaklaşımın etik açıdan sorgulanmasını ve eleştirilmesini de doğurmaktadır (Buckley, 2013, s. 696). Nitekim iş ahlakında geliştirilen teorilerin sosyolojik temelinin de güçlü olması gerektiğini ifade eden bazı güncel yönelimler, bu yaklaşımın bireyleri ve firmaları etik dışı davranmaya ittiğini ileri sürmektedir. Hissedar yaklaşımı ile Makyavelizm arasında bir korelasyon olduğunu ve Makyavelist kişilerin kâr için ahlaki değerleri göz ardı edebileceğini gösteren bazı çalışmalar da bu eleştiriyi haklılaştırmaktadır (Segal ve Lehrer, 2013, s. 514). Tüm eleştirilere karşın hissedar yaklaşımının gerek iş ahlakı eğitimi veren programlarda gerekse iş hayatının aktörleri arasında hâlen temel yaklaşım olarak kabul edilmesi, alanın teorik boyutundaki merkezî konumunu göstermektedir (Jones, 2010, s. 746).

İş ahlakı açısından bir diğer temel görüş ise "*paydaş yaklaşımı*"dır (*stakeholder approach*). Bu yaklaşım işletme yöneticilerinin kararlarının çeşitli paydaşlara yönelik etkilerini değerlendirmeye aldığı için ahlaki ölçüm açısından daha sağlıklı sonuçlar vermektedir. Paydaş, işletmelerin eylemlerinden fayda sağlayan veya zarar gören tüm bireyleri ve grupları kapsayan bir kavramdır. Daha dar anlamda ise işletmelerin misyon ve amacını tamamlamaya yardımcı olan, işletmelerin ve faaliyetlerinin geliştirilmesi, sürdürülmesi ve başarısı için kritik önem taşıyan, işletme ve faaliyetlerinden etkilenen tüm bireylerden ve gruplardan oluşmaktadır. Dolayısıyla bir işletmenin tüm çalışanları, hissedarları, müşterileri, tedarikçileri, toplum ve devlet paydaş kapsamına girmektedir. İşletmelerin faaliyetlerinin uzun dönemli olası sonuçları nedeniyle gelecek kuşaklar dahi bu kapsama dâhil edilebilmektedir. Bu doğrultuda paydaş yaklaşımında işletmenin temel amaçları farklı paydaşların çıkarlarının meşrulaştırılması ve çözümlenmesi esasına yönelik olarak ele alınmaktadır (Aşçıgil, 2001, s. 14-15). Paydaş yaklaşımı, işletme yöneticilerinin kararlarını bu kararlardan etkilenen daha geniş bir çerçevedeki paydaşlara yönelik etkileri doğrultusunda ahlaki bir temel üzerinden ele alması gerekliliğine dayanmaktadır. Ancak kâr gibi kantitatif verilerle sonuçların ölçülmesi mümkün olmadığı için, bu yaklaşımın belirsizlikler içermesi itibarıyla sorgulandığını ifade edebiliriz. Dolayısıyla hissedar yaklaşımı, işletme kararlarının ahlaki boyutlarını azaltma pahasına ölçülebilirliği, belirginliği ve kesinliği artırmasına karşın; paydaş yaklaşımı ahlaki boyutları daha ağır basan ancak belirginlik ve ölçülebilirlik açısından netlikten uzaklaşan bir yaklaşım hâline gelmektedir (Buckley, 2013, p. 696-697). Bu iki yaklaşım, iş ahlakı açısından ana akım (*Ortodoks*) yaklaşımlar olarak nitelendirilmektedir (Rauterberg, 2016, s. 913-914).

Temel olarak kişisel çıkar ve kâr maksimizasyonu çevresinde şekillenen serbest piyasa yanlısı düşünürler tarafından öne sürülen bu yaklaşımlar, paydaşların çıkar ve ilgilerinin ölçülmesinin belirsizliği ve kar maksimizasyonu amacının,

işletme faaliyetlerinin ahlaki boyutlarıyla çelişmesi yüzünden tartışılmaktadır. Ancak liberal ekonomi anlayışının önemli ismi Milton Friedman'ın işletmelerin sosyal sorumluluğunun daha fazla kâr sağlamak olduğu görüşü -ki bu görüş de hissedar yaklaşımına yakın bir görüş olarak değerlendirilir- (Cosans, 2009, s. 391-393) bugün de bir hayli takipçiye sahiptir. Buna göre işletmelerin sosyal olarak sorumluluklarının olmadığı, sosyal hedefler belirleyen işletmelerin müşterilerine ve yatırımcılarına zarar vererek onların uzaklaşmalarına neden olacağı ileri sürülmektedir. Bu görüşün savunucuları Cummins Engine, Levi Strauss, Polaroid, Body Shop gibi sosyal sorumluluk kapsamında ahlaki bir çerçevede politika ve uygulamalar belirleyen firmaların yatırımcıları tarafından cezalandırıldığını iddia etmektedir. Buna karşın toplumsal erdemlere daha uzak duran Exxon Mobile, sigara şirketleri, silah firmaları ve savunma sanayinde faaliyet gösteren işletmeler ise yatırımcılardan daha fazla ilgi görmektedir. Dolayısıyla serbest piyasa yanlısı görüşler, işletmeler için meşru kabul edilebilecek tek motivasyon kaynağının kârlılık olduğu üzerinde durmaktadır. Buna göre işletmeler, ahlaki varlıklar veya ahlak temsilcileri olmayıp onları bu şekilde değerlendirmek araştırmacı ve paydaşların hatası olacaktır (Brenkert, 2010, s. 707-708).

Ahlaki normlara uygun davranmanın işletmeler için de doğrudan veya dolaylı yoldan ekonomik faydalar sağlayacağı noktasından hareket eden pragmatist yaklaşımlar, iş ahlakına uygun davranılmasını bir kurumsal imaj meselesi haline getirmektedir.

Ahlaki normlara uygun davranmanın işletmeler için de doğrudan veya dolaylı yoldan ekonomik faydalar sağlayacağı noktasından hareket eden bu pragmatist yaklaşımlar, iş ahlakına uygun davranılmasını bir kurumsal imaj meselesi hâline getirmektedir. Ana amacın ahlaki davranma gerekliliği olmaktan çıkıp bir kurumsal imaj çalışması hâline gelmesi, bu doğrultuda belirlenen kodların ve kuralların da kâğıt üstünde kalan geçici bir heves ve moda gibi algılanmaktan öteye geçememesine neden olmaktadır (Eğri ve Sunar, 2010, s. 44-45). Serbest piyasa yanlısı görüşler, iş hayatı ile ahlakın bir tezat teşkil ettiğini iddia ederler. Buna göre piyasa kendi işleyişi içinde zaten tüm sorunları çözecektir. Ahlaki ve sosyal sorunlar da bunlara dâhildir (Wines, 2008, s. 488). Ancak bu görüşleri eleştiren bazı yaklaşımlar da liberal ekonomik anlayış çerçevesinde, bireylerin kişisel hırsları ve piyasanın acımasızlığı nedeniyle ahlaki değerlerin tutunamayacağını ileri sürer. Bu nedenle ahlaki bir ortam ve işleyişin ancak yoğun devlet müdahaleleri ve düzenlemeleriyle oluşturulabileceği belirtilmektedir (Liederke ve Dubbink, 2008, s. 273).

Kişisel çıkarları ve kâr maksimizasyonunu merkeze alan yaklaşımlar, uygulamada ahlaki olarak nitelendirebilecek davranışları ve girişimleri zedeleyebilmektedir. Nitekim yukarıda bahsettiğimiz yaklaşımları eleştiren çeşitli araştırmacılar, "*kötü yönetim teorilerinin iyi uygulamaları yok ettiği ve zarar verdiğini*"

belirtmektedir (Brenkert, 2010, s. 705). Ancak bu tarz olumlu eleştirilerin de pratikte, yani iş hayatının temel aktörleri üzerinde çok fazla etki uyandıramaması söz konusudur. Nitekim iş ahlakına yönelik geliştirilen tezlerin gerçek hayatta uygulanması hâlinde bu yenilikler işletmelerin maliyetini artıracak, bu da işletmelerin kâr maksimizasyonu hedefini olumsuz etkileyecektir. Bu nedenle teoride iş ahlakı uygulamaları öne çıkarılsa da pratikte, kârlılığın işletmeler için daha önemli bir amaç olarak dikkate alındığını ve iş ahlakı-kârlılık ikileminde ikincisi yönünde tercihte bulunulduğunu görmekteyiz. Bu da gelişen iş ahlakı literatürü ve savunularına karşın, pratikte pek karşılık bulmayan bir hassasiyet anlamına gelmektedir.

İş ahlakına yönelik bu ana akım yaklaşımlara dair eleştirilerle birlikte kabul ve yönelimler de değişmekte ve yeni görüşler doğmaktadır. Faydacılık ve kişisel çıkarın tek başına iş ahlakını açıklamakta yetersiz kalması; adalet, sempati, sadakat, dürüstlük, karşı tarafa zarar vermekten kaçınma, olumsuz davranışların doğurduğu zararları tazmin etme isteği, hayırseverlik, kişisel gelişim, özgürlük ve minnet gibi duyguların ve özelliklerin de iş ahlakına yönelik teorilerin ve uygulamaların belirlenmesi aşamasında dikkate alınmasını isteyen yaklaşımları doğurmuştur (Arnold, Audi ve Zwolinski, 2010, s. 564-568). Bu görüşlerin bir kısmı da yukarıdaki yaklaşımlara yapılan katkılar ve iyileştirmelerle ortaya konmaktadır. Örneğin "*piyasa başarısızlığı yaklaşımı*" olarak nitelendirilebilecek bir görüş teorik olarak hissedar yaklaşımını benimsemekle birlikte, gerçek hayattaki uygulanışını eleştirmektedir. Buna göre, işletme yönetimi ancak sosyal etkinlikle bağdaştığı ölçüde hissedarların fayda maksimizasyonuna yönelik politikalar belirlemeli ve uygulamalıdır. Etkin ve verimli olmayan bir yöntemle piyasada kaynakların dağılımı açısından başarısızlığa yol açacak bir yöntemle hissedarların daha fazla çıkar sağlamasına çalışmak, iş ahlakı açısından da olumsuz değerlendirilmektedir (Rauterberg, 2016, s. 914-915). Dolayısıyla her hâlde ve her ortamda sadece hissedarların çıkarlarının artırılmasına çalışmanın, işletmelerin tek sorumluluğu olduğu görüşü eleştirilmektedir. Çünkü bu yöntemle hissedarlar kazanırken, piyasanın etkin işlemediği durumlarda toplumun kaybı söz konusu olacaktır.

Ahlak olgusu ve etik değerler dini anlayışlarla da doğrudan ilişkilidir.

Ahlak olgusu ve etik değerler dinî anlayışlarla da doğrudan ilişkilidir. Bu ilişki, tarihsel açıdan iş ahlakının gelişimi ve uygulanışındaki referanslardan kolaylıkla takip edilebilir. Sosyal ve ekonomik anlamda değişimin çok hızlı olduğu günümüzde, iş ahlakına yönelik geliştirilen bazı yeni yaklaşımların da bu referanslara fazlasıyla yer verdiğini görmekteyiz. Ekonomik hayat ve dinler arasında bir ilişki kurmaya çalışan bu tarz yaklaşımlar, konuya özellikle insani açıdan yaklaşmaktadır. Bu tarz yeni yaklaşımlardan birisi olan "*yeni insani sentez*" (*new humanistic synthesis*) de iş ve ekonomi hayatına dinî temelli yaklaşmakta ve mevcut yapının ahlaki değerlerle yeniden yapılandı-

rılmasını gerekli görmektedir. Bu gereklilik, ekonomik hayatta daha ahlaki bir yapının, başkasına zarar vermeyecek şekilde davranma motivasyonundan değil, bundan daha da öte olarak özellikle başkasına faydalı olacak şekilde davranılması hâlinde mümkün olacağını öngörmektedir (Grassl ve Habisch, 2011, s. 45-47). Dünya genelinde insanların %84'ünün bir dinî anlayışa bağlı olduğunun ifade edildiği günümüzde (Mele, 2015, s. 143), iş ahlakına yönelik uygulama ve kabuller oluşturulması esnasında, din faktörünün de daha fazla bir biçimde dikkate alınması gerektiği kolaylıkla anlaşılabilir.

İş ahlakına yönelik güncel tartışmaların yönünü belirleyen bir diğer etken, piyasalar ve işletme faaliyetleri üzerindeki devlet müdahalesi meselesidir. Daha güçlü bir iş ahlakı anlayışının kabul görmesi ve uygulanabilmesi için özellikle Avrupa'da bazı aktörler, devlet denetiminin ve müdahaleciliğinin artması gerektiğini savunmaktadır. Bu eğilim, işletme faaliyetlerinin topluma yönelik etkilerinin ahlaki standartlar çerçevesinde gelişmesinin temini için kamu aygıtının devreye girmesini lüzumlu görmektedir. Devletin yaptırım ve teşviklerle işletmelerin iş ve çalışma hayatında aktörleri etik davranmaya yönlendirmesi, her ne kadar bugün daha yüksek sesle dile getirilmekteyse de uzun bir tarihî geçmişe sahip olduğu da gerçektir. Ancak burada şunu da belirtmek gerekir ki ahlaki sorumluluklar baz alındığında, işletmelerin iş ahlakı doğrultusunda kamu düzenlemeleriyle denetlenmesi iddiası bir çelişkiyi de barındırmaktadır. Bu çelişki de iş ahlakı merkezli etik sorumlulukların tanımından ve bizatihi ne ifade ettiğinden kaynaklanmaktadır. Nitekim işletmeler için iş ahlakı merkezli etik sorumluluklar, kamu tarafından yasalarla mecburi tutuldukları davranışlar değil; toplumun bu işletmelerin yerine getirmesini beklediği davranış ve aktiviteler olarak tanımlanır (Dahlin, 2007, s. 360). Dolayısıyla söz konusu uygulamalarda gönüllü sorumluluk sınırları daraldıkça ve kamu müdahaleleriyle doğan mecburiyet arttıkça, iş hayatında faaliyette bulunan birey ve birimler için de iş ahlakı gönüllülükten çıkıp bir kamusal mecburiyet hâline gelme riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Ahlaki değerlerin bu şekilde mecburiyet biçimine büründürülmesi de iş aktörlerini, bu yaptırımlardan kaçınmaya sevk edebilmektedir.

Gerek devlet müdahalesi ile, gerekse işletmelerin gönüllü faaliyetleriyle iş ahlakı alanında bir yenilenme gerekliliğini savunan güncel yaklaşımlar, özellikle yoksul ve yoksun durumdaki bireylerin şartlarını iyileştiren ve servetin bu grupların lehine yeniden dağıtımını hedefleyen bir yapı talep etmektedir.

Gerek devlet müdahalesi ile gerekse işletmelerin gönüllü faaliyetleriyle iş ahlakı alanında bir yenilenme gerekliliğini savunan güncel yaklaşımlar, özellikle yoksul ve yoksun durumdaki bireylerin şartlarını iyileştiren ve servetin bu grupların lehine yeniden dağıtımını hedefleyen bir yapı talep etmektedir. *Kalkınma etiği*ni ön plana çıkaran bu görüşler, işletmeler ve iş hayatının diğer aktörlerinin iktisadi amaçlara olan ilgilerini sosyal ve ekonomik kalkınmaya yönlendirmeleri gerektiğini belirtmektedirler. Kâr-

lılık başta olmak üzere işletmelerin belirlediği iktisadi amaçların özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde düşük gelirli toplumsal gruplara zarar verdiğine inanan kalkınma etiği yaklaşımı, söz konusu riskin iş ahlakı uygulamalarıyla bir fırsata da dönüştürülebileceğini belirtmektedir (Poruthiyil, 2013, s. 735-736). Kalkınma ve gelişmenin insanileştirilmesi olarak nitelendirilebilecek bu hedefler, çevre, güvenlik ve huzur, toplumsal hareketler ve eşitlik gibi alanların da iktisadi kârlılık gibi amaçlarla arka plana itilmesini eleştirmekte ve kültürel değerlerin korunup gelecek nesillere olumlu bir şekilde aktarımının da kalkınma etiği perspektifiyle dikkate alınması üzerinde durmaktadır (Goulet, 1996, s. 19).

Bu tarz hedeflerin ahlaki değerlerle hareket eden ve daha adil bir dünya özlemi içinde olan her kesimin özlemi olduğu açıktır. Ancak kâğıt üzerine dökülmesi oldukça kolay olan bu tarz hedeflerin, günümüz ekonomi anlayışı ve ticaret hayatında uygulamada geçerlilik kazanmasının ise oldukça zor olduğu unutulmamalıdır. Ekonomik rekabetin küresel düzeye taşındığı ve daha yıkıcı hâle geldiği günümüzde, bu tarz hedeflere ulaşılması için belirlenecek yol haritasının her şeyden önce küreselleşme olgusunu, bu olgu ile birlikte de toplumsal değerleri ve yerel kültürleri dikkate alması gerekmektedir.

Küreselleşen Dünyada İş Ahlakı: Küresel İşletmeler, Yerel Kültürler ve Farklı Değerleri Dikkate Almak

2008 yılında gerçekleştirilen Davos Toplantısı'nda ünlü iş adamı Bill Gates, yaratıcı kapitalizmin, işletmeleri yoksulların ihtiyaçlarını daha fazla dikkate alacak şekilde firma kârlarını yaymaya teşvik ettiğini ileri sürmüştür. Büyük işletmelerin, özellikle de Batı merkezli küresel işletmelerin yoksul ülkeler de dâhil olmak üzere dünyanın her bölgesinde faaliyetlerini artırmakta olması, bu ülkelerin yoksul vatandaşlarının da dikkate alınması ve firmaların ekonomik amaç ve uygulamalarının bu doğrultuda yeniden yönlendirilmesi gerekliliğine dair tartışmaları artırmıştır. Gates, dünyada yoksulluğun azaltılmasının, küresel ülkelerin faaliyette bulundukları ülkelerin yönetimleri ve sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte hareket etmelerine ve ortak amaçlar belirlemelerine bağlı olduğunu belirtmektedir (Werhane, 2012, s. 384-387).

Küreselleşmeyle birlikte sosyal, ekonomik ve siyasi hayatta sürekli yenilikler ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmeler doğrultusunda, yeni yapısal uyum düzenlemeleri de yaygınlaşmakta ve belirli konuların daha fazla tartışılmaya başlanmasına yol açmaktadır. İş ve ekonomi hayatı da bu gelişmelerden etkilenmekle birlikte, yukarıda da ifade edildiği üzere daha ahlaklı bir dünya özlemi güç kazanırken ironik bir şekilde ahlak dışı davranışlar da yaygınlaşmaktadır (Eğri

ve Sunar, 2010, s. 43). Birbirini etkileyen bu süreç, daha ahlaklı bir ekonomik hayatla birlikte ulusal veya uluslararası işletmelerin etik sorumluluklarının da daha fazla seslendirilmesine neden olmaktadır.

Küreselleşme dünyayı küçük bir köy hâline getirirken, aynı zamanda yerel kültür, din, dil, gelenek ve adetlerin de daha fazla görünür hâle gelmesine yol açmaktadır. Bu da şirketlerin, özellikle de yabancı bir ülkede faaliyet gösteren şirketlerin yerel kültürün bu karakteristik özelliklerini dikkate almasını gerektirmektedir. İşletmelerin küresel pazarlardaki faaliyetleri arttıkça, kendi ülkelerindeki etik kodları konusundaki varsayım ve kabulleri de teste tabi tutulmaktadır. Kültürel farklar ve artan birbirine bağımlılık, küresel işletmeler arasında ve bunların kendi içlerinde anlaşmazlıkları artırma potansiyeli taşımaktadır. Küresel bir ölçekte yerel farklılıklardan kaynaklanan bu anlaşmazlıkların iş ahlakı doğrultusunda bireysel ve toplumsal özgünlükler dikkate alınarak çözülmesi, işletmelerin işleyişini de olumlu etkilemektedir (Yeşil, 2011, s. 181). Örneğin 1990'larda Çin'de faaliyete başlayan Amerikan Motorola'nın zamanla Çinli işçilerin sabahları işe başlamadan önce 20 dakika kestirme yapmalarını görmeleri gibi. Amerikan kültüründe işçiler için asla düşünülemeyecek bu durum, bazıları için 2 saat süren bir yolculuk sonrası işe gelen ve işletmenin açtığı kafeteryayı kullanmayıp kendi getirdiği yiyeceklerle kahvaltı yapan Çinli işçiler, işletme yöneticilerini kültürel bir farklılıkla karşı karşıya bırakmıştır. Yerel geleneklerin ve kültürün önemini kavrayan firmanın, işçilerin bu davranışları lehine yaptığı çalışma değişiklikleri, firmanın operasyon kalitesinin de artması şeklinde bir geri dönüş sağlamıştır (Werhane, 2012, s. 385).

Çinli işçiler örneğinde de görüldüğü üzere kültür, iş ahlakını etkileyen en temel unsurlardan bir tanesidir. Farklı kültürlerin, farklı yönetim ve ilişki tarzları olduğunu dikkate alırsak küreselleşen günümüz dünyasında iş ahlakı uygulamalarının, bu farklılık ve zenginlikleri de dikkate almasının zorunlu olduğunu görürüz. Dolayısıyla iş dünyasının kaptanları olarak nitelendirilebilecek çok uluslu şirketlerin, küreselleşen iktisadi faaliyetleri karşısında kültürel ve toplumsal özgünlük ve farklılıkları da değerlendirmesi gerekmektedir. Toplumsal gruplar ve çeşitli kültürler arasında farklılaşan ahlak anlayışının, iş ahlakı açısından da bir farklılaşma oluşturacağı açık bir gerçektir (Pitta, Fung ve Isberg, 1999, s. 240-241).

Farklı kültürlerin farklı yönetim ve ilişki tarzları olduğunu dikkate alırsak, küreselleşen günümüz dünyasında iş ahlakı uygulamalarının bu farklılık ve zenginlikleri de dikkate almasının zorunlu olduğunu görürüz.

İş ahlakının akademik veya toplumsal açılardan daha fazla kabul görmesi ve yerel kültürler bazında yerleşmesi için, toplumların özgünlüklerini ortaya çıkarmaya imkân sağlayacak çeşitli bilim dallarıyla olan ilişkisinin ve teorik altyapısının sağlamlaştırılması gerekmektedir. Örneğin sosyal psikolojiden yararlanılarak sosyal hayatta bireysel ve top-

lumsal, genel ve özel durumlara ve ilişkilere yönelik düşünme ahlakına dair standartlar geliştirilebilir (Özen, 2015, s. 129). Aynı zamanda iş ahlakı çalışmaları, farklı kültürlerin özgün özelliklerini dikkate alarak ülke ve kültürlerin tarihlerini de ön plana çıkarmalı ve tarih biliminden faydalanmalıdır. Mevcut durumda her dönem ve her mekân için geçerli ahlak kodlarının oluşturulması, iş ahlakını da tarih dışı bir çerçeveye büründürmektedir. Her ne kadar Thucydides'ten Aristo'ya, Aquinas'tan Machiavel'e, Montesquieu'dan da Tocqueville'e kadar tarih boyunca düşünürler, etik konusuna tarihsel yaklaşımlar getirmişse de özellikle küreselleşmeyle birlikte ön plana çıkan yaklaşımların bu gelenek ve mirası dikkate almadığını görmekteyiz (Bird, 2016b, s. 155-157). İş ahlakına yönelik literatürün oldukça güçlü olduğu ABD'de iş ahlakının tarihi ve tarihsel uygulamalarına nadiren değinilmesi (Vogel, 1991, s. 102), hem bu alana yönelik araştırmalar için hem de iş ahlakına yönelik pratikteki uygulamalar için önemli bir zayıflıktır. Tarihin bu şekilde göz ardı edilmesinin sadece ABD için değil, iş ahlakı açısından da küresel nitelikte zayıflıklara yol açtığını ifade edebiliriz. Kişisel çıkar, serbest piyasa, kâr maksimizasyonu ve bireysel ekonomik davranışların daha fazla ön planda olduğu ABD ekonomik düşüncesi üzerinden iş ahlakı anlayışının diğer ülkelerde kabul görmesi, söz konusu ülkelerin ahlak anlayışı ve özgünlük olarak kabul edebileceğimiz farklılıklarının da göz ardı edilebilmesi tehlikesini barındırmaktadır.

Hâlbuki ülkelerin farklı tarihsel geçmiş ve karakterleri, iş hayatı ve ekonomik işleyişlerini de doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle Uganda için ahlaklı olarak kabul edilecek bir uygulama Pakistan'da, Gana'da ya da Kolombiya'da tam tersi bir tepkiyle karşılaşabilmektedir. Bugün iş ve çalışma hayatının pazarlık uygulamaları, çalışma davranışları, işçilerin yönetim biçimleri ve ücret ödeme biçimleri gibi temel unsurlarını belirleyen normlar ülkeden ülkeye değişebilmektedir. Farklı kültür ve geleneklere sahip ülkelerde iş ve çalışma hayatına yönelik ahlaki normların belirlenmesi ve uygulanmasında bu özgünlüklerin dikkate alınmaması, iş ahlakı konusunun teorideki yaygınlığına karşın pratikte pek tutunamayışının temel sebeplerinden biridir (Bird, 2016b, s. 155-157).

İş ahlakına yönelik modern uygulama ve standartlar belirlenirken ülkelerin ve bölgelerin kültürel farklılıklarının göz önüne alınması gerekliliği kadar, kültürün kendisinin de statik olmadığı ve zamanla değiştiği dikkate alınmalıdır (Bird, 2016b, s. 159). Kentleşme, değişen teknolojinin sosyal ve ekonomik hayatta davranışları farklılaştırması, iç ve dış göçle ülkelerin demografik yapılarının değişimi gibi gelişmeler, ülkelerin kültürlerinin de zamanla değişmesine neden olmaktadır. Bu değişim de aynı olaylara zamanla farklı tepkiler verilmesi şeklinde kendini gösterebilmekte-

İş ahlakına yönelik modern uygulama ve standartlar belirlenirken ülke ve bölgelerin kültürel farklılıklarının göz önüne alınması gerekliliği kadar; kültürün kendisinin de statik olmadığı ve zamanla değiştiği dikkate alınmalıdır.

dir. İş ahlakı uygulamalarında da bu durumun dikkate alınarak ücretlerden çalışma saatlerine, kadın ve çocuk işçiliğinden zorunlu çalıştırmaya, sendikalaşma ve toplu pazarlıktan insan kaynakları uygulamalarına kadar geniş bir alanda ahlaki kodların değişen kültürel yapıya uygun biçimde güncellenmesi gerekmektedir. İş ahlakı alanında bu eksikliği aşmak için ulusal veya uluslararası çapta faaliyette bulunan işletmeler ve sivil kuruluşlar ile örgütlerin belirlediği standartların da farklı kültürel özellikleri dikkate alarak düzenlenmesi önemli bir gerekliliktir. Aşağıda iş ahlakına yönelik belirlenen standartların ve kodların bu bağlamda gelişimini ve önemini değerlendireceğiz.

İş Ahlakını Görünür ve Ölçülebilir Hâle Getirmek: Etik Kodlar ve Standartlar

İş ahlakı ile ilgili konular, işletmelerin çok farklı faaliyet alanlarını doğrudan ilgilendirmektedir. Çalışanların özerkliğinin korunması ve doğru bilgilendirilmesi, mahremiyetinin sağlanması, iş güvenliğinin temini ve çalışanlara yönetime katılma hakkı tanınması gibi uygulamalar işletme yönetimlerinin sorumluluğunu gerektiren etik konulardır. Aynı şekilde pazarlama ile ilgili olarak tüketicilerin doğru bilgilendirilmesi, reklamlarla yapılan yanlış yönlendirmelerden uzak durulması, ürünlerin sağlık ve ruhsal yapıya bozucu etki yapmayacak şekilde sunulması da işletmelerin müşterilerine karşı iş ahlakı kapsamında değerlendirilebilecek yükümlülüklerindendir. Finans alanında içeriden bilgi sızdırarak bazı kişi veya grupların bunun üzerinden çıkar sağlaması ve bazılarının zarara uğratılması, günümüzde özellikle finans sektöründeki işletmeler için en fazla tartışılan konulardan biridir. Ekolojik dengedeki sorunlar ve doğal kaynakların tükenmesi, çevre etiğini de her geçen gün öne çıkarmakta ve işletmelere yeni sorumluluklar yüklemektedir (Özen, 2015, s. 129).

İşletmeler, sermayedarları ile ilişkilerini yönetme (dürüstlük, adil pazarlıklar vb.) ve kurumsal yönetişim uygulamalarında, maliyetleri minimize etme veya kıymetli varlıklarını koruyup güçlendirme gibi temel çıkarlarında ve insan hakları ile adaleti göz önüne alacak şekilde kıt kaynakların etkin dağılımına yönelik karar ve politikalarında, iş ahlakı kaynaklı hassasiyetleri merkeze alarak hareket etmelidirler. Sadece kurumsal imaj açısından değil, asıl olarak işletmelerin stratejik kararlarında ahlaki hassasiyetlerin ve bu doğrultudaki uygulamalarının artması gerekmektedir (Bird, 2016b, s. 173). Güncel çalışmalar, iş ahlakına bu şekilde önem veren işletmelerde entelektüel sermayenin de olumlu geliştiğini göstermektedir. Ahlaki değerlere önem verilmesinin çeşitli paydaşlarla karşılıklı güvenin artmasına, kurumsal firma kültürünün güçlenmesine, tedarikçi ve müşterilerle ilişkilerin güçlenmesine ve çalışanlarla çift taraflı ve verimli bir bilgi paylaşımının yerleşmesine imkân sağladığı görülmektedir. Tüm bunlar da işletmenin sahip olduğu beşerî sermayenin güçlen-

mesi gibi günümüz iş hayatının en kritik meselelerinden birinde olumlu gelişmelere yol açmaktadır (Su, 2014, s. 87).

Bugün iş hayatında ahlaki değerlerin takibi ve somut hâle getirilmesi için çeşitli kodlar ve standartlar belirlenmesi ve yukarıdaki gerekliliklerin somutlaştırılmaya çalışılması yaygın bir uygulamadır. Bu uygulama da oldukça soyut bir kavram olan iş ahlakının, ölçülebilir ve görülebilir bir yapıya büründürülmesi anlamına gelmektedir. Uzun bir geçmişe sahip olan bu standartlar, işletmelerin kendileri tarafından hazırlanabildiği gibi sendikalar, kamu kurumları veya ulusal-uluslararası sivil organizasyonlar tarafından da oluşturulabilmektedir. Örneğin çalışanlar için güvenli çalışma ortamı oluşturulması, insan onuruna yakışır bir seviyede ücret politikaları belirlenmesi, sözleşmelerle çalışanların haklarının garanti altına alınması, çocuk işçiliğinin önlenmesi, işçi sağlığına dikkat edilmesi, zorunlu çalışmadan uzak durulması gibi standartlar belirlenmekte ve işletmelerin bu standartlara uyması beklenmektedir. İnsan kaynakları ve halkla ilişkiler gibi departmanlara yüklenilen görevlerle bu standartların işlerliğinin takip edilmesi de hedeflenmektedir. Benzer şekilde yatırımcılar sosyal faydası yüksek yatırım fonlarına yoğunlaşmaya yönelebilmektedir. Üretim sürecinin çevreye zarar vermeyecek şekilde yapılandırılması da son dönemde iş ahlakına yönelik kodlar arasında daha fazla yer bulmaktadır. 1970'lerden başlayarak ILO, OECD, BM, Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar da küresel çapta uygulanabilecek kodlar belirlemektedirler (Bird, 2016a, s. 15-17). Örneğin Avrupa'da 1986'da etik kodları ve firma felsefesi konularının tartışmaya açıldığı bir konferans sonrası "European Business Ethics Network - EBEN" (Avrupa İş Ahlakı Ağı) kurularak iş ahlakına yönelik standartlar belirlenmesine ve bunların takibine kurumsal bir kimlik kazandırılmıştır. İngiltere, İspanya, Almanya ve Belçika'da kısa süre içinde etik merkezleri kurulmuş ve alana yönelik ilgi ve araştırmalar daha nitelikli hâle gelmeye başlamıştır (Aşçıgil, 2001, s. 11).

1970'lerden başlayarak ILO, OECD, BM, Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar da küresel çapta uygulanabilecek iş ahlakı kodları ve standartları belirlemektedirler.

Kaynak israfının engellenmesi, toplumun çıkarlarının kurumsal çıkarlardan üstün tutulması, çevreye saygının öne çıkarılması, çalışanlar arasında ahlaka uyulmasının desteklenmesi, haksızlıkların (haksız uygulama, kazanç, rekabet vb.) dışlanması, faaliyette bulunulan alanın saygınlığını artırıcı davranışların teşvik edilmesi iş ahlakına yönelik kodlar belirlenirken temel ilkelerdir. Ayrıca kamu görevlileriyle, siyasal parti gibi çıkar gruplarıyla ya da kaynak dağılımında etkin pozisyondaki diğer yapılarla ilişkiler düzenlenirken takınılacak tavır da bu ilkeler doğrultusunda belirlenmektedir. Söz konusu ilkeler işletmelerin içeriden ya da dışarıdan tüm paydaşlarıyla ilişkilerinde çeşitli sorumluluklar doğurmaktadır. İşletme ile ilgili olarak paydaşların azami derecede bilgilendirilerek eksiksiz, yoruma açık olmayacak ve şeffaf bir bilgilendirmeye yönelik

ilkeler seti üzerinde durulmalıdır. Bu seti oluşturacak her bir kod, saygı, kalite, sürekli denetim ve geliştirme, uzmanlık, dürüstlük, liyakat, eşitlik, güven, sağlık, yasalara uygunluk, özel hayata saygı, mesleki gelişimi destekleme, katılım gibi anahtar kavramlarla ifade edilebilecek unsurları somutlaştırmalıdır. İşletme faaliyetleri kapsamındaki fiyatlandırma, pazarlama, muhasebeleştirme ve satış gibi adımlar da bu kodlara bağlanmalıdır. İşletmelerin dış paydaşlarıyla paylaştığı ana zemin olan toplum da iş ahlakına yönelik kodlar belirlenmesi sürecinin merkezindedir. Bu zeminin korunması, geliştirilmesi ve geleceğe daha sağlıklı bir şekilde devredilmesi her bireyin ve kurumun olduğu gibi işletmelerin de ana sorumluluklarındandır. Bu doğrultuda işletmeler sundukları hizmet ve ürünleri ile başkalarına zarar vermeyecek, onların bağımsız karar verme yetisini etkileyen yönlendirme mekanizmalarının oluşmasına yol açmayacak, diğer kişi ya da kurumların maddi ve/veya manevi haklarına zarar getirmeyecek, yolsuzluklardan uzak durulmasını teşvik edecek kodlarla iş ahlakı hedeflerini somutlaştırmalıdır (Şahin ve Yıldırım, 2008, s. 62-64).

Dünyada, özellikle de az gelişmiş bölgelerde yaşam kalitesinin artırılması da artık şirketlerin sorumlulukları arasında gösterilmektedir. 1992 yılında ortak fayda yaratmak ve insana hak ettiği değeri vermek amacıyla Minnesota'da bu hedef doğrultusunda çeşitli işletmelerin katılımıyla 7 ana maddeli Caux prensipleri belirlenmiş ve ilk uluslararası etik kodları oluşturulmuştur. Tüm bu gelişmelere uluslararası kuruluşlar da ayak uydurmaya çalışmaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komisyonu ve İnsan Hakları Bildirgesi çerçevesinde ISO'ya (International Standarts Organization) ek olarak Social Accountability 8000 (SA 8000) standartlarını hazırlanmıştır. Bu standartlar, çok uluslu işletmelerin iş yapacakları işletmelerden etik konusunda güvence istemesini düzenlemektedir. Bu doğrultuda çocuk işçiliği, zorla çalıştırma, iş yerinde sağlık ve güvenlik, örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkı, ayrımcılık, disiplin uygulamaları, çalışma saatleri ve ücretlendirme konularındaki sorunlar etik kodlarıyla çeşitli düzenlemelere tabi tutulmuştur (Aşçıgil, 2001, s. 18-19). İktisadi faaliyetlerin sadece ekonomik değil, sosyal ve çevresel çıktı ve amaçlar çerçevesinde de belirlenmesini gerektiren bu etik kodlar, günümüz iş dünyasının teoride sürekli dile getirilen, ancak pratiğe dökülmesi bir o kadar da zor işleyen unsurlarını oluşturmaktadır (Werhane, 2012, s. 391).

İş ahlakına yönelik araştırma ve geliştirilen teorilerin gerçek hayatla daha fazla bağlantılı olacak ve sosyal, ekonomik, siyasi ve yasal somut sorunlara somut çözüm önerileri getirecek şekilde yapılandırılması gerekmektedir.

İş ahlakına yönelik araştırmaların ve geliştirilen teorilerin gerçek hayatla daha fazla bağlantılı olacak ve sosyal, ekonomik, siyasi ve yasal somut sorunlara somut çözüm önerileri getirecek şekilde yapılandırılması gerekmektedir. Çünkü hâlihazırda iş ahlakına yönelik söylemlerle gerçek hayattaki uygulamalar arasında hâlen büyük bir kopukluk

mevcuttur. İşletmelerin gönüllülük ve ahlak tandanslı belirledikleri standartları, bu doğrultuda kâğıt üzerinde kalma riskinden koruyacak şekilde gerçek hayatla daha fazla bağdaştırmaları lazımdır. Her ne kadar bugün çok sayıda işletme yöneticisi, sosyal ve sivil hedefleri destekleyecek şekilde stratejiler belirlemektelerse de piyasadaki rekabet baskısı ve kârlılık gibi unsurların getirdiği zorluklarla karşılaştıkları da bir gerçektir. İşletmeler için maliyet artışı ve dolayısıyla müşterileri rahatsız edecek şekilde ürün fiyatlarında yükselme etkisi gösteren bu mesele, işletmelerin stratejilerindeki etkinlik ve kararlılıkla aşılabilecektir. İş ahlakı alanında bu tarz hedeflerin başarılması ve gerçek hayatta da karşılık bulması, sadece işletmelerin girişimleriyle mümkün olabilecek bir durum da değildir. Bugün işletmelerin aldıkları kararların ve hayata geçirdikleri uygulamaların sadece o işletmeleri değil, toplum ve devletleri de etkilediğini hesaba katarsak aynı şekilde, sivil toplum kuruluşlarının ve yasa koyup denetleyici olarak devletler ve uluslararası kuruluşların da alanda etkin faaliyette bulunması gerekmektedir. Kamu kurumları iş ahlakına yönelik belirlenen kodlar, standartlar ve işletmelerin sosyal sorumlulukları açısından yapılan düzenlemeleri aynı faaliyet alanındaki tüm işletmeleri kapsayacak ve bazı işletmeleri rekabet dezavantajına düşürmeyecek biçimde bir yasal düzlem oluşturmalı ve bu düzlemin işleyişini sürekli denetlemelidir. Böylece olası olumsuz davranan aktörlerin, ahlaki değerlere önem veren firmaların işleyişini bozabilme riski de minimuma indirilmiş olacaktır (Brenkert, 2010, s. 707).

İş ahlakı uygulamaları nedeniyle kısa dönemde işletmeler için belki maliyet artışı söz konusu olabilir. Buna karşın sosyal değerlerden uzak uygulamalar ise işletmelere kısa dönemli bazı çıkarlar sağlayabilir. Ancak tersine iş ahlakına önem veren bir politikanın işletmeler için uzun dönemde faydalarının daha fazla hissedilebileceği söylenebilir. İş gücü piyasasındaki vasıflı ve yetkin çalışanların ilgisinin artması, yatırımcılar, müşteriler ve tedarikçilerin zihninde firma imajının olumlu etkilenmesi ve yasal denetim ve cezalardan korunabilmesi sayesinde işletme performansı ve rekabet edebilirliği de uzun vadede artacaktır. Böylece olası kısa vadeli olumsuz etkiler giderilmiş olacaktır (Su, 2014, s. 88). Dolayısıyla rekabetin acımasız bir boyuta taşındığı günümüz dünyasında, iş ahlakına önem veren işletmeler için uzun vadede rekabet dezavantajının tam tersine; rekabet edebilirliğin güçlenmesi gibi bir olumlu gelişme söz konusu olacaktır. Bu da işletmelerin tek amacının daha fazla kârlılık olduğu ve iş ahlakı uygulamalarının da maliyet artırarak kârları azalttığı yönündeki iktisadi inanışın kırılmasına imkân sağlayacaktır.

Günümüz itibarıyla özellikle kurumsal ve büyük işletmeler arasında yukarıdaki gibi iş ahlakına yönelik kodlar belirlenmesi yaygın bir uygulamadır. Ancak bu kodların bir kısmının nitelik açısından yetersizliği, işletmeler içindeki çatışmaların çözülmesinde de etkin sonuçlar doğuramamalarına neden olmaktadır. İş ahlakı kodları açısından yaşanabilecek bu başarısızlık, çalışanlar arasında bir

hayal kırıklığına da yol açabilmektedir. Bu tarz bir olumsuzlukla sonuçlanmaması için işletme içi organizasyonel yapıda yönetime düşen görevler vardır. İş ahlakına yönelik kod ve standartlarla ilgili çalışanların genelinin bilgilendirilmesi ve ilgili kodların sürekli göz önünde bulundurulması bu görevlerden bir tanesidir. Yeni ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçlara neden olan gelişmeler hakkında çalışanların bilgilendirilmesine yönelik toplantı ve benzeri etkinlikler de hem çalışanların katılımı hem de onlardan alınacak geri bildirimler sayesinde güncellik adına olumlu etkiler sağlayacaktır (Prokopenko, Zieba ve Olma, 2016).

Şüphesiz bu tarz kodların belirlenip kâğıda dökülmesi ve işletme paydaşları ile kamuoyuna duyurulması yapılacak en kolay iştir. Nitekim iş ahlakı uygulamalarının tarihi de bu kolaylığı yansıtmaktadır. Örneğin 1924 yılında Amerikan iş çevreleri, işletmeler ve yöneticileri için birtakım iş ahlakı kodları belirlemiştir. Rekabetin adaletli yürütülmesi, işletme faaliyetlerinin topluma zarar vermeyecek şekilde uygulanması, çevreye zarar verilmemesi, kaynakların israf edilmemesi, çalışanlara eşit ve hakkaniyetli davranılması belirlenen kodların yalnızca bazılarıydı (Amend, 2016, s. 45-46). Ancak 1924'ten günümüze kadarki dönemin çevrenin işletmeler tarafından en fazla zarar gördüğü, kaynak israfının had safhaya çıktığı, topluma ve kamuoyuna yönelik manipülasyonların arttığı, rekabetin gittikçe acımasız bir hâle büründüğü bir duruma konu olduğu da gerçektir. Dolayısıyla iş ahlakı kodları belirlenmesi kâğıt üzerinde ne kadar kolaysa uygulamaya geçmesi ve pratik hayatta karşılık bulması da o kadar zordur; bizatihi iş ahlakı uygulamalarının tarihi bizlere bunu göstermektedir. Teori-pratik çatışmasını bir kez daha gözler önüne seren bu durum, iş ahlakına yönelik günümüz toplumları ve ekonomi çevrelerinin en temel gerekliliğinin, eyleme geçilmesi olduğunu açıkça göstermektedir.

Güçlü bir iş ahlakı teorisi ve literatürü oluşmasına karşın aynı şekilde iş hayatında görülen olumsuz davranışların da artması bugün en temel sorunlardan birisidir.

Her işletme için iş ahlakı açısından mikro seviyede ev ödevi olarak değerlendirilebilecek yukarıda bahsettiğimiz sorumluluklar listesi, makro planda çok daha büyük bir soruna ve öncelikler meselesine işaret etmektedir. Bu da detaylı biçimde değindiğimiz işletmelerin temel amacının daha fazla kârlılık mı, yoksa kârlılığı yine hedef edinmekle birlikte ahlaki değerler ve etik davranışlarla biçimlendirilmiş, toplumu ve sosyal değerleri önemseyen bir işleyiş tarzının mı tercih edileceği sorunsalına işaret etmektedir. Gelecekte güçlü ve uygulanabilir bir iş ahlakı anlayışının ancak ikincisiyle mümkün olabileceği, geçmişteki uygulamaların bizlere verdiği en temel derslerden birisidir. Nitekim güçlü bir iş ahlakı teorisi ve literatürü oluşmasına karşın bunun yanında iş hayatında görülen olumsuz davranışların da artması bugün en temel sorunlardan birisidir. Bu sorunu aşmak da ancak teori ve pratik arasındaki uyumsuzluğu giderip mevcut makası daraltmakla mümkün olabilir.

Sonuç Yerine: Güçlü Bir İş Ahlakı Anlayışı İçin Teori ve Pratik Uyumunu Sağlamak

İş ahlakına yönelik yukarıda değindiğimiz kod ve standartların hayata geçirilmesi talebi, bu kitapta olduğu gibi alana yönelik hemen her bilimsel araştırmada dile getirilmektedir. Ancak 2016 yılında kapsamlı bir araştırma sonrası Avustralya'da yayımlanan Etik İndeksi araştırmasının sonuçlarının da ortaya koyduğu gibi, gerçek hayattaki işleyiş olumsuz anlamda daha ağır basmaktadır. Nitekim araştırma sonuçları insanların özellikle medyanın, finans sektörünün, büyük işletmelerin, hükûmetlerin ve politikacıların etik davranmadığını düşündüğünü göstermektedir. Ahlaki açıdan özellikle de yabancı menşeli büyük işletmeler olumsuz skorlar almıştır. İşletmeler en çok yolsuzluk, vergiden kaçmaları, yanlış yönlendirici ve aldatıcı reklamları, iş yerindeki zorlayıcı tavırları ve ayrımcılık gibi alanlarda ahlaki davranmamakla eleştirilmektedir. Daha etik bir işleyişin ancak işletmelerin hesap verebilirlik ve şeffaflık uygulamalarını güçlendirmesiyle mümkün olacağı, bunun için de düzenleme ve denetlemelerin artırılması gerektiği yönünde fikir beyan edilmiştir. Dolayısıyla bu ve benzeri araştırmalar iş ahlakı açısından işletmelerin ne söylediğinin ve ne gibi standartlar belirlediğinin değil ne yaptığının önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun çözümü de müşteriler ve diğer tüm paydaşların samimiyetine inandıkları bir işletme kültürünün oluşturulup uygulanmasıyla mümkündür (Efrat, 2016, s. 390-391).

İş ahlakı açısından Avustralya için yukarıda verdiğimiz örnek sadece bu ülkeye dair bir sorun değildir. Ulusal, bölgesel ve küresel düzeylerde ticari ve ekonomik ilişkilerin arttığı ve işletmelerin ekonomik ve sosyal hayattaki etkilerinin iyice belirginleştiği günümüzde, hemen her gün iş ahlakı ile ilgili sorgulanan konu ve haberlerle dünyanın her bölgesinde karşı karşıya kalmaktayız. Ahlaki çerçevenin dışına çıkan bireysel veya kurumsal kaynaklı tüm uygulamalar sadece bu uygulamaları gerçekleştirenleri değil, onlardan çok daha fazla kişi, grup ve kurumları etkileyecek sonuçlar doğurmaktadır. Yüzyıllar öncesinde Sokrates'in "*Birinin yaptığı bir haksızlık, başka birini kötü duruma düşürmek ve yozlaştırmaktır.*" sözlerini bugün sadece bireyler arası ilişkilerde değil; küresel çaptaki kurumların ve işletmelerin iç ve dış paydaşlarıyla ilişkilerinde de hissediyoruz (Fontrodona ve Sanz, 2015, s. 15).

Kapitalizm olarak nitelendirilen günümüz hâkim ekonomik düşünce anlayışı, her ne kadar sadece ekonomiyle sınırlı gibi görülebilse de sosyal ve siyasi düzen ile ahlak anlayışını da etkileyip değiştiren daha kapsamlı bir olgudur (Torun, 2013, s. 147). Gerçek hayatın bireyler veya işletmeler açısından hemen her alanını ve davranış biçimlerini etkileyebilme gücüne sahip olan bu olgu karşısında iş ahlakını öne çıkarmanın sadece araştırma ve teorilerin nicelik ve nitelik açısından artırılmasıyla mümkün olamayacağı açıktır. Dolayısıyla gerek

bireyler gerekse işletmeler ve diğer kurumlar için iş ve çalışma hayatındaki davranış ve girişimlerin iş ahlakı süzgecinden geçirilerek pratiğe dökülmesi, gereklilikten öte bir zorunluluk hâline gelmiştir. Bu zorunluluğun gereklerinin yerine getirilmesi ise bireysel anlamda kişisel çıkar ve kurumsal anlamda kâr maksimizasyonunu hedefleyen hâkim iktisadi paradigmaların ahlaki bir boyutta tekrar ele alınıp politika ve girişimlerin bu doğrultuda yönlendirilmesiyle mümkün olabilecektir.

Aksi takdirde tarihte yaşanan sorunlar da aynı şekilde devam edecek ve sadece iş hayatı değil, toplumlar da bundan fazlasıyla olumsuz etkilenecektir. ABD'de 1970'lerde Equity Funding gibi sigorta şirketlerinin kâr hırsıyla kamuoyunu yanlış yönlendirmesinden kaynaklanan krizlerin benzerinin 2000'li yıllarda Arthur Anderson, Enron, Tyco, World Com gibi büyük şirketlerde de neredeyse aynen yaşanması, o tarihten bugüne iş ahlakında bilimsel veya örgütsel anlamda yaşanan gelişmelerin piyasada karşılık bulmadığını göstermektedir. 70'lerdeki Equity Funding krizinden önce yüzden fazla çalışanın şirketin yaptığı hukuksuz işlemlerden haberdar olduğu ortaya çıkmıştır. Son krizde de çok daha fazla sayıda şirkette çok daha fazla kişinin yapılan hukuksuzluk ve yanlış yönlendirmelerden haberdar olup, toplumu konu ile ilgili bilgilendirme gibi temel bir ahlaki sorumluluktan kaçınmaları, sadece iş hayatına yönelik denetim ve cezalarda bir problem olduğunu değil; konumuz itibarıyla düşünürsek işletmelerin ve paydaşlarının iş ahlakına gerçek hayatta ne kadar değer verdiklerini de ortaya koymaktadır (Wines, 2008, s. 489). Nitekim "*Cehennemden gelen on yıl*" olarak nitelendirilen 2000'li yıllarla başlayan süreçte yaşananlar (Ryan, Buchholtz ve Kolb, 2010, s. 673), iş ahlakı uygulamaları açısından teori-pratik çatışması nedeniyle istisnalarıyla birlikte genel anlamda işletmelerin sınıfta kaldığı bir dönem olmuştur. Güncel bir uluslararası araştırmada Avustralya'dan Amerika'ya, Çin'den Avrupa'ya kadar geniş bir bölgede iş ahlakı çalışanların alana yönelik gördükleri en temel sorunlardan birisinin de toplum ve işletmelerde ahlaki davranışların azalması olması, söz konusu çatışmanın yakın geleceğe de taşınacağını ve tartışılmaya devam edeceğini göstermektedir (Holland ve Albrecht, 2013, s. 777-780). Son krizin çokça tartışılan firmalarından birisi olan Enron'un CFO'su Andy Fastow'un sözleri iş ahlakı alanında yaşanan bu büyük tehlikeye de işaret etmektedir: "*Yanlış olduğunu biliyordum… ancak illegal olduğunu düşünmedim. Oyunun oynanış tarzının bu olduğunu düşündüm. Çok karışık bir kurallar bütünündesiniz ve amaç kuralları avantajınıza olacak şekilde kullanmaktı. Yaptığım yanlış buydu.*" (Jennings ve Velasquez, 2015, s. 485). Bu ifadeler, ahlaki olmayan uygulamaların olağanın dışına çıkma değil, tam tersine günümüz yıkıcı ekonomik rekabet ortamında yapılması gereken olarak değerlendirilebildiğini göstermektedir.

İş ahlakı alanında bu tehlikeyi dikkate almadan yol haritaları belirlenmesi hâlinde ortaya çıkan sonuç bir teori-pratik çatışmasından öteye gidememekte-

dir. Nitekim iş ahlakı işletmecilik tarihinin hiçbir döneminde kamuoyu ve akademik literatürde bu kadar fazla kendine yer bulmamışken, önemli bir paradoks olarak tarihin hiçbir döneminde de iş ahlakına aykırı davranışlar gerçek hayatta bu kadar yoğun olmamıştır (Cragg, 2010, s. 719). Geldiğimiz noktada bu durum, iş ahlakı çalışmalarının veya bu alana yönelik ilginin tamamen sonuçsuz kaldığı veya yersiz olduğu algısına kapılmamıza da neden olmamalıdır. Çünkü iş ahlakına yönelik ilgi, aynı zamanda daha etkin işletmecilik uygulamaları, istikrarlı büyüme ve kalkınma, işçi sınıfının şartlarının iyileştirilmesi, sosyal sorumluluk, sorumlu yatırımcılık ve vatandaşların haklarının savunulması gibi önemli görevlere de karşılık gelmektedir (Bird, 2016a, s. 11).

İş ve ekonomi dünyasında ahlaki değerlerin ve toplumsal gerekliliklerin daha fazla ön plana çıkarıldığı bir sistem, iş ahlakı çalışmalarının tamamında ortak hedeflerden birisidir.

İş ve ekonomi dünyasında ahlaki değerlerin ve toplumsal gerekliliklerin daha fazla ön plana çıkarıldığı bir sistem, iş ahlakı çalışmalarının tamamında ortak hedeflerden birisidir. Ulusal veya küresel ölçekte böyle bir dünyanın kurulabilmesi ve işlerlik kazanması, iş ahlakına mikro bazda, yani sadece işletmelerin sorumlulukları açısından yaklaşılmasıyla mümkün olamaz. Bu noktada şunu söylemek gerekir ki, nasıl kârlılığı ana amaç olarak belirleyen işletmeler ve bu işletme biçimini destekleyen yaklaşımlar iş ahlakının pratik hayatta güçlü bir şekilde yerleşmesini engelliyorsa ekonomik büyüme ve kalkınmayı tek hedef olarak belirleyip bunun sosyal boyutlarını göz ardı eden ülke veya bölgelerde de ekonomik hayatta ahlaki değerler arka planda kalmaya mahkûmdur. Dolayısıyla teoride olduğu gibi pratik hayatta da daha güçlü bir iş ahlakı konsepti için uygulamanın geleceği sadece işletmelerin sorumluluğu kapsamında değil, aynı zamanda ulusal ekonomik politikalar doğrultusunda da daha açık belirlenmelidir. Dolayısıyla iş ahlakının kurumsallaşıp uygulanabilir bir yapıya bürünmesi sadece işletmelerin bir ödevi ve sorumluluğu değil, aynı zamanda bir bütün olarak ülke ve toplumların temel görevi olarak görülmeli ve ekonomik büyüme ve kalkınma hedefleri de bu yönde güncellenmelidir. Güncel çalışmalar bu tarz bir yapılanmanın günümüzün, maliyetleri azaltarak rekabet avantajı elde etme ve ekonomik büyüme sağlama çılgınlığına ters olabileceğini gösterse de kalkınma ve büyümenin sağlanabilmesi için keskin bir engel teşkil etmeyecek, aksine sürdürülebilir ve gelecek nesillere taşınabilen ahlaklı bir sosyal ve ekonomik yapının kurulmasına zemin hazırlayabileceğini ortaya koymaktadır.

Ahlaki ve sosyal değerlerin öne çıkarılması gereken böyle bir ekonomik yapıda belirlenmesi gereken çeşitli hedefler vardır. İlk olarak yoksul ve yoksun olarak kabul edilebilecek toplumsal kesimleri önceleyen daha adil bir kaynak dağılımı hedeflenmelidir. Yine iktisadi olarak ayrımcılığa uğrayan kesimlerin yeteneklerini ortaya koyabilecekleri imkânlara kavuşturulabilmeleri için elve-

rişli ortam sağlanmalıdır. Yeniliklere açık, şeffaf ve özgürlüklere önem veren bir hükûmet biçimi, bu makro yapının bir diğer temel ayağı olmalıdır. Toplumsal gruplar arası güçlü bir sosyal iş birliği ortamının kurulması da ahlaki değerlerin iş hayatının tüm paydaşları tarafından benimsenmesi için elzem olarak değerlendirilebilir. Bu ve benzeri ahlaki faktörlerin dikkate alındığı bir ekonomide sadece piyasanın daha etkin çalışmasını sağladığı için değil, aynı zamanda ekonomik performansı belirleyen sosyal ve politik unsurların serbest piyasa anlayışının imkân verdiğinden daha fazla teşvik edilmesiyle ülkelerin iktisadi performanslarının da artacağı, iş ahlakına yönelik güncel çalışmalarda sıklıkla dile getirilmekte ve hedef olarak gösterilmektedir. Bu hedef bireysel çıkarla ekonomik ve sosyal öncelikleri çatışmaya sokmaktan ziyade; iktisat biliminde son dönemde öne çıkan kurumsal iktisat anlayışının da iddia ettiği gibi toplumun çıkarları ile bireysel çıkarlar arasında sağlanacak uyumla ekonomik refahı da teşvik edecektir (Jennings ve Velasquez, 2015, s. 461-462). Özellikle toplumun en yoksul ve yoksun marjinal kesimlerinin iktisadi ve sosyal durumlarını iyileştirmeye yönelik bir ekonomik büyüme programı, takip edilen değerler eşliğinde daha eşitlikçi ve adil bir ülke oluşumuna katkı sağlayacaktır. Bu katkı ekonomik büyümenin de istikrarlı olmasına ve sadece iktisadi hayattaki rakamlara mahsus kalmayıp, çevre ve toplum açısından da olumlu sonuçlar doğurmasına imkân tanıyacaktır (Erdem ve Tuğcu, 2015, s. 8).

Kaynakça

Amend, G. (2016). How to tell the history of business ethics. *Zeitschrift für Wirthschafts-und Unternehmensethik (Journal for Business, Economics&Ethics)*, *17*(1), 42-76.

Arnold, D. G., Audi, R., & Zwolinski, M. (2010). Recent work in ethical theory and its implications for business ethics. *Business Ethics Quarterly*, *20*(4), 559-581.

Aşçıgil, S. F. (2001). İş etiği: Eski sorunlar, yeni kavramlar, yeni yaklaşımlar. *İş etiği: Eski sorunlar, yeni yaklaşımlar* içinde (s. 5-22). İstanbul: Friedrich Ebert Stiftung.

Bird, F. (2016a). Learning from the history: The relevance of the history of business ethics for the practice of business ethics. *Zeitschrift für Wirthschafts-und Unternehmensethik (Journal for Business, Economics&Ethics)*, *17*(1), 8-36.

Bird, F. (2016b). Why the practice of business ethics calls for a due regard for history. *Zeitschrift für Wirthschafts-und Unternehmensethik (Journal for Business, Economics&Ethics)*, *17*(1), 154-176.

Brenkert, G. G. (2010). The limits and prospects of business ethics. *Business Ethics Quarterly*, *20*(4), 703-709.

Buckley, M. (2013). A constructivist approach to business ethics. *Journal of Business Ethics*, *117*, 696-706.

Cosans, C. (2009). Does Milton Friedman support a vigorous business ethics? *Journal of Business Ethics*, *87*, 391-399.

Cragg, W. (2010). The state and future directions of business ethics research and practice. *Business Ethics Quarterly*, *20*(4), 719-720.

Dahlin, L. A. (2007). Where have all the ethics gone? Business ethics and corporate social responsibility through the years. *Proceedings of Northeast Business and Economics Association (NBEA)*, 360-366.

Efrat, Z. (2016). New ethics index provides insight into public perceptions. *Governance Directions*, *August*, 390-391.

Eğri, T. ve Sunar, L. (2010). Türkiye'de iş ahlakı çalışmaları: Mevcut durum ve yönelimler. *İş Ahlakı Dergisi*, *3*(5), 41-67.

Erdem, E. ve Tuğcu, C. T. (2015). Business ethics and economic growth: An empirical analysis for Turkish economy. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, *8*(3), 7-12.

Fontrodona, J., & Sanz, P. (2015). The value of values: The keys to a positive business culture. *IESE Insight*, *27*, 15-22.

Goulet, D. (1996). *A new discipline: Development ethics*. The Helen Kellogg Institute for International Studies (Working paper 231). Notre Damme.

Grassl, W., & Habisch, A. (2011). Ethics and economics: Towards a new humanistic synthesşs for business. *Journal of Business Ethics*, *99*, 37-49.

Guillen, M., Mele, D., & Murphy, P. (2002). Europeans vc. American approaches to institutionalisation of business ethics: The Spanish case. *Business Ethics: A European Review*, *11*(2), 167-178.

Holland, D., & Albrecht, C. (2013). The worldwide academic field of business ethics: Scholars' perceptions of the most important issues. *Journal of Business Ethics*, *117*(4), 777-788.

Jennings, P. L., & Velasquez, M. (2015). Towards an ethical wealth of nations: An institutional perspective on the relation between ethical values and national economic prosperity. *Business Ethics Quarterly*, *25*(4), 461-488.

Jones, T. J. (2010). The future of business ethics research: Reflections on the twentieth anniversary of business ethics quarterly. *Business Ethics Quarterly*, *20*(4), 746-747.

Liederke, L. V., & Dubbink, W. (2008). Twenty years of European business ethics – past developments and future concerns. *Journal of Business Ethics*, *82*, 273-280.

Mele, D. (2008). Business ethics: Europe versus America. In G. Flynn (Ed.), *Leadership and business ethics* (pp. 13-27). Dublin: Springer.

Mele, D. (2015). Religious approaches on business ethics: Current situation and future perspectives. *Journal of Applied Ethics*, *6*, 137-160.

Özen, S. (2015). Ahlak, ahlak teorisi ve bilimi, bilim ve iş ahlakı. *İş Ahlakı Dergisi*, *8*(1), 109-149.

Pitta, D. A., Fung, H., & Isberg, S. (1999). Ethical issues across cultures: Managing the differing perspectives of China and the USA. *Journal of Consumer Marketing*, *16*(3), 240-256.

Poruthiyil, P. V. (2013). Weaning business ethics from strategic economism: The development ethics perspective. *Journal of Business Ethics*, *116*, 735-749.

Prokopenko, O., Zieba, K., & Olma, S. (2016). Code of ethics as a tool for resolving conflict in the organization. *Economic Processes Management: International Scientific E-Journal*, Retrieved October 7, 2016, from http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2016_1/2016_1_11.pdf.

Rauterberg, G. (2016). The corporation's place in society. *Michigan Law Review*, *114*, 913-928.

Ryan, L. V., Buchholtz, A. K., & Kolb, R. W. (2010). New directions in corporate governance and finance: Implications for business ethics research. *Business Ethics Quarterly*, *20*(4), 673-694.

Segal, L., & Lehrer, M. (2013). The conflict of ethos and ethics: A sociological theory of business people's ethical values. *Journal of Business Ethics*, *114*, 513-528.

Su, H. Y. (2014). Business ethics and the development of intellectual capital. *Journal of Business Ethics*, *119*, 87-98.

Şahin, L. ve Yıldırım, K. (2008). İşletmelerde iş ahlakı uygulamaları için genel çerçeve. *İş Ahlakı Dergisi*, *1*(1), 55-66.

Torun, T. (2013). İktisat etik ilişkisine sosyal Darwinist bir yaklaşım. *İş Ahlakı Dergisi*, *6*(2), 135-163.

Vogel, D. (1991). The ethical roots of business ethics. *Business Ethics Quarterly*, *1*(1), 101-120.

Werhane, P. H. (2012). Globalization and its challenges for business and business ethics in the twenty-first century. *Journal of the Center for Business Ethics*, *117*(3), 383-405.

Wines, W. A. (2008). Seven pillars of business ethics: Toward a comprehensive framework. *Journal of Business Ethics*, *79*, 483-499.

Yeşil, S. (2011). Küresel iş etiği üzerine alternatif stratejiler, eleştiriler ve değerlendirmeler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *10*(35), 180-201.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Bird, F. (2016). Why the practice of business ethics calls for a due regard for history. *Zeitschrift für Wirthschafts-und Unternehmensethik (Journal for Business, Economics&Ethics)*, *17*(1), 154-176.

Çetin, B. (2015). İşletmelerde iş ahlakı. *Business&Management Studies: An International Journal*, *3*(3), 327-363.

Eğri, T. ve Sunar, L. (2010). Türkiye'de iş ahlakı çalışmaları: Mevcut durum ve yönelimler. *İş Ahlakı Dergisi*, *3*(5), 41-67.

Grassl, W., & Habisch, A. (2011). Ethics and economics: Towards a new humanistic synthesşs for business. *Journal of Business Ethics*, *99*, 37-49.

Yeşil, S. (2011). Küresel iş etiği üzerine alternatif stratejiler, eleştiriler ve değerlendirmeler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *10*(35), 180-201.

4

İktisadi Sistemler ve İş Ahlakı

Adem Levent

Tartışma Soruları

- İktisadi sistemler ve iş ahlakı arasında nasıl bir ilişki vardır?
- İktisadi sistemler hangi bağlamda incelenmelidir?
- İktisadi liberalizmin temel unsurları nelerdir?
- Marksist iktisadın iş ahlakına yaklaşımı nasıldır?
- Kurumsal iktisat ana akım iktisadı hangi yönlerden eleştirmektedir?

Giriş

İİş ahlakını, modern toplumlarda mal ve hizmetleri üretip dağıtan örgütlerdeki bireylerin tutum ve davranışlarını ahlak standartlarına göre değerlendiren bir kavram olarak tanımlamak mümkündür. İş ahlakında işletme içerisinde bireyin davranışlarının ahlak prensipleri karşısında değerlendirilmesi söz konusu olmaktadır. Bu bağlamda iş ahlakı, işletme kararlarını alan ve uygulamaya geçiren yöneticilerle diğer çalışanların yükümlülükleri ve ahlaki sorumluluklarının açıklandığı uygulamalı bir ahlak türü olarak ele alınabilmektedir (Torlak, 2013, s. 53). İş ahlakının teorik çerçevesi ise, genelde, ahlak teorileri bağlamında felsefe zemininde ele alınmıştır. Felsefi gelenek, Analitik felsefe ve Kıta Avrupa felsefesi şeklinde iki ana hatta ilerlemektedir.[1] Analitik felsefeye aynı zamanda Anglosakson

İş ahlakının teorik arka planı Anglosakson felsefesine dayanmaktadır.

1 Analitik felsefe ve Kıta Avrupa felsefesi ayrımı, 20. yüzyılda ortaya çıkmıştır. Bu iki felsefi gelenek arasındaki ayrım, analitik felsefe perspektifinden şu şekilde ortaya konmuştur:

felsefesi de denmektedir. İş ahlakının felsefi gelenek içerisindeki yeri analitik felsefedir. Başka bir deyişle iş ahlakı, Anglosakson felsefi mirasının bir sonucudur. Analitik felsefi gelenek içerisinde iş ahlakı çalışmaları ortaya çıkmıştır (Painter-Morland ve Bos, 2011, s. 5).

İktisat disiplininin de Anglosakson gelenek içerisinde geliştiği söylenebilir. Çünkü İngiltere'de sanayi devrimine bağlı olarak gelişen sanayi kapitalizminin ortaya çıkışıyla iktisat disiplininin ayrı bir bilim dalı olarak ortaya çıkışı aynı zamana denk gelmektedir. Yeni gelişen maddi hayatın analiz edilmesi iktisat disiplinini felsefeden ayrı bir bilim dalı şeklinde öne çıkarmıştır (Ekelund ve Hebert, 1975, s. 49). Fakat iktisat disiplini, söz konusu maddi hayatı anlamaya çalışırken iş ahlakı gibi teorik art alanını Anglosakson felsefi geleneğe dayandırmamıştır. İktisat, bireyi merkeze alarak soyut modellerle analiz araçlarını geliştirmiştir. Genel itibarıyla felsefeye uzaktır. Çünkü iktisat disiplini 20. yüzyılda, felsefeden uzaklaştığı müddetçe bilimselleşeceğini düşünmüş ve bundan ötürü felsefeden, özellikle de iş ahlakının beslendiği etik teorilerden gittikçe kopmuştur (İşler ve Yılmaz, 2011, s. 9). İş ahlakı ise normatif etik teorilerle yani bilimsellik, nesnellik, disiplin, erdem, ahlak gibi Anglosakson felsefenin temel uğraş alanları ile doğrudan ilintilidir. Bu yönüyle ilk bakışta iş ahlakı ve iktisat disiplininin bir araya gelmesi oldukça zor görünmektedir. Buna rağmen iş ahlakı ile iktisat disiplini içindeki heterodoks (yerleşik olmayan) iktisat okullarının ve heterodoks çalışma alanlarının felsefi tartışmalara yakın olduğu görülmektedir.

İktisadi sistemler ve iş ahlakı ilişkisi heterodoks iktisat okulları üzerinden kurulmaktadır.

İktisadi sistemler, heterodoks okulların ilgi alanına girmektedir. Genel olarak sistem özel olarak da iktisadi sistem incelemesi heterodoks iktisatçıların ilgisini çekmektedir. Bundan ötürü iktisadi sistemler heterodoks iktisatçılar tarafından politik, sosyolojik ve etik yönleri ile felsefeye yakın bir şekilde incelenmektedir. Bu yönüyle felsefe temelinde iktisadi sistemler ile iş ahlakı arasında bir ilişkinin varlığından söz etmek çok da zor değildir. İş ahlakı ile normatif etik teorilerden biri olan faydacılık arasında da bir ilişki mevcuttur. Faydacılık ise modern refah iktisadının baskın düşüncesi olduğundan iş ahlakı ile ortodoks iktisat arasında paralellikler kurulabilir.

İş ahlakı ile iktisadi sistemler arasındaki ilişkinin incelenmesi politik iktisat yaklaşımını zorunlu kılmaktadır. Çünkü politik iktisat, iktisadın henüz formelleşmediği ve ayrı bir disiplin hâline dönüşmediği bir dönemde felsefe, sosyoloji, politika ve iktisadın iç içe analiz edildiği bir evreye karşılık gelmektedir.

Analitik felsefe, genel itibarıyla dil analizi yaparken; Kıta Avrupa felsefesi poetik analiz yapmaktadır. Analitik felsefe birey, bilim, nesnellik, disiplin, metodoloji, bilginin ilerlemesi gibi tartışmalar ile meşgul olurken; Kıta Avrupa felsefesi toplum, retorik, sanat, durumsal gerçeklik, olumsallık (contingency) gibi tartışmalarla meşgul olmaktadır. Bu iki felsefi gelenek birbirlerinden radikal bir şekilde ayrılmaktadırlar (Painter-Morland ve Bos, 2011, s. 4).

Hem işletme düzeyinde hem de genel iş dünyasında iş ilişkilerinin ahlaki ve sistemik sorgulaması disiplinler arası bir yaklaşıma ihtiyaç duymaktadır. Bu yaklaşım da politik iktisadın geniş çerçevesini gerekli kılmaktadır.

Bu çalışma iktisadi sistemlerin iş ahlakı ile ilgili yaklaşımlarını değerlendirmektedir. Kapitalist sistem içerisinde iş ahlakı ve iktisadi sistemleri anlamaya çalışmak, aynı zamanda modern ideolojilerin kapitalist sistem içerisindeki konumunu da anlamak açısından önemlidir. Çünkü iktisadi sistemler aynı zamanda modern ideolojilerin en önemli yanlarını oluşturmaktadır. Çalışma boyunca modern ideolojilerden iktisadi liberalizm, Marksist iktisat ve kurumsal iktisat[2] seçilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın ilk kısmında iktisadi sistemlerin ne olduğu ele alınmakta; daha sonra iktisadi liberalizm ile iş ahlakı, Marksist iktisat ile iş ahlakı ve kurumsal iktisat ile iş ahlakı incelenmektedir. Son kısımda ise bir alternatif olarak İslam iktisadına kısaca değinilmeye çalışılmıştır. Sadece söz konusu üç iktisadi sistemin seçilmesinin nedeni, bu sistemlerin yaygınlığı ve belli bir dönemde uygulama alanı bulmuş olmalarından kaynaklanmaktadır.

İktisadi Sistemler

Sistem terimi, tekil faaliyetler ve parçalar yerine makineleri, organizmaları ve toplumsal ve ekonomik bütünleri içermektedir. Sistemler, unsurların ve ilişkilerin bileşimleridir. Toplumsal sistemler etkileşimler, örgütlenmeler ya da toplumun tamamı şeklinde olabilir (Brunkhorst, 2008, s. 665). Benzer şekilde iktisadi sistemler de sadece para ve maliye politikaları ile değil; iktisadi doktrin, iktisadi düşünce, iktisat teorisi, iktisat, politikası ve toplumsal etkileşim, devletin ekonomideki yeri, bireylerin iktisadi tercihleri gibi bütüncül unsurlarla tanımlanmaktadır. İktisadi sistemler; iktisadi dünya görüşü, iktisat teorisi ve iktisat politikalarının birleşimini ifade etmektedir. İktisadi sistem, dar anlamda sadece fiyat sistemi olarak düşünülürken; geniş anlamda iktisadi yazın ve öğretiyi içine alan sosyo-kültürel ve tarihsel referanslarla da kullanılmaktadır. İktisadi sistem, kompleks bir kavramdır. Bu yönüyle iktisadi sistemler söz konusu olduğunda hem devletin benimsediği iktisat politikaları hem de bireylerin iktisadi dünya görüşleri ile bağlantılı iktisat okulları

İktisadi sistem, dar anlamda fiyat teorisini; geniş anlamda iktisadi öğreti ve yazını kapsamaktadır.

2 Kurumsal iktisadın bir ideoloji olup olmadığı tartışmalıdır. Fakat Terry Eagleton'ın (2011, s. 53) "toplumsal açıdan önemli belirli bir grubun veya sınıfın içinde bulunduğu durumu ve hayat deneyimlerini simgeleyen inanç ve fikirlere karşılık gelir. Terimin bu anlamı 'dünya görüşü' kavramına oldukça yakındır." şeklindeki ideoloji tanımı kurumsal iktisadın da ideoloji olarak tanımlanmasının bir sakınca doğurmadığını göstermektedir. Çünkü kurumsal iktisat da iki savaş arası (I. Dünya Savaşı ve II. Dünya Savaşı arasındaki yaklaşık 30 yıl) dönemde ABD'de uygulama alanı bulmuş, en itibarlı iktisadi okul olmuştur (Rutherford, 2000).

akla gelmektedir. Örneğin, Marksist, kurumsal ve tarihsel iktisat okulları gibi (Gottlieb, 1953, s. 350). Ayrıca iktisadi sistem, öncelikle, "sosyalizm" ve "kapitalizm" gibi mülkiyet içerikli terimleri çağrıştırmaktadır. Fakat mülkiyet, iktisadi sistemin sadece bir yönüdür. İktisadi sistem, sosyal sistemin bir yönünü oluşturmaktadır. İktisadi sistemin gelişimi, ulusal kültür, tarih ve coğrafyadan etkilenen sosyal sistemle ilgilidir. Bu yönüyle iktisadi sistem bir kurumsal seti ifade etmektedir. İktisadi sistem, hem mülkiyet biçimini hem kaynak dağılımını hem de piyasa ve devlet ilişkilerini içererek sosyal sistemin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Hanson, 1971, s. 329-330).

Immanuel Wallerstein'a (2002, s. 12) göre iktisadi sistem veya onun daha geniş çerçevesi olan toplumsal sistem, yaşadığımız modern dünyada tarihsel kapitalizmdir. Tarihsel kapitalizm adı verilen bu tarihsel ve toplumsal sistemin ayırtedici özelliği, sermayenin bu sistemde çok özel bir yere sahip olmasıdır. Sistemin başlıca amacı, sermayenin kendini büyütmesidir; sınırsız sermaye birikimidir. Bu yaklaşıma göre içinde bulunduğumuz modern dönem, tarihsel kapitalizmin dünya sistemidir. Tarihsel kapitalist dünya sistemi, kendi içinde sistem karşıtı hareketler üretmiştir. Başlıca iki sistem karşıtı hareket; toplumsal hareket (Marksist hareketler) ve ulusal harekettir (milliyetçi kurtuluş hareketleri) (Arrighi, Hopkins ve Wallerstein, 2004, s. 36). Bu çalışmada, toplumsal sistem, iktisadi sistemler bağlamında iktisadi liberalizm olarak; sistem karşıtı hareketler ise Marksist iktisat ve kurumsal iktisat olarak ele alınmıştır. Çalışmada politik iktisat perspektifinin benimsenmesi böyle bir tercihi zorunlu kılmıştır.

İktisadi sistemlerin anlaşılması iktisattaki ortodoks ve heterodoks ayrımların bilinmesine bağlıdır.

İktisadi sistemleri incelerken üzerinde önemle durulması gereken bir konu da ortodoks ve heterodoks iktisat ayrımıdır. Ortodoks iktisat, Batılı ülkelerin üniversitelerinde okutulan iktisat teorisini anlatmakta kullanılır. Ortodoks iktisat kapsamı, içeriği ve metodu açısından heterodoks iktisattan ayrılmaktadır. Ortodoks iktisat, insan ihtiyaçlarına oranla kıt olan kaynakların yarattığı sorunları "araştırma programı" olarak seçmiştir. Bu sorunları üretim faktörlerinin alternatif kullanım alanları arasında dağıtımı, millî gelirin bölüşümü, ekonominin istikrarı ve millî gelirin arttırılması şeklinde dört ana gruba ayrışmıştır. Ortodoks iktisat incelediği konular itibarıyla mikro iktisat ve makro iktisat şeklinde ikiye ayrılır. Mikro iktisadın temel aracı, arz-talep analizi olup inceleme alanı birey ve üretici firmalarla sınırlıdır. Makro iktisat ise istikrar ve büyüme konularını incelemektedir. Makro iktisadın inceleme alanı bireyler değil bütün ekonomidir. Neoklasik iktisat veya piyasa ekonomisi (iktisadi liberalizm), ortodoks iktisadın en önemli temsilcisidir. Ortodoks iktisat bugün tüm dünyada geçerli tek iktisat anlayışını ifade etmektedir. Ayrıca ortodoks iktisada yerleşik iktisat ya da ana akım iktisat da denmektedir. Heterodoks iktisat ise iktisadın araştırma programını ve yöntemini daha değişik bir şekilde belirlemiştir. Heterodoks iktisatçılar, iktisadın sı-

nırlarını genişletmeye, iktisada sosyoloji, antropoloji, psikoloji, politika ve tarih disiplinlerinden aktarmalar yapmaya yönelmişlerdir (Savaş, 2000, s. 12-13).

Heterodoks iktisat ortodoks iktisada karşıt olarak tanımlanmaktadır. Heterodoks iktisatçılar, heterodoks iktisadın ne olduğundan daha çok, ne olmadığı üzerinde durmaktadırlar. Heterodoks iktisat, içerisinde birbirinden farklı birçok heterodoks proje ve gelenekleri barındırmaktadır. Heterodoks iktisadı tanımlamak için ortodoks/neoklasik iktisada karşı olmak yeterlidir. Marksist iktisat, kurumsal iktisat, Alman tarihçi okulu, Post-Keynesyen iktisat heterodoks iktisadın önemli temsilcileridir (Levent, 2016, s. 15).

Sosyolojik olarak iktisatta ortodoksi-heterodoksi ayrımı, disiplin içi egemenlik ilişkisini ima etse de bu ayırımın epistemolojik temelleri vardır. Söz konusu ayrım 19. yüzyılın son çeyreğindeki yöntem kavgası (Methodenstreit) dönemine kadar geri gider. Yöntem kavgasında sonradan ortodoksiyi oluşturacak olan taraf temelde doğa bilimlerini taklit etmeyi bilimsellik kriteri olarak kabul etmekte ve yöntemsel bireyciliğe dayalı, evrensel kurallar çerçevesinde bir bilimin mümkün olduğunu savunmaktadır. Diğer taraf ise sosyal bilimlerin kendine has karakterini öne çıkarıp, doğa bilimlerinden farklı kendine has yöntemlere başvurması gerektiğini, tarihsel bilgiye dayalı ve bireyden ziyade bütünü esas alan bir yaklaşımı savunmaktadır. Kavga, en azından sosyolojik sonuçları itibarıyla, ilk grubun belirleyiciliği ile sonuçlanmış ve neoklasik iktisat, iktisat disiplininin ortodoksisi hâline gelmiştir. İktisadın ortodoksisi diğer sosyal bilimlerle mukayese edildiğinde kazandığı güçle kendi tanımını neredeyse disiplinin tanımı hâline getirmiştir (Yılmaz, 2012, s. 4-5).

Görüldüğü üzere iktisattaki ortodoks-heterodoks ayrımı iktisadi sistemlerin anlaşılmasını daha iyi sağlayacaktır. Ayrıca iktisadi sistem incelemesi ortodoks iktisattan ziyade heterodoks iktisadın kapsamına girmektedir. Yani geniş inceleme alanı ile politik iktisadın kapsamına girmektedir.

İktisadi Liberalizm ve İş Ahlakı

İktisadi liberalizm, Adam Smith tarafından temelleri atılan, marjinalist devrimce[3] gözden geçirilen, Alfred Marshall, Irving Fisher ve Avusturya okulu tarafından önemli ölçüde geliştirilen kapitalist doğal özgürlük sistemidir (Skousen, 2003, s. 359). İktisadi liberalizm, klasik iktisadi düşünce ile başlayan bir iktisadi sistemdir. Bundan ötürü iktisadi liberalizme klasik liberalizm de denmektedir. Ayrıca liberalizm deyince, liberal düşünürlerin çoğunun iktisatçı olmasından

3 Marjinalist devrim, 1870'lerde Stanley Jevons, Carl Menger ve Leon Walras'ın eş zamanlı olarak azalan marjinal fayda ilkesini keşfetmelerine referans yapmaktadır. Bu devrimle beraber emek değer teorisi yerine fayda değer teorisi mikro iktisadi analizin temeline yerleşmektedir. Neoklasik iktisat bu devrimle başlatılmaktadır (Blaug, 1972, s. 269).

veya iktisatçı olmayan filozofların daha az tanınmasından dolayı, genellikle ekonomik bir doktrin akla gelmektedir. Sırf ekonomik bir doktrin olarak ele alındığında liberalizm, "laissez faire kapitalizmi" ile özdeşleştirilmektedir (Yayla, 2003, s. 15).

İktisadi Liberalizmin Temel Özellikleri

Genel olarak iktisadi liberalizmin birbiriyle bağlantılı dört temel unsuru vardır. Bunlar: *Bireycilik, özgürlük, kendiliğinden doğan düzen* ve *piyasa ekonomisi* ile *hukukun hâkimiyeti* ve *sınırlı devlettir*.

Liberalizmi tek bir kavram üzerinden tanımlamak gerekirse "Liberalizm bireyci sistemdir." demek yeterli olacaktır. Bundan ötürü Friedrich Hayek, bireycilik ile liberalizmi eş anlamlı kullanmaktadır. Liberal yazarlara göre sosyal teorinin temel analiz birimi, bireydir. Liberalizm için birey temel varlıktır. Bireyin varlığı, sınıf, halk gibi "bütün"lerin varlığından daha gerçektir. Birey teorik olarak toplumdan önce gelir ve dolayısıyla bireyin hakları da toplumdan önce vardır. Temel ve doğuştan gelen haklar bireyle ilgilidir (Yayla, 2003, s. 149-150).

İktisadi liberalizmin temel unsurları bireycilik, özgürlük, kendiliğinden doğan düzen ve piyasa ekonomisi ile hukukun hâkimiyeti ve sınırlı devlettir.

Hayek'e göre bireycilik, Hristiyanlık, Kadim Yunan ve Roma'nın kurduğu temeller üzerine yükselen Batı medeniyetinin en bariz özelliklerinden biridir. Bireycilik, Batı medeniyetinin bütün tekâmül seyri ile irtibatlıdır. Bugün bireyciliğin egoizmi hatırlatmasına karşın bireyciliğin egoizmle hiçbir zorunlu ilişkisi yoktur. Unsurlarını Hristiyanlıktan ve klasik eski çağdan alan, ilk defa Rönesans'ta tam bir gelişme gösteren ve o zamandan sonra Batı Avrupa medeniyetini ortaya çıkaran bireyciliktir. Bireycilik, bireye birey olarak saygı göstermek; kanaat ve zevklerinin ne kadar dar olursa olsun, kendi sahası içinde kendine ait bir mesele olduğunu kabul etmek; insanların bireysel kabiliyet ve temayüllerini geliştirmelerinin arzuya şayan olduğuna inanmaktır (Hayek, 2004, s. 18-19).

İktisadi liberalizmdeki birey rasyoneldir. Bireylerin rasyonalitesi, onları *homo economicus* olmaya zorlamaktadır. Homo economicus olarak birey, tercihini kendisi için ekonomik yarar sağlayacak alternatiflerden yana kullanmaktadır. Bu birey, kendi tercihini ve çıkarını en iyi bilen kişi manasındadır (Çaha, 2001, s. 37). Klasik ve neoklasik iktisadın önemli varsayımlarından biri olan homo economicusun öne çıkan üç önemli özelliği vardır. Birincisi, birey optimal davranış sergilemektedir. İkincisi, birey rasyonel bir tercihte bulunacak bilişsel yeteneğe sahiptir. Üçüncüsü, bireyin bağımsız zevk ve tercihlere sahip olmasıdır (Doucouliagos, 1994, s. 877).

İktisadi liberalizmin bir diğer önemli kavramı özgürlüktür. Liberalizme doğal özgürlük sistemi de denmektedir (Skousen, 2003). Liberalizmin özgürlük anlayışı negatif özgürlüktür. Negatif özgürlük, bireyin dışarıdan gelen keyfi bir zorlama altında kalmaksızın davranabilmesi, serbestçe hareket edebilmesidir. İnsanın herhangi bir dış müdahaleye maruz kalmadan davranabildiği alan ne kadar geniş ise özgürlüğü o kadar geniştir. Özgürlük, diğer insanlardan gelen zorlamanın yokluğunu anlatır. Liberalizme göre özgürlük ancak onu kullanmamızla pozitif hâle gelir (Hayek, 2013, s. 38-49). Burada özgürlük, "bir şeyden özgürlüktür" (freedom from); "bir şeye özgürlük" (freedom to) değildir. Özgürlükte esas olan bireye bir şey sağlaması değil, onun dış baskı ve zorlamalara maruz bırakılmamasıdır (Yayla, 2003, s. 162-163).

Özgürlük kavramı insanlar arası ilişkiye göndermede bulunduğu sürece bir anlam ifade eder. Özgürlük kavramına sadece toplumsal sistem çerçevesinde bir anlam verilebilir. Kişi eğer amaçları ve bu amaçları elde etmek için kullanacak araçları seçmeye izin verilmişse, özgürdür (Mises, 2008, s. 277-278).

İktisadi liberalizme göre mülkiyet özgürlüğü çok önemlidir. Özel mülkiyet özgürlüğü, özgürlüğün olmazsa olmaz şartıdır. İktisadi liberalizme göre ekonomik özgürlüklerle siyasi özgürlükler iç içedir. Liberalizmde ekonomik özgürlükten anlaşılan ekonomik faaliyetlerde bulunmak veya ekonomik girişimcilik hakkına sahip olmaktır. Ekonomik özgürlüğün olmadığı yerde politik özgürlük de olmaz. Ekonomik özgürlüğün olması demek piyasa ekonomisinin olması demektir. Özgürlüğü yaratan kanunlar, anayasalar değil; piyasa ekonomisidir (Yayla, 2003, s. 177-178). Başka bir deyişle ekonomik düzenlemelerdeki özgürlük geniş anlamda özgürlüğün tamamlayıcılarından biridir. Bu nedenle tek başına bir amaçtır. Ekonomik özgürlük, siyasi özgürlüğe giden yolda vazgeçilmez bir araçtır (Friedman, 2008, s. 9-10).

İktisadi liberalizmin önemli özelliklerinden biri de kendiliğinden doğan düzen ve piyasa ekonomisidir. Bu özellik, bireycilik ve özgürlük gibi kavramlarla doğrudan ilişkilidir. Liberalizm terminolojisinde kendiliğinden doğan düzen ve piyasa ekonomisinin hemen hemen aynı anlama geldiği söylenebilir. Ancak kendiliğinden doğan düzen ve piyasa ekonomisi sadece ekonomik ilişkilerden ibaret değildir; çeşitli yönleri olan bir sosyal ilişkiler bütünüdür. Bu yönüyle liberal düşünce içerisinde piyasa ekonomisi, piyasa düzeni, piyasa sistemi ve kapitalizm aynı anlama gelmektedir (Yayla, 2003, s. 189-190).

Piyasa ekonomisi, üretim araçlarının özel mülkiyeti altında emeğin iş bölümünün toplumsal sistemidir. Herkes kendi hesabına eylemde bulunur, ama herkesin eylemleri diğer insanların ve kendisinin ihtiyaçlarının tatminini hedefler. Herkes kendisinde hem araç hem de bir amaçtır; kendisi için nihai amaç, diğer insanların amaçlarını elde etme gayretlerinde ise onlar için bir araçtır.

Bu düzen piyasa tarafından idare edilir. Piyasa, bireylerin faaliyetlerini diğer insanların isteklerine en iyi biçimde hizmet edecek kanallara yönlendirir (Mises, 2008, s. 257).

Hayek'e göre de liberalizmin bir defaya mahsus olmak üzere tespit edilmiş sabit kuralları mevcut değildir. Bir temel prensip vardır: İşlerin idaresinde kendiliğinden doğan (spontane) sosyal kuvvetlere mümkün olduğu kadar çok yer verilmeli ve zorlayıcı, tazyik edici tedbirlerden mümkün olduğu kadar kaçınılmalıdır (Hayek, 2004, s. 22).

Kendiliğinden doğan düzen ve piyasa ekonomisi, Adam Smith'in "büyük toplum" ve Karl Popper'ın "açık toplum" olarak adlandırdığı özgür bir düzendir ve bu düzen kurucu rasyonalizmin karşısındadır. Kurucu rasyonalizm, toplumsal düzeni düşünen bir aklın dizayn ettiğini ifade eden kurucu bir görüştür. Toplumun bir amaç için tasarlandığını ve icat edilmiş kurumlar ve uygulamalar sayesinde var olduğunu düşünmektedir. Kurucu rasyonalizmin, en büyük temsilcisi Rene Descartes'tir. Liberal düşünce geleneğine göre kurucu rasyonalizmin savunulduğu düzen ise sosyalizmdir. Kurucu rasyonalizm karşısındaki liberal düşünce, önce "gelişme" ve daha sonra "evrim" olarak tasvir edilen bir süreç sayesinde toplumsal düzenin ortaya çıktığını ifade etmektedir. Bu düzen, kendiliğinden doğan düzen ve piyasa ekonomisidir (Hayek, 1994, s. 4-16). Kendiliğinden doğan düzen, kurucu bir görüş veya akıl yerine insanların deneyimlerine dayanmaktadır.

Kendiliğinden doğan düzen ve piyasa ekonomisi, Adam Smith ve David Hume ile temelleri atılan, Carl Menger ile geliştirilen ve Hayek ile büyük ölçüde kuramsallaştırılan liberal düşünce geleneğinin önemli kavramsal çiftlerinden biridir.

İktisadi liberalizmin önemli özelliklerinden biri de hukukun hâkimiyeti ve sınırlı devlettir. Liberalizme göre insan ilişkilerinde zorun/cebrin bir araç olarak kullanılması mümkün değildir. İnsan ilişkilerinin gönüllü olması gerekmektedir. Bu nedenle liberalizmde genel olarak otoriteye ve özel olarak da devlete şüphe ile bakılmaktadır. Libearalizm için hukukla sınırlandırılmış devlet, insan özgürlüğüne uygundur. Aksi takdirde sınırlandırılmamış, kurallara bağlanmamış bir devlet insanın özgürlüğüne en büyük tehdittir (Yayla, 2003, s. 200). Devletin sınırlandırılmasından kasıt, onun keyfî davranmasının önüne geçmektir. Böylece önceden belirlenen kurallarla devlet, bireylerin özgürlükleri için teminat olacaktır. Devletin sınırlandırılması, hukuk ve insan hakları çerçevesinde olmalıdır.

Mises'e göre devlet ve hükûmetler amaç değil, araçtırlar. Devlet ve hükûmet, toplumsal sistemin güvende işlemesi için tasarlanır. Devletin fonksiyonlarını sınırlamak ihtiyaçlarına göre ayarlanmalıdır. Devlet toplumsal düzenin bekçiliğini yapmalıdır (Mises, 2008, s. 675).

Hayek ise hukukun hâkimiyeti ilkesinin hedefini, vatandaşların kanunların kendilerini nasıl etkileyeceğini bilmeleri şeklinde belirtmektedir. Bunun için kanunların dört özelliğe sahip olmaları gerekir: Birincisi, kanunlar tamamıyla genel olmalıdır, hiçbir bireye veya gruba, olumlu ya da olumsuz özel muameleye yönelmemelidir. İkincisi, kanunlar insanlara eşit olarak uygulanmalıdır. Üçüncüsü, geçmişi kapsayacak şekilde olmamalıdır. Dördüncüsü, bütün kanunlar, hükûmet dâhil herkesi bağlamalıdır (aktaran Yayla, 2003, s. 204).

İktisadi Liberalizmin İş Ahlakı Yaklaşımı

İktisadi liberal gelenekte iş ahlakı bağlamında birtakım normatif etik teorilere yer verilmektedir. Sosyal sözleşme teorisi, erdem etiği, paydaş (*stakeholder*) teorisi, hissedar (stockholder) teorisi bunlar arasında öne çıkan yaklaşımlardır. Bu yaklaşımlar faydacılık, deontoloji ve Kantçı ahlak temelinde şekillenmektedir. Erdem, görev, fayda vb. kavramlar bu yaklaşımlar etrafında tartışılan meselelerdir (Dunfee ve Donaldson, 1995; Hasnas, 1998; Moriarty, 2005).

İktisadi liberalizmde, hâkim etik teori faydacılıktır. Bu teori, Jeremy Bentham ve John Stuart Mill'in düşüncelerine dayanmaktadır. Aynı zamanda modern refah iktisadının hâkim teorisi olan faydacılık, temel olarak elemden uzaklaşmak ve hazza yönelmektir. Hayatın hazzı aramaktan daha asil bir amacının bulunmadığını farz etmektir (Mill, 1965, s. 11). Bu teoriye göre fayda soyut bir terimdir. Bir şeyin, bir kötülükten korunmak veya bir iyilik sağlamak yolundaki eğilimini ya da özelliğini dile getirir. Kötülük; acı, elem veya elem sebebidir. İyilik ise haz veya haz sebebidir. Bir bireyin çıkarına ya da faydasına uygun olan, kendi toplam refahını arttırmaya yönelendir (Bentham, 2011, s. 2).

Etik bir ilke olarak faydacılığın üç bileşeni bulunmaktadır. Birincisi, refahcılıktır. Bir olayın iyiliği sadece fayda bilgisi işlevi görmesine göre ölçülmektedir. İkincisi, toplam sıralamadır. Herhangi bir olaydaki fayda bilgisinin sadece o durumdaki tüm faydaların toplamına bakılarak değerlendirilmesidir. Üçüncüsü, sonuççuluktur. Her tercih (eylemler, kurumlar, motivasyonlar ve kurallar vb.), sonuçlarıyla değerlendirilir. Sonuçları iyi olan eylemler faydayı belirlemektedir (Sen, 1990, s. 39).

Söz konusu faydacılığa uygun şekillenen iktisadi liberalizme göre iş dünyasının amacı basitçe mal ve hizmet üretmek değildir; ticaret için mal ve hizmet üretmektir. Ticaret, piyasa bağlamında önemli bir aktivitedir. Bu ticaretin de iş dünyasındaki anlamı kâr elde etmektir. Ticaret yapan kişiler veya firmalar kârlarını maksimize etmek istemektedirler (Kline, 2006, s. 62).

Milton Friedman, bu durumu şu şekilde ortaya koymaktadır: Şirket yetkililerinin ve işçi liderlerinin kendi hissedarlarının ya da kendi üyelerinin çıkarlarına hizmet etmekten öteye giden bir "sosyal sorumluluk"ları olduğu görüşü yaygındır. Bu görüş, özgür bir ekonominin karakter ve yapısı hakkında temel bir

kavramsal yanlışa işaret etmektedir. Böyle bir ekonomide iş dünyasının yalnızca bir sosyal sorumluluğu olabilir. Oyunun kuralları içinde kaldıkları sürece, kaynakları kullanmak ve kârlarını arttırmaya yönelik etkinliklerde bulunmak, yani aldatma ve dolandırma olmadan açık ve özgür bir rekabete girişmektir. Bunların dışında bize düşen sosyal sorumluluk, bireyin kendi çıkarlarını kollamasına olanak tanıyan yasal çerçeveyi oluşturmaktır. Eğer şirket yetkililerinin para kazanmanın dışında bir sosyal sorumluluğu mevcut olursa bu, özgür toplumun temel kurumlarının altını oyacaktır. Buna göre sosyal sorumluluk yıkıcı bir öğretidir (Friedman, 2008, s. 179-180).

İktisadi liberalizme göre iş dünyasının temel amacı kâr etmektir.

İktisadi liberalizmdeki insan tanımlaması, Friedman'ın söz konusu kârı amaçlayan insan yaklaşımı ile paralellik arz etmektedir. Genel olarak iktisadi liberalizmdeki ya da ortodoks iktisattaki bu insan yaklaşımı homo economicustur. Homo economicus, kısaca, kârını maksimize etmeye çalışan birey demektir. İktisadi liberalizm ya da ortodoks iktisatta tüm bireyler homo economicus olarak kabul edilmektedir. Homo economicus olarak bireylerin sosyal sorumlulukları kârlarını maksimize etmeye dönüktür. Bu nedenle iktisadi liberalizm[4] veya ortodoks iktisadın iş ahlakına yaklaşımı iş dünyasındaki eylemlerin kâr maksimizasyonu bağlamında gerçekleşmesidir.

İktisadi liberalizme göre iş dünyasında yaşanan kötü ve haksız durumlar, kapitalizmin kendisinden değil yanlış hükûmet politikalarından kaynaklanmaktadır. Yani iş dünyasındaki temel sorun, kapitalizmin doğasından kaynaklanmamaktadır. Sorun, müdahaleci hükûmet politikaları ve sınırsız devlet anlayışıdır. Devletçi politikalar, iktisadi sorunları karmaşıklaştırmakta, çalışanları tembelliğe itmekte ve bedavacılık sorunu doğurmaktadır. İktisadi liberalizme göre iş dünyasındaki sorunlar serbest ticaret ve rekabetle çözülebilir. Şayet iş dünyasında bir sıkıntı varsa sorunu tüketici çözer. Çünkü tüketici kaptandır. Tüketici neyin üretilmesi, ne kadar üretilmesi ve hangi kalitede üretilmesine karar vermektedir. Piyasa toplumunda tüm iktisadi işlere tüketiciler yön vermektedir[5] (Mises, 2008, s. 267-269).

4 Bu çalışma boyunca iktisadi liberalizm, klasik liberalizm, kapitalizm, piyasa ekonomisi ve ortodoks iktisat aynı anlamlara gelecek şekilde kullanılmaktadır. Örneğin Avusturya iktisat okulunun ünlü iktisatçısı Mises (2008, s. 268) kapitalizm yerine piyasa ekonomisi ifadesini önererek söz konusu kavramlar arasında bir fark görmediğini zımnen belirtmiş olmaktadır. Neoliberalizm kavramı ise 1970 sonrası dönemde Keynesyen iktisadın çözülmesi sonucunda gelişen klasik liberal teorinin yeniden hâkimiyetini ifade etmektedir. Fakat Antonio Negri'nin (Hardt ve Negri, 2007, s. 52-53) yerinde tespitiyle Keynes'in de geliştirdiği toplam talep yaklaşımıyla fazlasıyla liberal görülmesi gerektiğidir. Yani hem Keynes öncesi dönem hem de Keynesyen dönem, liberal yaklaşımın hâkimiyetini göstermektedir. Bundan ötürü neoliberalizm kavramsallaşması kendi içinde birçok çelişkiyi barındırmaktadır. İş ahlakı ve neoliberal dönüşümün ele alındığı bir çalışma için bk. Bulut (2011).

5 İktisadi liberalizmin ve ortodoks iktisadın tüketici egemenliği görüşü, heterodoks iktisatçı John Kenneth Galbraith tarafından ayrıntılı bir şekilde eleştirilmektedir. Galbraith'a göre modern kapitalizmde ifade edilen tüketici egemenliği yaklaşımı sadece teoride kalmak-

Tüketiciler kârlarını maksimize etmeye çalışan bireyler oldukları için piyasa sistemine yön vermektedirler. Bu bağlamda piyasa da tüketicilerin kararları tarafından belirlenmektedir. İktisadi liberalizme göre iş dünyasında yaşanan sorunların çözümü, kapitalist sistemi mahkûm etmekten geçmemektedir. Çözüm ise, rekabeti geliştirmek ve devletin faaliyetlerini sınırlandırmaktır.

Andre Gorz, iktisadi liberalizmin iş ahlakı yaklaşımını iktisadi amaçlı çalışma bağlamında şu şekilde dile getirmektedir: İktisadi amaçlı çalışma, bir ödeme amacıyla gerçekleştirilen çalışmadır. Temel hedef para, yani ticari değişimdir. İktisadi amaçlı çalışma her zaman insanlığın egemen faaliyeti olmamıştır. Ancak sanayi kapitalizminin gelişimiyle beraber yaygınlaşmıştır. Anglosaksonların ve Almanların "çalışma etiği" ve "çalışma toplumu" diye adlandırdıkları toplum yenidir. Çalışma toplumlarının özelliği çalışmanın aynı anda hem ahlaki bir görev hem de toplumsal bir yükümlülük ve kişisel başarı yolu olarak kabul edilmesidir. Çalışma ideolojisi, herkes ne kadar fazla çalışırsa kendini o kadar iyi hissedeceğini; az çalışanların veya hiç çalışmayanların topluluğa zarar vereceğini ve topluluk üyesi olmayı hak etmediğini; iyi çalışanın toplumsal olarak başarılı olacağını ve başarısız olanın hatayı kendinde araması gerektiğini kabul eder (Gorz, 2007, s. 265-286).

Marksist İktisat ve İş Ahlakı

Marksist İktisadın Temel Özellikleri

Marksist iktisat her şeyden önce bir karşı çıkış iktisadıdır. Marksist iktisada eleştirel iktisat da denebilir. Karşı çıktığı iktisadi anlayış ise klasik iktisat anlayışı yani kapitalizmdir. Marksist iktisat klasik iktisadı kapitalizmin bilimi olarak görmektedir.

Marksist iktisadın temel özellikleri, emek değer teorisi, tarihsel materyalizm, sınıf çatışması ve kamusal mülkiyettir.

Marksist iktisat birbiriyle bağlantılı bir takım özelliklere sahiptir. Bunlar; *emek değer teorisi, tarihsel materyalizm, sınıf çatışması* ve *kamusal mülkiyettir* (toplumculuktur). Bu özelliklerin başında emek değer teorisi gelmektedir. Emek değer teorisi, kâr oranını ve fiyatları belirlemektedir. Değerin kaynağının emek olması, bu sistemin en önemli özelliklerinden biridir ve sistemin diğer özellikleri bu özelliğe bağlıdır. Emek değer teorisinin özü artı değer teorisidir. Artı değer, Marksist iktisadı belirlemektedir. Artı değer aynı zamanda kapitalizmin hareket yasalarını göstermektedir (Blaug, 1999, s. 216). Marks'ın değer teorisi basit mal üretimi sistemi

tadır, gerçekte ise üretici egemenliği vardır. Yani seri üretim yapan modern büyük şirketler, bunca yatırımlarını tüketicilerin merhametine bırakacak kadar naif değildirler. Büyük şirketler tüketicileri yönlendirmektedirler. Üreticiler, tüketici kararlarını oluşturmaktadırlar. Bu duruma bağımlılık etkisi denmektedir (Galbraith, 1970; Levent, 2016, s. 104).

ile başlar. Basit mal üretim sistemi ile kapitalist üretim sistemi arasında önemli bir fark vardır. Basit mal üretiminde her üretici kendi üretim araçlarına sahiptir ve ürettiği malı piyasada satar. Mallarını para ile değiştirir, bu parayı tekrar mala çevirir. Marks, bu değişim sürecini mal (M) ve para (P) kelimelerinin baş harfleri ile şöyle göstermiştir: M-P-M. Kapitalist sistemde ise üretim araçları, kapitalistler tarafından sahiplenilmiştir; fakat işçiler tarafından kullanılır. Hiç bir şey üretmeyen kapitalist, üretim işlemini para ile başlatır. Üretim araçları olan malları ve emeği satın alır. Üretim işleminin tamamlanmasından sonra, malları tekrar paraya çevirir. Buna göre işlem P-M-P' şeklinde gelişir. P' zorunlu olarak P den büyük olmalıdır. Çünkü ancak bu şekilde üretimde bulunmak söz konusu olur. P ile P' arasındaki fark "artı değer"dir. Artı değer, kapitalistin değerini ve üretim işleminin amacını gösterir.

Artı değerin kaynağı, işçilerin belli bir dönemde üretmeyi başardıkları malların değeri ile üretim işlemi için kapitaliste sattıkları emek gücünün değeri arasındaki farktır. Artı değerin ne olduğunu anlamak için işçinin, kapital malları biriktirmeye gücü yetmediği için, kendi emek gücünü kullanamadığı bu nedenle de emek gücünü işverene satmaktan başka seçeneği olmadığını bilmek gerekir (Savaş, 2000, s. 479).

Marksist iktisadın bir diğer özelliği diyalektik materyalizmdir. Marks, diyalektik materyalizmi Georg Hegel, Ludwig Feuerbach ve Alman felsefesinin etkisiyle geliştirmiştir. Marks, Hegel felsefesinin tarih ve ilerleme teorisinden etkilenmiştir. Hegel'e göre tarih, toplum biliminin anahtarıdır. Tarih sadece olayların sıralanışını değil, aynı zamanda karşıt güçlerin gelişimini gösterir. Tarihte bir olay vuku bulur, ardından ona karşı bir tepki gelişir ve bu iki gücün mücadelesi sonucunda üçüncü bir ara güç oluşur. Bu teoriye tez, antitez ve sentez şeklinde özetlenen tarihsel diyalektik denir. Hegelci anlamda tarih bu şekilde ilerler.

Marks Hegel'i eleştirmesine karşın onun söz konusu tarihsel diyalektik düşüncesinden etkilenmiştir. Hegel'in tarihsel diyalektik teorisini Feuerbach'ın materyalist doktrini ile modifiye etmiştir. Feuerbach, materyalizmi tüm bilimlerin temeline yerleştirmiştir. Feuerbach'a göre tüm tarih, bilinçsiz eylemlere karşı bilinçli insan eylemlerinin sürecidir. Din ve felsefe de bilinçsiz birer eylem alanı ve gerçek dışıdırlar. Feuerbach hem dini hem de felsefeyi "kendi kendini yabancılaştırmanın" (self-alienation) bir biçimi olarak algılamıştır.

Marks, Hegel'in tarihsel diyalektiğiyle Feuerbach'ın materyalizmini birleştirerek "diyalektik materyalizmi" geliştirmiştir. Diyalektik materyalizm ekonomik alanla yani maddi yaşamla ilgilidir. Marks tarafından tarihin ekonomik yorumlanmasıdır. Üretim sadece tarihsel bir eylem değil, aynı zamanda ekonomik bir eylemdir. Marks için ekonomi üretim bilimidir. Diyalektik materyalizm tarih ve ekonominin buluştuğu yerdir (Ekelund ve Hebert, 1975, s. 171-172). Bu diyalektiğe göre emek ve sermaye arasında uzlaşmaz bir çelişki mevcut-

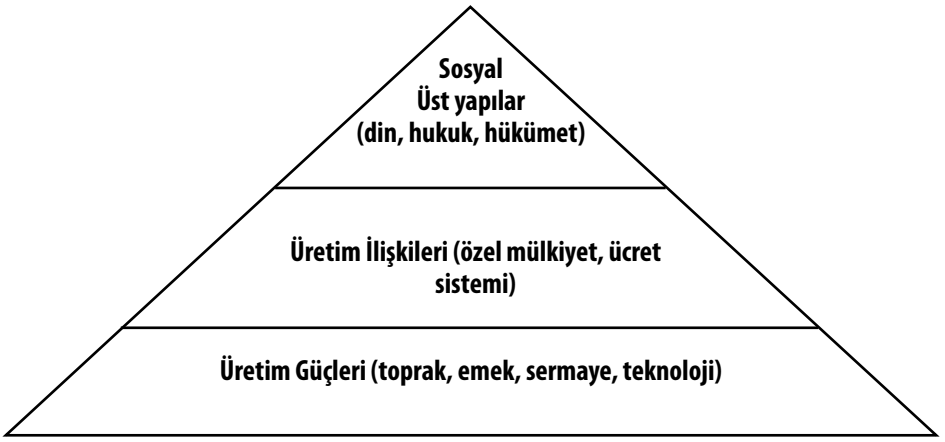
tur. Sermaye birikmiş emektir. Aynı zamanda sermaye, işçinin ürettiklerinin elinden alınması, kendi emeğinin bir başkasının mülkiyeti şeklinde karşısına çıkması ve varoluşu ile etkinliğinin araçlarının kapitalistin ellerinde toplanmasıdır (Marx, 2000, s. 21). Bu nedenle emek ve sermaye arasında yani emeği temsil eden işçi ve sermayeyi temsil eden kapitalist arasında uzlaşmaz bir çelişki vardır.

Marks'ın proletarya kuramı, burjuvazinin kahramanlık döneminde Batı düşüncesinde hâkim olan üç akımın, Hristiyanlığın, Hegelciliğin ve bilimciliğin çarpıcı bir biçimde tek bir sistemde birleştirilmesi ve yoğunlaştırılmasıdır. Bu sistemin anahtarı Hegelciliktir (Gorz, 1986, s. 14).

Marksist iktisadın tarihsel materyalizmle doğrudan ilintili olan bu özelliği, sınıf çatışmasıdır. Marks'a göre bireyin çıkarları ile toplumun çıkarları çatışmaktadır. İşçiler (proletarya/proletariat) ile kapitalistlerin (burjuvazi/bourgeoisie) çıkarlarının çatışması tarihin motor gücüdür ve tarih sınıf savaşından ibarettir (Marx ve Engels, 2008, s. 33). İşçilerin kendi emekleri sonucu ürettikleri artı değere kapitalistlerin el koyması modern kapitalizmin en önemli özelliğidir ve sınıf çatışması buradan kaynaklanmaktadır. Devletin bağımsız bir güç olarak ortaya çıkışı da bu çatışmanın sonucudur.

Marksist iktisat temel olarak makroekonomik ilişkilerle ve özellikle de kapitalistler ile işçiler arasındaki gelir dağılımıyla ilgilenmektedir. Gelir dağılımında adaletin sağlanması için topluma bireyden daha fazla önem atfetmiştir. Çünkü artı değeri üreten emeğin toplumsal yönüdür, yani işçilerdir. Bundan dolayı özel mülkiyete karşı çıkarak adaletli bir gelir bölüşümü için kamusal mülkiyeti benimsemiştir. Bu yönüyle Marksist iktisadın gelir dağılımı ve emek değer teorisi ahlaki içerikli değil; ekonomik içeriklidir (Blaug, 1999, s. 227).

Marksist sisteme göre modern toplumda dinamik ve statik güçler mevcuttur. Modern dönemde iş bölümünün geliştiği "üretim güçleri" dinamiktir. Emek, toprak, sermaye ve teknoloji dinamik üretim güçleridir. Bu güçler sosyal yaşamı değiştirmektedir. Kapitalist oyunun kuralları esasen statiktir ve mülkiyet ilişkileri ve insan ilişkilerinden oluşur. Mülkiyet ilişkileri insanlar ve şeyler arasındayken; insan ilişkileri insanlar ve insanlar arasındadır. Tüm bu ilişkiler toplumun ekonomik yapısını oluşturmaktadır (Ekelund ve Hebert, 1975, s. 173-174). Bu durum şekil 1'de gösterildiği şekliyle toplumun statik ve dinamik güçlerine gönderme yapmaktadır. Üretim güçleri veya genel olarak ekonomi, toplumun dinamik gücüdür. Yani toplumun alt yapısıdır. Din, hukuk ve siyaset ise toplumun statik güçleri, üst yapı kurumlarıdır.



Şekil 1. Toplumun statik ve dinamik güçleri

Kaynak: Ekelund ve Hebert (1975, s. 174).

Marksist İktisadın İş Ahlakı Yaklaşımı

Genel olarak Marksist iktisadın iş ahlakına yaklaşımı iki şekildedir. Birincisi, iş ahlakının olması imkânsızdır. Çünkü Marksizme göre kapitalizm, etik olmayan davranışlar üzerine kuruludur ve kapitalistler açgözlüdür. İkincisi, iş ahlakı kapitalist üretim süreciyle ilgisizdir. Firmaların ya da iş adamlarının ahlaki veya ahlaki olmayan davranışlarına yoğunlaşmak kapitalizmin sistematik günahlarının görmezden gelinmesi manasına gelmektedir. Yani ilgisiz bir uğraştır iş ahlakı. Marksizme göre iş ahlakı kapitalist sistemin meşrulaştırıcısıdır (Shaw, 2009, s. 566).

Marksizme göre iş ahlakı kapitalist sistemin meşrulaştırıcısıdır.

Marks'ın bir ahlak teorisinin olup olmadığı şüphelidir. Çünkü Marksizmin ahlaka bakışı paradoksaldır. Bir yandan, ahlakın, ideolojinin bir biçimi olduğu, dolayısıyla toplumsal kökeni ve yanıltıcı içeriğiyle sınıf çıkarlarına hizmet ettiği; hem kapitalizme hem de politik iktisada yönelik Marksist eleştirilerin ahlaki değil, bilimsel nitelikte olduğu iddia edilmektedir. Diğer yandan, Marks'ın ve Marksist yazıların, örtük ve açık bir biçimde ahlaki yargılarla dolu olduğu görülmektedir. Engels'in İngiltere'de İşçi Sınıfının Durumu adlı eseri buna örnektir (Lukes, 1998, s. 19-20).

Genel olarak Marks'ın ve Marksizmin ahlak ile ilgili görüşleri iki kategoride toplanabilir. Söz konusu görüşlerden birincisine göre Marks'ın kapitalizm eleştirisinde ya da kapitalizmin üstesinden gelecek savunmasında ahlaki sorunlar önemli rol oynamaz. Marks'a göre ahlaki kavramlar, üretim tarzının varlığıyla esastan bağlantılıdır. Ahlak, üretim güçleri ve üretim ilişkilerinin bir kompozisyonudur. İşçiden artı değerin alınması kapitaliste göre adildir. Bu yönüyle kapitalist açısından kapitalizm gayet ahlaklıdır. İkinci görüşe göre ise

Marks için kapitalizm adaletsiz ve ahlaksız bir sistemdir. Ona göre sosyalizm ve komünizm kapitalizmden daha ahlaklı sistemlerdir. Bu görüşü savunanlar için Marks ahlakı, kapitalizmi devirmek için kullanmaktadır ve artı değere el konulmasını ahlaksız bir durum olarak görmüştür. Yani bu görüşe göre ahlak, Marks için araçsal bir öneme sahiptir (Massey, 1982, s. 304).

Marksizm özelde ahlaka genelde de felsefeye karşıdır.

Özelde iş ahlakı genelde de ahlak, felsefi kavramlardır. Marksizmin felsefeye bakışı ise muhaliftir. Marksizme göre spekülatif felsefe maddi yaşamın anlaşılmasını engellemektedir. Yani tarihin bir sınıf savaşından ibaret olduğunu perdeleyen bizzat spekülatif felsefedir. Dolayısıyla Marksizm, felsefeye ve felsefi bir kavram olan ahlaka karşıdır. Karşıtlık, sınıf mücadelesinin ve kapitalistlerce artı değerine el konulan işçilerin sömürülmesinin, yanlış bilinç oluşturan felsefeden kaynaklanıyor olduğu düşüncesinden gelmektedir. Bu yorumun yapılmasında Marksizmin modern bir ideoloji olmasının büyük bir payı vardır. Çünkü Marksizm felsefe yerine bilimle kendini var eden bir ideolojidir. Bilimselleştiği müddetçe dünyayı değiştireceğine ve maddi gerçekliği daha iyi anlayacağına inanmış bir ideolojidir. Bu durumu Etienne Balibar (2010, s. 10) şu şekilde ifade etmektedir: Marks'ın teorik düşüncesi, kendini felsefeye bir alternatif, bir felsefe olmayan, hatta bir anti-felsefe olarak sunar. Belki de Marks modern çağın en büyük anti-felsefecisidir. Marks'ın gözünde, Epikür ve Feuerbach gibi şu veya bu derecede muhalif materyalistler de dâhil, Platon'dan Hegel'e kadar bütün bir geleneğin okulunda öğretildiği hâliyle felsefe, açıkça dünyayı kişisel yorumlama girişiminden başka bir şey değildir. Bu ise en iyi hâlinde dünyayı olduğu gibi bırakmaya, daha kötüsü onu güzel göstermeye yöneltmiştir.

Marks, *Feuerbach Üzerine Tezler*'de felsefeye bakışını şöyle özetlemiştir: Filozoflar dünyayı yalnızca değişik biçimlerde yorumladılar, sorun onu değiştirmektir (Marks ve Engels, 2010, s. 24). Fikirlerin, anlayışların ve bilincin üretimi, her şeyden önce doğrudan doğruya insanların maddi faaliyetine ve karşılıklı maddi ilişkilerine (verkehr), gerçek yaşamın diline bağlıdır. İnsanların anlayışları, düşünceleri, karşılıklı zihinsel ilişkileri, bu noktada onların maddi davranışlarının dolaysız ürünü olarak ortaya çıkar (Marks ve Engels, 2010, s. 44-45). Marks için felsefe, daima dinin ve siyasetin uzlaştırıcı fikirlerinin tercümesi veya yorumundan başka bir şey değildir. Bundan dolayı kurtuluş, felsefede değil; kökü bireylerin ve onların toplumsal ilişkilerinin maddi varlığında bulunan koşulların devrimindedir. Marks'ın isteği özgürleşme ve erginleşmenin gerçekleşmesi için felsefeden kesin bir çıkıştır (Balibar, 2010, s. 29). Bu yönüyle Marks'ın felsefeye ve de ahlaka bakışı, felsefenin ve ahlakın maddi ilişkilerin anlaşılmasını engelleyen birer spekülasyon olmalarıdır. İş ahlakı da Anglosakson felsefenin bir sonucu olduğundan dolayı bu eleştiriden payını fazlasıyla almaktadır.

İş ahlakının Marksist iktisat ile doğrudan bir ilişkisi olmamasına karşın Marksizm bir büyük (grand) teori olduğundan dolayı iş ahlakını da emek değer teorisi bağlamında değerlendirmektedir. Yani her şeyi emek değer teorisi ile açıklamaya çalışan bu yaklaşım, iş ahlakını da emek değer teorisi etrafında sermaye ve emek arasındaki çelişkinin bir yansıması şeklinde okumaktadır. Buradaki sorun, iş ahlakının ne olup olmadığı veya iş ahlakına ait literatürün bilinip bilinmemesi değil; Marksizmin her şeyi açıklayan analiz araçlarına sahip olduğunu iddia etmesidir. Bu analiz araçlarıyla Marksizm hiçbir şeyi analiz dışında bırakmamakta, her şeyin özüne hükmettiğini iddia etmektedir.

Marksizme göre iş ahlakının varlığı kapitalist sistemi devam ettirmeye yöneliktir. Çünkü iş yaşamındaki sorunları çözmeye yönelik hem teorik hem de pratik çabalar doğal olarak kapitalizmin devamını sağlayacak, dolayısıyla da bu devamlılık kapitalistin faydasına uygun olacaktır. Bundan ötürü iş ahlakı, teorik olarak maddi ilişkilerin anlaşılmasını engelleyen bir özelliğe sahip olduğu ve pratik olarak da iş yaşamındaki kapitalistlerin çıkarlarına hizmet ettiği için Marksist sistemce eleştiriye maruz kalmaktadır.

Kurumsal İktisat ve İş Ahlakı

Kurumsal iktisat, Amerika'da ortaya çıkan bir iktisadi düşünce okuludur.

Kurumsal iktisat, Amerika Birleşik Devletleri'nde 20. yüzyıl başında ortaya çıkan iktisadi düşünce okuludur. Thorstein B. Veblen (1857-1929), John R. Commons (1862-1945), Wesley C. Mitchell (1874-1948) ve Clarence E. Ayres (1891-1972) bu okulla özdeşleşmiş isimlerdir. Bu okul, 19. yüzyıl sonundan başlayarak gerçekleşmekte olan kapitalizmin yapısal dönüşümünü dikkate almaktadır. Ayrıca kurumsal iktisat, tekelci şirketleri, sendikal oluşumları, devletin iktisadi etkinliklerini ve belirsizliğin neden olduğu ekonominin denge dışı seyrini kuramsallaştırmayı amaçlamıştır (Özveren, 2007, s. 22-23).

Kurumsal iktisat kavramını ilk kez Walton H. Hamilton 1919 yılında Amerikan Ekonomi Derneği Konferansı'nda sunduğu Ekonomik Teoriye Kurumsal Yaklaşım (The Institutional Approach to Economic Theory) adlı çalışmada kullanmıştır (Hodgson, 2004, s. 6).

Kurumsal iktisat veya Amerikan kurumsal iktisadı, iktisadi sistemlerin ve süreçlerin temelini bireylerin değil, kurumların oluşturduğunu ve bireylerin bu kurumların etkisinden bağımsız olarak ele alınamayacağını savunan yaklaşımların genel adıdır (Demir, 1996, s. 64).

Kurumsal iktisadın kurucusu kabul edilen Veblen'in endüstri-işletme ikilemi, kapitalist sistemin değerlendirilmesi açısından önemli bir yere sahiptir. Veblen'e göre endüstri, özünde üretimsel bir mühendisliğe yakın fiziksel bir kav-

ramdır. İşletme ise doğrudan kâr amaçlı kapitalist bir örgütlenme biçimidir. İşletme anlayışı kendi kâr amacı doğrultusunda endüstrinin fiziksel üretim gücünü boyunduruğuna alır. Kapasite kullanımını düşürüp fiyatları yüksek tutmayı yeğleyerek üretime "sabotaj" denilen bir sekte vurur (Özveren, 2007, s. 26).

Kurumsal iktisada adını veren en önemli kavram kurumdur. İktisat terminolojisindeki kurum kavramı ile sosyal bilimlerdeki kurum kavramı birbirinden farklı anlamlara gelmektedir. Kurumsal iktisat literatüründe kurum kavramı, geçmişten kaynaklanan ve insan topluluklarını geleceğe taşıyan istikrarlı davranış tarzlarını ve düşünce alışkanlıklarını ifade etmektedir. Kurumsal iktisattaki kurum kavramı, hastane ve okul gibi kurumlar ile aynı anlamı ifade etmemektedir. Kurumlar; alışkanlıklar, kurallar ve bunların evrimleriyle ilgilidir (Levent, 2016, s. 31).

Kurumsal iktisada göre kurum, düşünce alışkanlıklarıdır.

Douglass North'a göre kurumlar, bir toplumda oynanan oyunun kurallarıdır. Formel bir anlatımla, insanlar arasındaki etkileşimi biçimlendiren, insanların getirdiği kısıtlamalardır. Kurumlar sonuç olarak, etkileşimin teşvik unsurlarına belli bir yapı kazandırırlar. Teşvik siyasi, ekonomik veya toplumsal olabilir. Kurumsal değişim, zaman içinde toplumların nasıl evrimleştiğini belirler; bundan ötürü de tarihsel değişimi anlamanın anahtarını oluşturur (North, 2002, s. 9).

Kurumsal iktisat, 1970'lerden sonra, orijinal kurumsal iktisat ve yeni kurumsal iktisat şeklinde ikiye ayrılarak incelenmektedir. Orijinal kurumsal iktisat, kapitalizm ve ortodoks iktisat karşıtlığı ile anılırken; yeni kurumsal iktisat, böyle bir karşıtlıktan ziyade ortodoks iktisatla gösterdiği uyumla öne çıkmaktadır. Orijinal kurumsal iktisat, Thorstein Veblen, John Commons ve John Kenneth Galbraith gibi iktisatçılar ile özdeşleşmişken; yeni kurumsal iktisadın öncüleri Ronald Coase, Oliver Williamson, Douglas North ve Harold Demsetz gibi isimlerdir.

Yeni kurumsal iktisat, neoklasik teorinin, kıtlık ve rekabet gibi varsayımlarını kullanmaya devam ederek, fakat rasyonalite ve tam bilgi gibi varsayımlarını reddederek yerine sınırlı rasyonalite, eksik sözleşmeler, işlem maliyetleri, mülkiyet hakları ve fırsatçılık gibi yeni kavramlarla farklı bir metodolojik perspektif sunmayı başarmıştır. Yeni kurumsalcı gelenek, neoklasik teoriyi büsbütün eleştirip reddetmek yerine, bazı özellikleriyle ilgilenip ana disiplin içinde kalmayı başararak, eski kurumsalcı gelenekten ayrılmaktadır. Yeni kurumsal iktisat, bir kurumlar ve organizasyonlar analizidir. İktisadi performansın analizinde kurumsal yapıyı terminolojik dil ve yeni bir perspektifle iktisadi araştırmaların merkezine taşımıştır (Çetin, 2012, s. 44).

Kurumsal İktisadın Temel Özellikleri

Kurumsal iktisadın en temel özelliği, faydasını maksimize eden birey varsayımı yerine kurumsal ve kültürel çevreden etkilenen birey düşüncesidir. Bu düşünce, Veblen'den Galbraith'a kadar tüm kurumsal iktisatçıların üzerinde ittifak ettiği ve kurumsal iktisadı diğer iktisadi düşünce okullarından ayıran en temel özelliktir (Hodgson, 2001, s. 98).

Kurumsal iktisadın göze çarpan diğer başlıca özellikleri ise hem piyasa ekonomisine hem de bunun kendi kendini düzenleyen bir mekanizma olduğunu ifade eden piyasa ekonomisinin baskın ekolü olan neoklasik iktisada tepki olarak doğması ve kurumsal iktisadın Amerikan pragmatizminin bir tezahürü olarak, problem çözme yöntemine sahip olmasıdır (Demir, 1996, s. 66).

Kurumsal iktisat bir karşı çıkış iktisadıdır. Karşı çıktığı şey kapitalizmdir.

Kurumsal iktisat bir karşı çıkış iktisadıdır. Kapitalizme ve ortodoks iktisada karşıttır. Evrimci ve bütüncül ekonomi anlayışına sahiptir. İktisat yaparken metafizik, teleolojik, ortodoks veya doktriner yaklaşımların yerine gerçeklik sorununu öne çıkarmaktadır. İktisadi sistemin denetim ve organizasyon sorununun merkezîliğini ve bu konuda inanç sistemlerinin, seçici algının ve yasal iktisadi bağlantıların önemini kabul etmektedir. Mutlakçı (absolutist) olgu ve hakikat iddialarına karşı yorumlamanın önemi ile inanç ve dilin yorumsamacı karakterini kabul eder. Sosyal yapısalcılık ve karmaşık bir biçimde işleyen süreçlerin önemini savunur. İktisadi performansın üretilmesinde genelde kurumların özelde de piyasaların işleyişini yönlendiren ve biçimlendiren yasal kurumların önemini vurgulamaktadır. Neoklasik iktisadın kabul ettiği optimum genel denge çözümlerinin ciddi sınırlılıklar içerdiğini kabul etmektedir. Sosyal yapı ve süreçlerin karşılıklı ilişkileri ve sonuçları dikkate alındığında teknolojinin önemini görmektir (Samuels, 1995, s. 343-344).

Kurumsal iktisadın bir diğer özelliği, disiplinler arası bir niteliğinin bulunmasıdır. Kurumsal iktisatçılar, ekonomik fenomeni sadece bir disiplinin çalışma alanı olarak görmezler. Ekonomik fenomen incelemesi, ekonominin yanında psikoloji, antropoloji, sosyoloji, tarih ve diğer disiplinlerin yaklaşımlarını da gerektirmektedir. Kurumsal iktisatçılar, ekonomi incelemesini, gerçek dünyayı anlama ve açıklama girişimi olarak kabul ederler. Bundan ötürü ekonomik bir fenomenin anlaşılması çok yönlü bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır (Hodgson, 2004, s. 5).

Kurumsal İktisadın İş Ahlakı Yaklaşımı

İşletmeyi bir kurum olarak kabul eden yeni kurumsal iktisat, işletme sorunları ile doğrudan ilgilenerek iş ahlakı ile yakın ilişkiler kurmaktadır. Yeni kurumsal iktisat çerçevesinde gelişen işletme yönetişimi ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramları iş ahlakı yaklaşımının kurumsal iktisat içerisinde gelişmesini

sağlamıştır. 1970'lerden sonra gelişen şirket yönetişimi ve iş ahlakı arasında sıkı bir ilişki mevcuttur. Modern şirket içerisinde var olan hissedar-yönetici ve yönetici-çalışan şeklindeki ayrımlar ve bunlar arasındaki iş ilişkileri ile şirket karar alma mekanizmasının işleyişi, iş ahlakının öncelikli konularıdır. Söz konusu bu ilişkiler kurumsal iktisat çerçevesinde incelenmelidir. Çünkü iş ahlakı incelemesi, organizasyon ahlakı incelemesini gerektirmektedir. İktisadi işlemlerin performansı için yönetişim yapısının ahlaki karakteri kurumsal bir analize ihtiyaç duymaktadır. Girişim ve yönetim performansındaki ahlaki değerler iş ahlakının önemli yönleridir (Wieland, 2000).

Yeni kurumsal iktisat çerçevesinde gelişen işletme yönetişimi ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramları iş ahlakı yaklaşımının kurumsal iktisat içerisinde gelişmesini sağlamıştır.

Modern işletme yönetiminde kontrolün hissedardan yöneticiye geçmesi, karar alma mekanizmalarında bir gerilim doğurmuştur. Bu gerilim işletme içi görev tanımlarında iki kategorinin oluşmasına neden olmuştur: Birincisi, yasal yükümlülüktür. Yasal yükümlülük, işletme faaliyetlerinde yöneticilerin görevlerinin yasal zeminini oluşturmaktadır. İkincisi ise vefa borcudur. Vefa borcu, yöneticiler ile hissedarlar arasındaki çıkar çatışmasını göstermektedir. Hissedar ve yönetici düzeyinde görülen bu anlaşmazlık, işletme içi karar alma mekanizmalarının gözden geçirilmesini zorunlu kılmıştır. Örneğin, işletmenin yeni alanlarda yatırım yapmasına işletme hissedarları mı yoksa işletme yöneticileri mi karar vermektedir? İşletme içindeki bu iki kategorinin sonucunda oluşan yeni karar alma süreçleri, işletme yönetişimi kavramını ortaya çıkarmıştır (Scott, 1984, s. 136; Shleifer ve Vishny, 1997).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını herhangi bir organizasyonun hem iç hem de dış çevresindeki tüm paydaşlara karşı "etik" ve "sorumlu" davranması, bu yönde kararlar alması ve uygulaması şeklinde tanımlamak mümkündür. Kurumsal sosyal sorumluluk denildiğinde bundan genellikle bir işletmenin sürdürülebilir büyüme temel hedefine yönelik olarak doğayı ve çevreyi koruyacak önlemler alarak üretimde bulunması anlaşılmaktadır. Bu eksik bir tanımlamadır. Bir işletmenin çevreye ve topluma karşı sorumlulukları yanı sıra doğrudan ve/veya dolaylı ilişki içerisinde bulunduğu ve işletme kararlarından ve faaliyetlerinden ciddi olarak etkilenebilecek tüm paydaşlara karşı sorumluluğu bulunmaktadır (Aktan ve Börü, 2007, s. 13).

Çalışma boyunca konu edilen üç iktisadi sistem, iş ahlakının temel sorunlarına köklü çözüm önerileri getirememektedir. Sosyal güven, kurumsal sorumluluk, fiyatların piyasada adil bir şekilde oluşması, yoksullukla mücadele, gelir dağılımında adalet gibi iş ahlakının başlıca sorunları, bu üç sistemin dışında yeni ve farklı bir bakış açısıyla çözümlenecek konulardır. Bu sorunların çözümlenebilmesi için ahlak temelinde karşılıklı yardımlaşma, güven, çevreye duyarlılık gibi değerlerin güçlenmesine ihtiyaç vardır.

ÖRNEK OLAY

%56 kamu mülkiyeti ve %44 özel mülkiyetten oluşan bankacılık yasalarına tabi X bankada yılsonu yapılan inceleme sonrasında yolsuzluk skandalının bulunduğu saptanmıştır.

Soru: İktisadi liberalizm ve Marksist iktisat gibi iktisadi sistemlere göre bu skandal nereden kaynaklanmaktadır ve bu sorunun çözümü nasıl olmalıdır?

İslam İktisadı ve İş Ahlakı

20. yüzyılın ortalarında Pakistan'da İslam iktisadı olarak bilinen bir yazın ortaya çıkmıştır. Bu yazının amacı, Kur'an ve İslami geleneğe uygun bir iktisadi düzen sunmaktır. Söz konusu iktisadi düzeni savunanlara göre, İslam iktisadı, sosyalizm ve kapitalizm gibi iki iktisadi sistemin zaaflarından muaf olmakla birlikte bu iki sistemin güçlü yanlarını bünyesinde taşımaktadır. İslam iktisadının ayırt edici özellikleri ise faiz yasağına sahip olması, bir gelir dağılımı sistemi olarak zekâtı savunması ve iktisadi kararların İslami bir ahlaki süzgeçten geçirilme zorunluluğudur. Bu yönleri ile İslam iktisadı, 1970'li yıllardan sonra uygulamaya geçirilmiştir. Uygulama sonuçları İslami finans adında bir alanın oluşmasını sağlamıştır. İslami finans içerisinde geleneksel bankacılığa alternatif olarak faizsiz işlem yaptıkları ve dolayısıyla ahlaki açıdan görece üstün olduklarını iddia eden İslam bankaları bulunmaktadır (Kuran, 2002, s. 73-75).

İslam iktisadının söz konusu üç özelliği iş ahlakı için ciddi perspektifler ortaya koymaktadır. Faiz yasağı tefeciliği ve haksız kazancı önlerken; zekât gelir dağılımında adaleti oluşturmayı ve yoksulluğu azaltmayı hedeflemektedir. Özellikle iktisadi kararların İslam ahlak süzgecinden geçirilme zorunluluğu ise; "iyiliği emredip kötülüğü yasaklamakta", israftan, savurganlıktan ve gösterişten uzaklaşmayı emretmekte, cömertliği teşvik etmekte, bireyleri çalışmaya sevk etmekte, fiyatların adil oluşmasını sağlamakta ve başkalarının hakkını yememeyi öğütlemektedir. Bu yönleriyle İslam iktisadı perspektifiyle oluşan iş ahlakı, sadece Müslüman toplumlar için değil; aynı zamanda yeryüzünde yaşayan Müslüman veya Müslüman olmayan tüm insanlar için ideal bir çalışma ve toplum tasarımı sunmaktadır. İktisadi adaletin sağlanması, zenginliğin birkaç kişi elinde toplanmaması, haksız kazanç elde edilmemesi gibi ilkeler İslam iktisadının temel hedefleri olmakla birlikte iş ahlakına da önemli açılımlar getirmektedir. İslam iktisadının norm temelli söz konusu yaklaşımı iş ahlakı için sayısız imkânlar sunacaktır (Javanpour ve Norouzi, 2014). İslam iktisadının norm temelli iş ahlakı yaklaşımına ahilik kurumu örnek gösterilebilir. Ahilik kurumu yaklaşık bin yıldır Anadolu'daki Müslümanların sosyal, ekonomik, dinî,

ahlaki, kültürel ve politik hayatlarında önemli fonksiyonlarını yerine getirmiştir. Bu kurum iş yaşamının ahlaki ilkelere dayandırılması, böylece işletmelerin sorumsuz ve ahlak dışı uygulamalarından kaynaklanan sorunların önlenmesi bakımından önemlidir (Bektaş, 2015, s. 343). İslam iktisadının norm temelli bir iş ahlakı gerçekleştirebilmesi için İslam iktisadının İslami finanstan kurtularak tekrar ahlak temelli bir yaklaşıma kavuşması gerekmektedir.

Sonuç

İktisadi sistemlerin iş ahlakına yaklaşımı, söz konusu sistemlerin dünya görüşleri ve kapitalizm anlayışları ile ilgilidir. Modern kapitalizm olarak iktisadi liberalizm, iş ahlakına yaklaşımını kapitalist sistemi savunmak şeklinde ortaya koymaktadır. İş dünyasındaki sorunları, gereksiz devlet politikaları ve bireylerin ihmalkârlığında aramaktadır. Modern kapitalizme karşıt olan Marksist iktisat ise iş ahlakına da karşıtlık şeklinde konumlanıp ve iş ahlakını gereksiz bir çaba olarak görürken; iş dünyasındaki temel sorunların kapitalizmin doğasından kaynaklandığını iddia etmektedir. Kurumsal iktisat da bir karşı çıkış iktisadı olduğu için kapitalist sistemi mahkûm etmekte ve ortodoks iktisadın kurumları görmezden gelen yaklaşımını eleştirmektedir. Kurumsal iktisat, işletmeleri de birer kurum olarak değerlendirip organizasyon teorisi bağlamında iş ahlakına yaklaşmaktadır. Dolayısıyla kurumsal iktisada göre modern iktisatta kurumsal bir analiz yapılmadığı için işletme sorunları da layıkıyla ele alınmamaktadır.

Politik iktisat çerçevesinde bir iş ahlakı yaklaşımı önemlidir. Çünkü politik iktisadın güç analizi ve eleştirel okuması, iş ahlakı ile ilgili yazını geliştirecektir. İş ahlakı ve politik iktisat çalışmaları için tarih, güç ve eleştiri başlangıç noktalarıdır; fakat bunlar yeterli değildir. Tarihin, gücün ve eleştirinin analiz edilmesi araştırma sahasının genişlemesi demektir. Örneğin sosyal normların ahlaki bilinci etkilemesi ve iş kararlarının bunun sonucunda oluşması, bir tarih incelemesi gerektirmektedir. Bu durum, çok yönlü politik iktisadın iş ahlakı incelemesindeki önemini göstermektedir. İktisadi sistemler bağlamında yeni emprik ve teorik çalışmalara ihtiyaç vardır. Teorik çerçeve ve kavramlar olmadan yapılan çalışmalar kafa karışıklığına sebep olacaktır (Lie, 2016, s. 371-372). İktisadi sistemlerin anlaşılması, politik iktisat ve heterodoks iktisat okulların doğasının bilinmesi ve iş ahlakının hangi düşünsel zeminde geliştiğinin anlaşılması için önem arz etmektedir.

Marksist iktisat ve kurumsal iktisat, şu an için modern kapitalizm içerisinde uygulama imkânı bulamadıklarından dolayı birer eleştiri çerçevesi ve alternatif teoriler olarak kalmaktadırlar. Bundan ötürü iş ahlakı ile ilgili yaklaşımları, şimdilik uygulama şansı bulmamaktadır. Fakat mevcut sorunları göstermeleri

açısından yine de önem arz etmektedirler. İktisadi liberalizm ise modern kapitalizmin baskın düşüncesi olması nedeniyle iş ahlakı ile ilgili düşünceleri daha çok önem kazanmaktadır. Fakat iktisadi liberalizmde bir sistem analizi (kapitalizm analizi) ile konuya yaklaşmadığı için tekil olaylar üzerinden iş ahlakını ele almakta ve sorunun özüne dokunmamaktadır. İş dünyasındaki sorunlar sadece yanlış hükûmet politikalarına dayandırılmayacak kadar büyüktür. Muhakkak ki yanlış hükûmet politikaları iş dünyasındaki sorunları arttırmaktadır, ama iş dünyasındaki tek sorun bu değildir. Kâra odaklı bir iş tanımı ve insan tiplemesi de bu sorunları oldukça karmaşıklaştırmaktadır. Kapitalist sistemden kaynaklanan sorunları görmezden gelerek iş dünyasının daha adil ve ahlaklı olmasını beklemek, büyük oranda, sorunların üzerini örtmek anlamına gelmektedir. Piyasa şartlarının ve rekabet kurallarının belirlenmesi ile iş ahlakı sorunları çözülememiştir. Kısacası kapitalizm sonsuza kadar devam edecek mutlak bir sistem değildir. Bundan ötürü, şayet bu sistem daha insani bir şekilde ilerlemek istiyorsa, iş ahlakına ve iş ahlakının türediği normatif etik teorilere (yani sosyal normlara) sırtını dönmemelidir.

İktisadi sistemlerin Batı düşüncesi içerisinde geliştiği göz önüne alındığında Batı düşüncesinin dışında farklı coğrafyalarda yaşayan ve kendine has alternatif iktisadi sistemler oluşturmaya çalışan toplumlarda iş dünyasına yeni bir bakış açısının gerekliliği görülmektedir. Bu bakış açısının söz konusu toplumların tarihi ve kültürel birikimini ıskalamaması önem arz etmektedir. Çünkü sadece Batı düşüncesine yaslanarak oluşturulan yaklaşımların ilgili toplumun sorunlarına çözüm olamayacağı açıktır. Bu nedenle yeni ve daha gerçekçi bir iş ahlakı için mevcut iş ahlakı yaklaşımlarının mevcut iktisadi sistemlerle birlikte yeniden ve yeni bir bakış açısıyla ele alınmaya ihtiyacı vardır. Bu bağlamda İslam iktisadının yerinde bir alternatif olduğu görülmektedir. Çünkü Müslüman toplumların dini yaşamları iktisadi ve ticari ilişkilerine yansımaktadır. İktisadi ve ticari ilişkilerin İslam iktisadı tarafından şekillenmesi, Müslüman toplumların yaşadığı birçok iş ahlakı sorununun çözümüne yardımcı olacaktır. İslam iktisadının iyiliği emretmek, haksız kazancın oluşmasına engel olmak, fiyatların adil oluşmasını sağlamak ve çalışmayı sevk etmek türündeki ahlaki ilkeleri iş ahlakının aradığı temel ideallerdir. Böylece iş yaşamında bulunan insanlar, dinî referanslarıyla çelişmeden hem kazanç elde etmiş olacaklar hem de iş ilişkileri dinî kaidelere göre biçimlenecektir. İslam iktisadının genel hatları ile benimsenmesi iş ahlakının temel uğraş alanları olarak kabul ettiği iş ilişkilerine, sosyal sorumluluğa, sosyal güvene, mesleki dayanışmaya, tüketici haklarına ve çevresel duyarlılığa Müslüman toplumlarda daha gerçekçi çözümler getirmektedir.

Kaynakça

Aktan, C.C. ve Börü, D. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. C.C. Aktan (Ed.) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk-İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk* içinde (s. 11-36). İstanbul: İGİAD Yayınları.

Arrighi, G., Hopkins, T. K. ve Wallerstein, I. (2004). *Sistem karşıtı hareketler* (çev. C. Kanat, B. Somay ve S. Sökmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Balibar, E. (2010). *Marx'ın felsefesi* (çev. Ö. Laçiner). İstanbul: Birikim Yayınları.

Bektaş, Ç. (2015). İşletmelerde iş ahlakı, *Business & Management Studies: An International Journal*, 3(3), 327-363.

Bentham, J. (2011). *Yasamanın ilkeleri* (çev. B. Asal). İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

Blaug, M. (1972). Was there a marginal revolution?. *History of Political Economy*, 4, 269-280.

Blaug, M. (1999). *Economic theory in retrospect*. Cambridge: Cambridge University Press.

Brunkhorst, H. (2008). Sistem teorisi. W. Outhwaite (Ed.), *Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü* içinde (s. 665-668). İstanbul: İletişim Yayınları.

Bulut, E. (2011). *İş ahlakı ve neoliberal dönüşüm*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

Çaha, Ö. (2001). *Dört akım dört siyaset*. İstanbul: Zaman kitap.

Çetin, T. (2012). Yeni kurumsal iktisat. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları*, *45*(1), 43-73.

Demir, Ö. (1996). *Kurumcu iktisat*. Ankara: Vadi Yayınları.

Doucouliagos, C. (1994). A note on the evolution of homo economicus. *Journal of Economic Issues*, *28*(3), 877-883.

Dunfee, T. W. ve Donaldson, T. (1995). Contractarian business ethics: current status and next steps. *Business Ethics Quarterly*, 5(2), 173-186.

Eagleton, T. (2011). *İdeoloji* (çev. M. Özcan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ekelund, R.B., & Hebert, R.F. (1975). *A history of economic theory and method*. New York: McGraw-Hill Book Company.

Friedman, M. (2008). *Kapitalizm ve özgürlük* (çev. D. Erberk ve N. Himmetoğlu). İstanbul: Plato Yayınları.

Galbraith, J. K. (1970). *The affuent society.* Middlesex, WA: Penguin Books.

Gottlieb, M. (1953). The theory of an economic system. *The American Economic Review*, *43*(2), 350-363.

Gorz, A. (1986). *Elveda proletarya* (çev. H. Tufan). İstanbul: Afa Yayınları.

Gorz, A. (2007). *İktisadi aklın eleştirisi-çalışmanın dönüşümleri/anlam arayışları* (çev. I. Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hanson, P. (1971). East-west comparisons and comparative economic systems. *Soviet Studies*, *22*(3), 327-343.

Hardt, M. ve Negri, A. (2007). *Dionysos'un emeği-devlet biçiminin bir eleştirisi* (çev. E. Başer). İstanbul: İletişim Yayınları.

Hasnas, J. (1998). The normative theories of business ethics: a guide for the perplexed. *Business Ethics Quarterly*, *8*(1), 19-42.

Hayek, F. V. (1994). *Kanun, yasama faaliyeti ve özgürlük (kurallar ve düzen) I* (çev. A. Yayla). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Hayek, F. V. (2004). *Kölelik yolu* (çev. T. Feyzioğlu ve Y.Aslan). Ankara: Liberte Yayınları.

Hayek, F. V. (2013). *Özgürlüğün anayasası* (çev. Y. S. Çelikkaya). Ankara: Bigbang Yayınları.

Hodgson, G. M. (2001). From Veblen to Galbraith, what is the essence of institutional economics? In M. Keaney (Ed.), *Economist with a Public Purpose: Essay in Honour of John Kenneth Galbraith* (s. 95-114). London: Routledge.

Hodgson, G. M. (2004). *The evolution of institutional economics*. London: Routledge.

İşler, O. ve Yılmaz, F. (2011). Giriş. O. İşler ve F. Yılmaz (Ed.), *İktisadı Felsefeyle Düşünmek* içinde (s. 7-17). İstanbul: İletişim Yayınları.

Javanpour, A. ve Norouzi, D. (2014). Business ethics from the perspective of Islamic economics. *Marketing and Branding Research, 1*, 4-13.

Kline, W. (2006). Business ethics from the internal point of view. *Journal of Business Ethics, 64*, 57-67.

Kuran, T. (2002). *İslam'ın ekonomik yüzleri* (çev. Y. Tezgiden). İstanbul: İletişim Yayınları.

Levent, A. (2016). *Kapitalizm ve kurumlar - J. K. Galbraith'de tekno-strüktür analizi*. İstanbul: Matbu Yayınları.

Lie, J. (2016). Political economy and business ethics. *Asia Pacific Business Review*, 22(3), 366-373.

Lukes, S. (1998). *Marksizm ve ahlak* (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Massey, S. J. (1982). Marxism and business ethics. *Journal of Business Ethics*, *1*(4), 301-312.

Marx, K. (2000). *1844 el yazmaları* (çev. M. Belge). İstanbul: Birikim Yayınları.

Marx, K., & Engels, F. (2008). *The communist manifesto*. London: Pluto Press.

Marx, K., & Engels, F. (2010). *Alman ideolojisi (Feuerbach)* (çev. S. Belli). Ankara: Sol Yayınları.

Mill, J. S. (1965). *Faydacılık* (çev. Ş. N. Coşkunlar). İstanbul: Millî Eğitim Basımevi.

Mises, L.V. (2008). *İnsan eylemi* (çev. İ. Aktar). Anakara: Liberte Yayınları.

Moriarty, J. (2005). On the relevance of political philosophy to business ethics. *Business Ethics Quarterly*, *15*(3), 455-473.

North, C. D. (2002). *Kurumlar, kurumsal değişim ve ekonomik performans* (çev. G. Ç. Güven). İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.

Özveren, E. (2007). Kurumsal iktisat: aralanan karakutu. E. Özveren (Ed.), *Kurumsal İktisat* içinde (s. 15-45). Ankara: İmge Kitabevi.

Painter-Morland, M., & Bos, R. T. (2011). *Business Ethics and Continental Philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Rutherford, M. (2000). Institutionalism between the wars. *Journal of Economic Issues, 34*(2), 291-303.

Samuels, W. J. (1995). The making of a relativist and social constructivist. *Journal of Economic Issues*, *29*(2), 343-358.

Savaş, V. (2000). *İktisatın tarihi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Scott, K. E. (1984). Corporate governance and the new institutional economics. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, *140*, 136-152.

Sen, A. (1990). *On ethics and economics*. Cambridge: Basic Blackwell.

Shaw, W. H. (2009). Marxism, business ethics, and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, *84*(4), 565-576.

Shleifer, A. ve Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *The Journal of Finance*, *52*(2), 737-783.

Skousen, M. (2003). *Modern iktisadın inşası* (çev. M. Acar, E. Erdem ve M. Toprak). Ankara: Liberte Yayınları.

Torlak, Ö. (2013). İş ahlakı ve kapsamı. N. Tokgöz (Ed.), *İş Etiği* içinde (s. 52-68). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

Wallerstein, I. (2002). *Tarihsel kapitalizm* (çev. N. Alpay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Wieland, J. (2000). An institutional approach to business ethics. In P. Koslowski (Ed.), *Contemporary Economic Ethics and Business Ethics* (s. 245-255). New York: Springer.

Yayla, A. (2003). *Liberalizm*. İstanbul: Plato Yayınları.

Yılmaz, F. (2012). İktisat, kurumsal iktisat ve iktisat sosyolojisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları*, *45*(1), 1-17.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Frederick, R. E. (2002) *A companion to business ethics*. Oxford: Blackwell Publishing.

Friedman, M. (2008). *Kapitalizm ve özgürlük* (çev. D. Erberk ve N. Himmetoğlu). İstanbul: Plato Yayınları.

Gorz, A. (2007). *İktisadi aklın eleştirisi-çalışmanın dönüşümleri/anlam arayışları* (çev. I. Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Harrison, M. R. (2005). *An introduction to business and management ethics*. New York: Palgrave Macmillan.

Massey, S. J. (1982). Marxism and business ethics. *Journal of Business Ethics*, *1*(4), 301-312.

Sen, A. (1990). *On ethics and economics*. Cambridge: Basic Blackwell.

5

Tarihsel Perspektiften Türkiye'de İş Ahlakı Uygulamaları

Emir Kayacan

Tartışma Soruları

- Tarihsel süreçte iş ahlakı ilkelerini uyguladığını bildiğiniz bir kurum veya teşkilat var mıdır? Varsa bu kurum veya teşkilatın iş ahlakı ile ilgili uygulamaları nelerdir?
- Türkiye'deki iş ahlakı uygulamalarının sosyal ve kültürel temellerini oluşturan unsurlar nelerdir?
- Kamu görevlilerinin uyması gereken etik ilkeleri hangi kurul belirlemektedir?
- 1980 sonrası dönemde Türkiye'de iş ahlakı anlayışındaki değişimler nelerdir? Bu değişimler özel sektör firmalarının uygulamalarına nasıl yansımıştır?
- Türkiye'de iş ahlakı alanında çalışan sivil toplum kuruluşu var mıdır? Faaliyetleri nelerdir?

Giriş

Genel olarak ahlak ve özellikle iş ahlakına ilişkin günümüze kadar oluşan literatür incelendiğinde; konunun, uygulama kısmından daha çok teorik boyutuyla ele alındığı görülmektedir. Bu durum, iş ahlakının ilkelere dayalı bir konu olması itibarıyla doğal bir sonuç olarak kabul edilebilir. Nitekim ahlakın temellerini örf, âdet, gelenek ve dinî inançlardan gelen ilkeler ve kurallar oluşturmaktadır. Bununla birlikte iş hayatında hangi davranışların "iyi", hangi davranışların "kötü" olduğunu araştıran ve sorgulayan bir disiplin olan iş ahlakının esas hedeflerine ulaşabilmesi için; teorik ve felsefi düzeyde belirlenen kural ve kaidelerin uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir.

İş ahlakı; dürüstlük, güven, saygı, yardımlaşma, adalet gibi esaslara dayanan, iş ilişkilerinde bireylere yardımcı olan temel prensipleri ve arzu edilen tavır ve davranışları ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle, "uygulamalı bir alan" olan iş ahlakı, iş hayatında karşılaşılan ahlak temelli problemleri

incelemektedir (Börk ve Kavas, 2015, s. 91). Söz konusu problemlerin kapsamı ise oldukça geniştir. Örneğin, bir yöneticinin astına psikolojik taciz (*mobbing*) uygulaması veya terfi almak isteyen bir çalışanın haksız yollardan bu durumu sağlamaya çalışması önemli bir iş ahlakı sorunu olduğu gibi; bir satıcının ayıplı (hatalı) malı müşteriye sunması veya bir kamu görevlisinin rüşvet alması da benzer şekilde iş ahlakı problemidir. Konuyla ilgili örneklerden de anlaşıldığı üzere iş ahlakının ilkelerine sadece çalışma ilişkilerinde değil, mal veya hizmet alım-satım süreçlerinde de özen gösterilmesi gerekmektedir.

Modern anlamıyla iş ahlakı alanındaki tartışmaların yaygınlaşması, 1970'li yılların başına rastlamaktadır. İş ahlakı konusu, özellikle yirminci yüzyılın son çeyreğine doğru ekonomik ve sosyal alanda yaşanan çok yönlü kirlilik ve yozlaşma neticesinde ortaya çıkan ahlaki sorunlarla birlikte gündeme gelmiştir (Börk ve Kavas, 2015, s. 91). Bu dönemlere kadar uzun bir süre, siyaset ve kamu yönetimindeki yozlaşma, az gelişmiş ülkelere özgü bir hastalık olarak algılanmıştır. Ancak, 1970'li yıllarda Batı ülkelerinde yaşanan büyük yolsuzluklar, kamuoyunun dikkatinin ahlaki sorunlar üzerine yoğunlaşmasına neden olmuş; ahlaki kurallar ve standartlar ile bunları belirleyecek ve gözetecek düzenleyici ve denetleyici kurumların oluşturulması çabaları hız kazanmıştır. Söz konusu çabalara ulusal devlet kurumları ile birlikte sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşlar da dâhil olmuştur (Tabakoğlu, 2009, s. 219).

Batı toplumlarında son dönemlerde gündeme gelmesine karşın iş ahlakı, ekonomik hayatın var olduğu tarihin her döneminde önemini korumuştur. Bu duruma verilen en yaygın örneklerin başında; on üçüncü yüzyılda Anadolu'da ortaya çıkan, başta ekonomik olmak üzere kültürel, sosyal ve siyasal fonksiyonları bulunan Ahilik Teşkilatının prensipleri ve uygulamaları gelmektedir.

Tarihsel süreçte, meslek ahlakı kodları oluşturmuş, bu kodları çok keskin bir şekilde uygulamış ve sıkı denetim mekanizmaları sayesinde iş ahlakına uygun davranışların en güzel örneklerini vermiş olan Ahilik Teşkilatı, faklı disiplinler açısından uzun yıllardır incelenen bir kurum olmuştur. Literatürde, Ahilik Teşkilatının fonksiyonları ve ortaya koyduğu iş ahlakı ilkeleri ile ilgili pek çok eser yer almaktadır. (Tabakoğlu, 2009, s. 328). Bu nedenle, makalede öncelikle Ahilik Teşkilatı ve söz konusu teşkilatın iş ahlakı ilkeleri ile uygulamaları ele alınacaktır. Ahilik Teşkilatı tarafından oluşturulan ve yaklaşık olarak Osmanlı Devleti'nin son dönemlerine kadar iş ahlakı alanında geçerli olan bu ilke ve uygulamalar, günümüzde dahi pek çok mesleğin ahlak kodlarının oluşmasında ve davranışların biçimlenmesinde etkili olmaktadır.

Geniş bir biçimde Ahilik Teşkilatının konuya yaklaşımı incelendikten sonra, Türkiye'de iş ahlakı alanında gerçekleştirilen uygulamalar; özel sektör, kamu sektörü ve sivil toplum kuruluşları (STK) açısından metin içerisinde ayrı başlıklarda ele alınmaktadır.

Türkiye'de İş Ahlakı Uygulamalarının Sosyal ve Kültürel Temelleri

Tarihsel süreçte Türkiye'de iş ahlakını etkileyen belli başlı kaynaklar bulunmaktadır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde genellikle konunun "İslamiyet öncesi" ve "İslamiyet sonrası" olarak iki ayrı dönemde ele alındığı görülmektedir.

İslamiyet'in kabulünden önce kurulan Türk devletlerinin toplum yaşantısının düzenlenmesinde ve adaletin sağlanmasında ahlaki ilkeler ve inanç sistemleri etkili olmuştur. Ahlaki kuralların temelini ise töreler oluşturmuştur. Töreler ise sosyal hayatı düzenleyen ve geleneğe dayalı mecburi kurallar bütünü şeklinde tanımlanmaktadır (Kantarcı, 2007, s. 31).

Eski Türklerin toplumsal yaşam düzenine bakıldığında özellikle dinlerin etkisinin yüksek olduğu görülmektedir. Ahlaki ilkeler ve adalet kuralları, önemli ölçüde inanç sistemleri tarafından şekillenmiştir. Eski Türk medeniyetleri, İslamiyet'ten önce tanıdıkları Zerdüştlük, Manihaizm, Budizm ve Hristiyanlık gibi inançlar ve dinler aracılığıyla tek yaratıcı, ahiret, cennet, cehennem, melek, şeytan, ruhun temizliği ve kurban gibi kavramlara aşina olmuştur. Bununla birlikte, İslam dininde bulunan pek çok ahlak kuralının Eski Türk medeniyetlerindeki ahlak anlayışında da kabul gördüğü bilinmektedir (Akgemci ve Özgener, 2002, s. 47-48).

Geleneksel iş ahlakının gelişiminde özellikle İslam dininin etkileri yoğun bir biçimde görülmektedir. Bu tesir, söz konusu dönemde "hayat boyu eğitim merkezi" olarak nitelenen dergâhlar ve tekkeler aracılığıyla sağlanmıştır. Benzer biçimde, İslam dininin ahlaki kıstaslarını dikkate alan Ahilik Teşkilatı da Türkiye'deki iş ahlakı uygulamalarının altında yatan sosyal ve kültürel temellerin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Ayrıca; güçlü bir devlet teşkilatı, geleneksel toplum yapısı, sıkı aile bağları, denetim ve eğitim işlevlerini sağlayan vakıflar ve mahalle sistemi gibi faktörler de iş ahlakının temelini oluşturan diğer unsurlar olarak sıralanmaktadır (Zaim, 2012, s. 78).

Osmanlı Devleti'nden Günümüze Miras: İş Ahlakı Uygulamalarıyla Ahilik Teşkilatı

Türkiye'deki iş ahlakı uygulamaları tarihsel bir perspektiften incelendiğinde, özellikle Osmanlı Devleti döneminde Ahilik Teşkilatının ön plana çıktığı görülmektedir. Genel anlamda esnaf birliği olarak faaliyet gösteren teşkilat, yüzyıllar boyunca Anadolu coğrafyasında iş ahlakının temsilcisi ve uygulayıcısı olmuştur. Dolayısıyla tarihsel süreç bağlamında iş ahlakı uygulamalarının anlatıldığı bu bölümde, öncelikle Ahilik Teşkilatı ve onun temelini oluşturan Fütüvvet Kurumu detaylı bir şekilde incelenmektedir.

Ahilik, Anadolu Selçukluları zamanında Anadolu'da Türk esnaf ve sanatkâr zümreleri tarafından kurulan teşkilatın ismidir (Bayram, 2014, s. 212). Daha geniş bir ifadeyle "ahlak ile sanatın uyumlu bileşimi" şeklinde tanımlanan Ahilik, Anadolu coğrafyasında on üçüncü yüzyıldan itibaren ortaya çıkmış; Kayseri başta olmak üzere, Konya ve Kırşehir'de esnaf birlikleri olarak kurulmuş sosyoekonomik bir teşkilattır (Öztürk, 2015, s. 1).

Ahilik kavramının kökünde yer alan ve teşkilata üye olanların şeyhlerini (reislerini) ifade eden "ahi" kelimesinin Arapçada "kardeş" anlamına gelen "ahî" ve Türkçede "cömert, eli açık" anlamlarına gelen "akı" kelimesinden türediği öne sürülmektedir (Gölpınarlı, 2011, s. 17). Anadolu coğrafyasında on üçüncü yüzyıldan itibaren ortaya çıkan Ahilik Teşkilatı; dinî, sosyal, siyasi, kültürel ve ekonomik boyutları olan bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca Ahilik Teşkilatının, Osmanlı Devleti'nin kurulmasında da önemli bir paya sahip olduğu belirtilmektedir (Ceylan, 2012, s. 12). Ayrıca Ahilik Teşkilatının yanı sıra, Ahilere benzer şekilde "Baciyan-ı Rum" (Anadolu Bacıları) adı altında kadınların da kendi aralarında örgütlendikleri bilinmektedir (Bayram, 2014, s. 214).

Ahilik Teşkilatının Temeli: Fütüvvet Kurumu

Ahilik Teşkilatının temelinde ise "Fütüvvet Kurumu" yer almaktadır. Bu nedenle, Osmanlı Devleti'nde faaliyet gösteren esnafların bağlı bulunduğu prensiplerin esasını, Fütüvvet Kurumunda aramak gerekmektedir. Kelime olarak "gençlik, yiğitlik ve cömertlik" anlamlarına gelen fütüvvet, esasında tasavvuf anlayışına dayanmaktadır (Kütükoğlu, 1986, s. 55). Tasavvuf kaynaklarında miladi olarak sekizinci yüzyıldan itibaren fütüvvet kelimesinin tasavvufi bir terim olarak kullanılmaya başlandığı anlaşılmaktadır. Fütüvvet kelimesini ilk defa kullanan Cafer es-Sâdık bu kavramı "ele geçen bir şeyi tercihen başkalarının istifadesine sunmak, ele geçmeyen bir şey için de şükretmek" şeklinde tanımlamaktadır. Fütüvvet anlayışının ortaya çıkması ve gelişmesinde özellikle Horasan ve Irak bölgesindeki mutasavvıflar etkili olmuştur (Tek, 2014, s. 411).

Fütüvvet Kurumunun temel kaynağı ise "fütüvvetnâme" olarak adlandırılan yazılı eserlerdir. Fütüvvetnâmeler, başta Kur'an olmak üzere İslami kaynakları esas almıştır (Ceylan, 2012, s. 13). Geleneksel iş ahlakının esasları ve ahlaki davranışların felsefi temelleri, iş bölümü anlayışını benimseyen ve emeğiyle çalışan grupların "yönetmelikleri" niteliğinde olan fütüvvetnâmelerde yazılı olarak belirtilmiştir (Tabakoğlu, 2009, s. 230). Âdeta Ahilik Teşkilatının "anayasası" olarak nitelendirilen bu eserlerin, yazıldığı dönemin farklı olması ve fütüvvetnâme yazarının bağlı bulunduğu tarikat nedeniyle kısmen değişiklik gösterdiği bilinmektedir (Solak, 2010, s. 4). Fütüvvetnâmeler yazıldığı döneme ve içeriğine göre üç sınıfa ayrılmaktadır (Ocak, 2014, s. 414-415):

i. Sufi fütüvvetnâmeleri (9.-13. yüzyıllar arası)

ii. Fütüvvet Kurumuna ait fütüvvetnâmeler (13.-14. yüzyıllar arası)

iii. Ahilik Teşkilatına ait fütüvvetnâmeler (13.-16. yüzyıllar arası)

Fütüvvet Kurumu ile ilgili kapsamlı bir çalışma yapan Gölpınarlı'ya göre, bu kurumun tarikatlarla temel ortak noktasını "mistiklik" özelliği oluşturmaktadır. Bununla birlikte, tarikatlar daha çok manevi boyutları ön planda tutarken; Fütüvvet Kurumu ise manevi gelişimin yanında maddi kazanca da önem vermiştir. Ancak, bu noktada belirtilmesi gereken husus; söz konusu kurumun "kanaat" anlayışını ön plana çıkarması ve bu doğrultuda üyelerinin on sekiz dirhemden daha fazla birikim yapmasını engellemesidir. Diğer bir ifadeyle, Fütüvvet Kurumu üyelerinin kazancını arttırmasını teşvik etmekle birlikte; elde edilen fazla kazancın topluma ve üyelere dağıtılmasını, kazancı sağlayan kişilerin ise sınırlı bir birikim yapmasını amaçlamıştır (Gölpınarlı, 2011, s. 75).

Fütüvvet Kurumu, İslam'ın ilk dönemlerinden itibaren başlayan, toplumun sosyal, ekonomik ve kültürel hayatı üzerinde önemli ölçüde etki eden bir hareket olarak ifade edilmektedir. Özellikle dokuzuncu yüzyılda etkisini arttıran Fütüvvet Kurumu, esnaf ve zanaatkârların yaygın bir biçimde örgütlenmesini sağlayarak sosyal bir nitelikten ziyade "mesleki" bir niteliğe sahip olmuştur. Söz konusu tarihlerden itibaren devlet tarafından tanınan ve kısmen yönetilen kurum; dönemin esnaf ve zanaatkârlarının çalışma biçimlerini, yöntemlerini, standartlarını ve iş ahlakı prensiplerini belirleme açısından önemli rol oynamıştır (Zaim, 2012, s. 50). Fütüvvet Kurumuna üye olmanın genel ahlak kapsamında değerlendirilen bazı şartları bulunmaktadır. İş ahlakı alanında da yansımaları görülen bu şartlar aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Kütükoğlu, 1986, s. 56; Zaim, 2012, s. 51):

i. Cömertlik,

ii. Doğruluk,

iii. Emniyet,

iv. Tevazu,

v. Kişileri doğru yola sevk etmek,

vi. Affedici olmak,

vii. Bencil olmamak,

viii. Misafire saygı göstermek,

ix. İyi huy sahibi olmak,

x. Herkese iyilikte bulunmak,

xi. Fark gözetmeden bütün insanları sevmek,

xii. Kibirli olmamak.

Kuruma üyelik için sıralanan söz konusu şartların yanında; kötü fiillerde bulunan, yalan söyleyen, hile yapan ve iftira atan kişiler de üyelikten çıkarılırdı. Ayrıca, avcı ve kasap gibi bazı meslek gruplarının da kuruma üye olmasının engellendiği belirtilmektedir (Kütükoğlu, 1986, s. 56). Kuruma üye olma ve kurumdan ihraç edilme açısından bahsi geçen bu şart ve durumlar, Ahilik Teşkilatının temelini oluşturan Fütüvvet Kurumunun genel ahlaka ve iş ahlakına verdiği önemi göstermektedir.

Ahilik Teşkilatının Kuruluşu ve Yapısı

Fütüvvet Kurumu; Türklerin Müslüman olmasından sonra Ahilik Teşkilatının kurulmasında manevi ve fikri zemini oluşturmuş, Türklere özgü nitelikler kazanarak, esasları ve özellikleri bu teşkilatlarda yaşamış, etkisini günümüze kadar sürdürmüştür (Tabakoğlu, 2009, s. 231). Abbasi halifesi Nasır li-Dinillah tarafından yeni bir şekil verilen Fütüvvet Kurumunun Anadolu coğrafyasındaki kolu, Ahilik Teşkilatıdır. Fütüvvet Kurumunun Anadolu'da kazandığı özel bir biçimi olarak değerlendirilen Ahilik Teşkilatı da iş ahlakına büyük önem vermiştir. "Ahlak ve sanatın uyumlu bileşeni" olarak tanımlanan Ahilik Teşkilatı, sağlam bir örgütlenme yapısı ve köklü bir eğitim sistemi olan esnaf birlikleridir (Zaim, 2012, s. 50). Bununla birlikte, Ahilik Teşkilatının Fütüvvet Kurumundan bazı farkları olduğu belirtilmektedir. Ahilik Teşkilatında mesleki unsurun daha ön planda olduğu, nitekim mesleği olmayan bir kişinin de Fütüvvet Kurumuna dâhil olabildiği ancak; Ahilerin mutlaka bir mesleği veya sanatı olması gerektiği ifade edilmektedir (Öztürk, 2015, s. 3).

Teşkilatın kurucusu olan Ahi Evran'ın esas ismi Şeyh Nasirüddin Ebü'l-Hakâyık Mahmud bin Ahmed el-Hoyî'dir (Günşen, 2014, s. 23). Evran, Ahilik Teşkilatının kurucusu ve yaşadığı dönemde debbağ esnafının piridir. İran'ın Batı Azerbaycan tarafında yer alan Hoy kasabasında 1171 yılında doğmuştur. Lakabı "dinin yardımcısı" anlamına gelen Nasiruddin olan Ahi Evran, çocukluğunu ve ilk eğitim dönemlerini Azerbaycan'da geçirmiştir. Ardından, Horasan ve Maveraünnehir'e giderek tahsilini sürdürmüştür. Tefsir, hadis, fıkıh, kelam ve tıp alanında derinlemesine bilgi sahibi olmuştur. Söz konusu dönemde Fütüvvet Kurumu ile tanışmış ve Kayseri'ye göç edip bir debbağ (deri işleme) atölyesi kurunca, daha önce öğrendiği bilgilerle Ahilik Teşkilatının kurulmasına öncülük etmiştir (Ceylan, 2012, s. 23). Göç ederek Anadolu'ya gelen Ahi Evran Denizli, Konya ve Kayseri şehirlerinde bir süre yaşadıktan sonra çeşitli şehir ve kasabaları dolaşarak Ahilik Teşkilatının kurulmasını ve yayılmasını sağlamıştır. Son olarak Kırşehir'e yerleşen Evran, ölümüne kadar bu şehirde ikamet etmiştir (Şahin, 2014, s. 80).

Teşkilatın kurucusu Ahi Evran'dan sonra gelen Ahilerin reisine "Ahi Baba" adı verilmiştir. Osmanlı Devleti'nde her şehir ve kasabadaki esnafın, kendine özel

bir yapılanması gerçekleşmiştir. Bu açıdan, bir şehir veya kasabadaki her esnaf grubu kendi arasında örgütlenmiş ve her birinin farklı reisleri olmuştur. Bahsi geçen reislerin belirli bir şehirdeki en üst kademesindeki kişi ise Ahi Baba adıyla görev almıştır. Şehir ve kasabalardaki esnaf üzerinde önemli bir saygınlığı ve ağırlığı bulunan Ahi babalar, ihtilafa düşülen konularda da adaleti sağlama rolünü üstlenmiştir. Nitekim esnaf arasında sorun olan pek çok mesele için, bölgenin kadısına veya İstanbul'a sunulmadan önce Ahi babalara müracaat edilmiştir. Ayrıca Ahi babalar, esnafın ihtiyaç duyduğu ham madde üretiminin düzenli bir şekilde sürdürülmesini kontrol etmiş; haksız kazanç sağlayan kişilerin ve mesleğinin gerektirdiği kurallara bağlı kalmayanlar için yargı yoluna gidilmesini sağlamıştır (Küçükdağ, 2014, s. 41).

Osmanlı Devleti döneminde çeşitli fonksiyonlara sahip ve etkili bir teşkilat olan ahilik kavramının özellikle 1250'li yıllardan sonra ortaya çıktığı ve bilinçli bir şekilde kullanıldığı anlaşılmaktadır. Kavramın kullanıldığı önemli kaynaklar arasında 14. yüzyılda İbn-i Batuta tarafından yazılan Seyahatname gösterilmekte ve önceki eserlerde daha çok "fütüvvet" kavramının kullanılmış olduğu ifade edilmektedir (Solak, 2010, s. 2).

İş Ahlakı Anlayışı ve Uygulamaları Bakımından Ahilik Teşkilatı

Anadolu coğrafyasında başlayan, zamanla Rumeli ve Türkistan'da da örgütlenen Ahilik Teşkilatlarının etkisi esnaf ve ticaret erbabının yanı sıra teşkilatlanma, çalışma ilkeleri ve yönetim yaklaşımı bakımından tüm topluma nüfuz edecek biçimde genişlemiştir. İş ahlakı ilkelerine önemli ölçüde özen gösteren Ahilik Teşkilatı, kişilerin sadece mesleki açıdan değil; ahlaki yönden de eğitilmesini ve geliştirilmesini amaçlamıştır (Zaim, 2012, s. 51). Ahilik Teşkilatına üye olabilmek için "bir meslek, sanat ya da ticaretle ilişkisi olma" şartı aranmış; iş ahlakına uygun bir çalışma en önemli erdem olarak görülmüştür (Solak, 2010, s. 11).

On üçüncü yüzyılda Anadolu, sadece göçebe Türkmenlerden değil, doğudaki önemli şehirlerden de göç almıştır. Yerleştikleri bölgelerde tekrar iş kurabilmek amacıyla dayanışma ve örgütlenme arayışında olan esnaf ile zanaatkârlar, göç ettikleri şehirlerde mesleklerine göre bir araya toplanmıştır. Ahi zaviyeleri oluşturularak gençlerin yalnızca mesleki değil ahlaki bir eğitim alması da sağlanmıştır. Bu zaviyeler teşkilat bünyesindeki gençlere, toplumun ileri gelen kişileri ile bir arada bulunma fırsatı da sunmuştur (Solak, 2010, s. 4-5).

Ahiler, Anadolu coğrafyasında oluşturdukları esnaf ve sanatkârlara yardım ve dayanışma teşkilatı sayesinde, doğudan göç eden Türk halkının daha kolay bir şekilde Anadolu'ya yerleşmesini, iş güç sahibi olmasını ve güven içinde yaşamasını sağlamıştır (Çağatay, 1986, s. 86).

Ahilik Teşkilatı, bir taraftan esnaf ve sanatkârlar arasında iş birliği, dayanışma ve yardımlaşmayı teşvik ederken diğer taraftan da tüketicileri korumuş ve gözetmiştir. Kısacası, Ahilik Teşkilatı kendisini çalışanların, tüketicilerin, toplumun ve teşkilata ait hakların denetim ve gözetiminden sorumlu tutmuştur. Bu sayede Ahilik Teşkilatı, döneminin en başarılı mesleki teşkilatı hâline gelmiş ve bu durum rakipleri karşısında başarı kazanmasını da sağlamıştır (Tabakoğlu, 2009, s. 327-328). Söz konusu başarının temelinde yer alan pek çok ilke bulunmaktadır. Bu ilkelerden özellikle iş ahlakı kapsamında olanlar aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Ceylan, 2012, s. 38-39):

i. İyi huylu ve güzel ahlaklı olmak,

ii. İşinde ve hayatında kin, hasetlik ve gıybetten kaçınmak,

iii. Sözünde vefalı olmak,

iv. Dürüst olmak,

v. Gözü tok olmak,

vi. Hakka ve hukuka riayet etmek,

vii. İnsanların işlerini içten ve güler yüzle yapmak,

viii. İyi komşulukta bulunmak,

ix. Maiyetinde ve hizmetindekileri korumak ve gözetmek,

x. Açıkta ve gizlide Allah'ın emir ve yasaklarına uymak,

xi. Aza kanaat etmek, çoğa şükretmek ve paylaşmak,

xii. Dünya hayatına esir olmamak,

xiii. Helal kazanç sahibi olmak,

xiv. Cömert ve ikram sahibi olmak.

Teşkilata üyeliğin gerektirdiği niteliklerde iş ahlakına verilen önem açık bir biçimde görülmektedir. Sıralanan ilkeler sayesinde, günümüzde iş ve çalışma hayatında yaygın olan aşırı kâr hırsı, yolsuzluk, rüşvet, mobbing (psikolojik taciz, yıldırma), nepotizm (akraba kayırmacılığı), hileli veya sahte mal üretimi gibi sorunların önüne geçilmesi amaçlanırken; helal kazanmak, kanaat etmek, paylaşmak ve sözünde durmak gibi özellikler takdir edilmiştir.

İş, ahlak ve hiyerarşi çerçevesinde çalışmayı ve topluma hizmet etmeyi ibadet olarak gören bir düşünceyle bu niteliklere uygun kişileri yetiştirmeyi amaçlayan Ahilik Teşkilatı; Batı'daki örneklerinden farklı olarak iş ve çalışma yaşamına yalnızca maddi bir anlayışla yaklaşmamıştır. Bu açıdan, topluma hizmet etmeyi bir görev kabul eden Ahilik Teşkilatı; mesleki eğitim ve kalite standartlarını geliştirmeye önemli ölçüde değer verdiği gibi, üyelerinin iş ahlakına uygun bir biçimde yaşamasını sağlayacak manevi bir birikime ulaşmasını ve sağlam bir otokontrol anlayışına sahip olmasını da hedeflemiştir (Zaim, 2012, s. 51). Ayrıca Ahilik Teşkilatı, onurlu bir şekilde yaşamak için üyelerinin mutlaka bir meslek veya sanata sahip olma esasını benimsemiştir (Bayram, 2014, s. 215).

Ahilik Teşkilatında belirli bir zanaat veya ticaret kolundaki en dürüst ve en saygıdeğer kişi "kethüda" olarak adlandırılmış ve ilgili meslek kolunda şeyh gibi nüfuzları bulunan bu kişiler "reis" olarak kabul edilmiştir. Kethüdaların haricinde esnaf arasındaki düzeni sağlayan "yiğitbaşı" veya "server" şeklinde isimlendirilen kişiler de bulunmuştur. Belirli bir şehirde faaliyet gösteren bütün Ahilerin yöneticisi konumunda olan kişiye ise daha önceki paragraflarda belirtildiği üzere "Ahi Baba" denilmiştir. Ahi babalar, Kırşehir'de bulunan Ahi Evran Tekkesine bağlı olan şeyhler ile bu kişilerin şehirlerdeki temsilcilerinden oluşmuştur (Bayram, 2014, s. 215). Esnaf arasında görülen otokontrol sistemi yalnızca üyeler açısından değil yöneticiler açısından da uygulanmış; bu açıdan üretim ve ticaretin her alanında iş ahlakına uygun hareket edilmesine büyük önem gösterilmiştir (Kütükoğlu, 1986, s. 56).

ÖRNEK OLAY

Ham-âlât şeklinde adlandırılan Mısır malı peştamal, alaca ve benzeri ürünler, malı getiren tüccar tarafından çarşı veya sokaklarda satılabildiği gibi, bu kişiler tarafından toptan olarak peştamalcılara da satılabilmekteydi. İkinci durum tercih edilir ise satın alınan ürünler lonca mensubu olan Müslüman ve gayrimüslimler arasında eşit olarak paylaşılmaktaydı. Ancak, 1726 yılında kethüda olan Osman'ın, bu kurala bağlı kalmadan, gelen ürünleri gizli bir şekilde gayrimüslimler için almış olması, esnaf arasında anlaşmazlığa neden olmuş ve mahkemeye başvurulmuştur. Sonuç olarak, mahkeme olayın tekrarlanmaması için ihtarda bulunmuştur.

Kaynak: Kütükoğlu (1986, s. 67).

Ahilik Teşkilatında "meslek ahlakı" her şeyin üzerinde görülmüş, bu durumun bozulmasına yol açması muhtemel her türlü neden otokontrol sistemi ile engellenmiştir. Teşkilat içerisindeki usta, kalfa ve çırak arasındaki hiyerarşik düzendeki ilişkiler ise "baba-evlat" bağındaki saygı ve sevgi derecesinde sürdürülmüştür. Teşkilat içerisindeki her Ahi mutlaka bir üstada bağlanmak, sanatın inceliklerini pirlerinden öğrenmek ve davranışlarını örnek almakla sorumlu tutulmuştur. Ustasının sevgisinden mahrum kalmamak isteyen kalfa ile çıraklar ise yaptıkları işe dikkatle ve hassasiyetle özen göstermiştir (Solak, 2010, s. 14). Bu hiyerarşik düzen, teşkilatta otokontrol sistemini sağlamakla birlikte iş ahlakındaki uygulamaların da nesilden nesle aktarılmasını sağlamıştır.

Ahilik Teşkilatı, ürün ve hizmetlerin kaliteli olmasına da ayrı bir önem göstermiştir. Üyelerin yeteneğine uygun olan tek bir sanat dalıyla ilgilenmeleri ve bu sanat dalında uzun süre uzmanlaşması ile birlikte her Ahinin mesleğinde zirveye ulaşmayı ahlaki bir amaç olarak kabul etmesi, ürün kalitesi bakımından olumlu sonuçlar doğurmuş; bu sayede ortaya çıkan eserler birer sanat şaheseri niteliği taşımıştır (Solak, 2010, s. 15).

Standartların altında üretim yapılması veya sahte bir malın gerçekmiş gibi piyasaya sürülmesi, esnaf arasında tepki ile karşılanmıştır. Bu durumlarda, uyarıları dikkate almadan üretime devam edenlerin dükkânları, kethüdaları tarafından kapatılabildiği gibi; iş ahlakına uygun olmayan şekilde faaliyetini sürdüren kişiler bağlı bulundukları meslekten ihraç edilmiştir (Kütükoğlu, 1986, s. 60). Bu durumun örneğine gedik (lonca) hâline gelen Ahilik Teşkilatının uzantılarında rastlanılmaktadır.

ÖRNEK OLAY

Osmanlı Devleti'nde dokumacıların birim başına kullanacakları malzeme belliydi ve esnaf standartları bozmamak için devlete karşı sorumluluk altına girmiş bulunuyordu. Bu durumun ihlali gerekçesiyle, 1767 yılında sandalcı esnafından (ipek-pamuk karışımı bir kumaş üreten esnaf) Zaki adındaki bir kişiye cephe alınmış ve ihracı talep edilmiştir. Aynı şekilde, işini kusurlu yapanlar da bir daha bu sanatla uğraşmamak üzere ihraç edilmiştir.

Kaynak: Kütükoğlu (1986, s. 61).

Günümüzde yaygın bir şekilde kabul edilen ve iktisat biliminin tanımlanmasında kullanılan "kıt kaynaklar karşısında sınırsız ihtiyaçların karşılanması" amacının aksine Ahilik Teşkilatı, "üretimi, ihtiyacın bir fonksiyonu" olarak kabul etmiş ve onu "sınırlı" ihtiyaca göre ayarlamıştır. Aşırı tüketime ve israfa karşı olan Ahilik ilkeleri gereği bazı durumlarda üretimin sınırlanması politikasını uygulamıştır (Öztürk, 2015, s. 6).

Osmanlı Devleti dönemindeki tüccar ve sanayicileri bünyesinde toplayan esnaf birlikleri olan Ahilik Teşkilatı rekabete değil; iş birliği, otokontrol, imtiyaz ve tahsis ilkelerine dayanmıştır. Sıralanan bu ilkeler aynı zamanda çalışma hayatının da temelini oluşturmuştur. Söz konusu şartlar çerçevesinde iş ve çalışma hayatı belli bir kontrol altına tutulmuş; yeni bir dükkân açılması veya meslekte hiyerarşik olarak yükselme belirli kurallara bağlanmıştır (Tabakoğlu, 2009, s. 258).

ÖRNEK OLAY

Osmanlı esnafının dükkân açabilmesi, bir heyet huzurunda ustalığını ispat etmesine bağlı olmakla birlikte, zaman zaman alışılmış usuller dışında dükkân açanlara da rastlanıyordu. Ancak, otokontrol müessesi böyle durumlarda devreye giriyor ve ilgili sanatın gerçek ustaları, bu davranışları sergileyen kişileri aralarında bulundurmak istemediğinden, resmî makamlara haber veriyorlardı. Bu durumun bir örneğine mühürcü esnafı arasında tanık olunmuştur. 1652'de aralarına işin ehli olmayan kimselerin karıştığını ve dükkân açarak faaliyete geçtiklerini görmeleri üzerine mühürcüler kethüdası Mehmet, Dîvân'a müracaat etmiş ve kethüdalarının izni olmadıkça, hiç kimsenin dükkân açıp mühürcülük yapamayacağına dair hüküm almıştır.

Kaynak: Kütükoğlu (1986, s. 62).

10). Bu olgulara ilave olarak, Ahilik Teşkilatının etkinliğini kaybetmesinin nedenleri arasında; toplumsal ahlakın ve özellikle iş ahlakının zayıflaması, savaşlar nedeniyle esnaf üzerindeki vergilerin artması, kapitülasyonlar nedeniyle yabancı malların yerli mallarını ikame etmeye başlaması, sermaye birikiminin yetersiz olması ve 1838'de imzalanan Osmanlı-İngiliz Serbest Ticaret Antlaşması'nın sonucunda yerli piyasanın Avrupa'nın açık pazarı hâline gelmesi gösterilmektedir (Durak ve Yücel, 2010, s. 162-163). Ahilik Teşkilatının gediklere dönüşümü neticesinde ahlaki değerler çözülmeye başlamış ve iş ahlakı anlayışı zayıflamıştır (Akgemci ve Özgener, 2002, s. 51).

Günümüzdeki araştırmalar açısından seyahatnameler, Ahi şecerenâmeleri, icazetnameler (izin belgeleri) ve döneme ait tarih kitapları Ahilik Teşkilatının temel kaynakları olarak sıralanmaktadır (Ceylan, 2012, s. 13).

Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde yaşanan ahlaki ve iktisadi değişimlere rağmen hukuki düzenlemelerle denge korunmaya çalışılmıştır. Özellikle 1839 yılında ilan edilen Tanzimat Fermanı ile adalet kurallarına yönelik çağdaş düzenlemeler getirilmiştir. Çeşitli kanunname, yasakname ve adaletname gibi hukuksal düzenlemelerle "kötü yönetim" uygulamalarına karşı ağır cezalar öngörülmüştür (Akgemci ve Özgener, 2002, s. 53).

Ahilik Teşkilatının Günümüze Yansımaları

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde önem kazanan pek çok modern yönetim kavramının temellerinin Ahilik Teşkilatında mevcut olduğu görülmektedir. İş ahlakı, sosyal sorumluluk, kalite, müşteri memnuniyeti, yönetime katılma, şeffaflık, mentorluk gibi pek çok çağdaş yönetim politika ve uygulamalarının örneklerini Ahilik Teşkilatında görebilmek mümkündür. Örneğin üretimde nicelikten ziyade kalite ve standarda önem veren Ahilik Teşkilatı, günümüzdeki ISO 9000 gibi üretim ve kalite standardını belirleyen belgelerin alt yapısını oluşturmuştur. Ayrıca usta, kalfa ve çırak hiyerarşisinden oluşan çalışma düzeni ise "mentorluk" politikalarının en etkin hâlini sunmaktadır. Diğer taraftan benzer faaliyetleri gösteren esnafların aynı çarşılarda ve bedestenlerde yer alması ise günümüzdeki denetim ve otokontrol sistemlerine örnek teşkil ederken, aynı zamanda AVM'lerin (alışveriş merkezlerinin) eski formlarını oluşturmuştur (Durak ve Yücel, 2010, s. 164-166).

Ahilik Teşkilatının günümüzdeki kurumsal karşılığı olarak ise "odalar ve borsalar birliği" gösterilmektedir. Nitekim, hem Ahilik Teşkilatının hem de söz konusu birliklerin temel amaç ve misyonları; üyelerini bir arada örgütleyerek yardımlaşma ve dayanışmayı en etkin biçimde sağlamaktır (Durak ve Yücel, 2010, s. 166). Bununla birlikte günümüzde faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları da rol ve işlevleri bakımından özellikle iş ahlakı alanında Ahilik Teşkilatına benzer özellikler taşımaktadır.

Cumhuriyet Döneminde İş Ahlakı Uygulamaları

İş ahlakı anlayışının gelişimi ve yaygınlaşması kriterleri açısından Cumhuriyet döneminde Türkiye'deki iş ahlakı uygulamalarının "1923-1980 arası dönem" ve "1980 sonrası dönem" olarak incelenmesi uygun görülmektedir.

1923-1980 Arası Dönemde İş Ahlakı Uygulamaları

Cumhuriyet'in ilk yıllardan 1980'li yıllara kadar ahlak konusundaki tartışmaların "uygulamalardan" ziyade daha çok "sorun eğilimli" olduğu belirtilmektedir. Eğitim düzeyinin düşük olması, gelir yetersizliği ve savaş döneminin etkileri bu dönemde yaşanan söz konusu sorunların temel nedenlerini oluşturmuştur. İş ahlakı konusunda özellikle dinsel boyutun ağırlıklı olduğu bu dönemde, konuya ilişkin tartışmalar genellikle ilahiyat açısından değerlendirilmiş ve sınırlı bir çerçevede ele alınmıştır (Akgemci ve Özgener, 2002, s. 53).

Kültürel ve sosyal bakımından Cumhuriyet dönemi, Osmanlı Devleti'nin mirasından etkilenmiştir. Bu doğrultuda devletin ve bürokratların toplumdaki güçlü konumu, sivil örgütlenmenin ve sivil toplum kuruluşlarının yetersizliği, iş dünyası ve iş adamlarına genelde olumlu olmayan bir bakış açısının hâkim olması bu dönemdeki sosyal ve kültürel yapının belli başlı özellikleridir (Arslan ve Berkman, 2009, s. 64).

Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren iktisadi konulara önem ve öncelik verilmiş, millî bir sanayi oluşturmak için girişimlerde bulunulmuştur. Ancak, 1929 yılında yaşanan Büyük Buhran'ın Türkiye'yi de etkilemesi ve o döneme kadar özel sektörün kendinden beklenen performansı sergileyememiş olması neticesinde "devletçilik" ilkesi benimsenerek, iktisadi kalkınma ve yeni girişimlerin devlet öncülüğünde sağlanması gerektiği anlayışı kabul edilmiştir (Arslan ve Berkman, 2009, s. 65).

Devletçilik ilkesinin hâkim olduğu sistem içerisinde özel sektör ve girişimciler yeterli gelişim imkânı sağlayamamış; nitekim, kültürel algıdan dolayı kamu sektöründe yönetici olmak, özel sektörde yönetici olmaktan çok daha prestijli kabul edilmiştir. Bu çerçevede özel sektörün girişimlerine "kuşku" ile yaklaşılırken, kamu sektörünün faaliyetleri "doğru" kabul edilmiştir (Arslan ve Berkman, 2009, s. 65). Bununla birlikte, devletin en üst kademelerinin dahi iş ahlakına uygun davranmasına özen gösterilmiş; hatta dönemin bahriye vekili (denizcilik bakanı) yolsuzlukla ilgili olarak Yüce Divana sevk edilmiş ve bu durum neticesinde siyasi yaşamı sona ermiştir (Yüksel, 2005, s. 88).

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından dünyada yaşanan ekonomik ve siyasal gelişmelerin Türkiye'de de yansıması görülmüştür. Yeni uluslararası düzene uyum doğrultusunda Türkiye Birleşmiş Milletlere (BM) ve Kuzey Atlantik Antlaşması

Örgütüne (NATO) üye olmuştur. Ayrıca bu dönemde uygulanan Marshall Planı çerçevesinde ABD ile ilişkiler güçlenmiş ve iktisadi alanda liberal anlayış tekrar gündeme gelmiştir. Siyasi alanda çok partili hayata geçişle birlikte ise özel sektör ve girişimcilik önem kazanmaya başlamıştır. İthal ikameye dayalı sanayileşme politikasının benimsendiği, 1980'lere kadar devam eden bu dönemde, iktisadi politikaların üretilmesi ve yönlendirilmesinde Devlet Planlama Teşkilatı ve diğer kamu kuruluşları etkili olmuş; neticede, özel sektör ve girişimciler devlete ve bürokrasiye bağımlı hâle getirilmiştir (Arslan ve Berkman, 2009, s. 66). 1960'lı yılların sonlarında ve özellikle de 1970'li yıllarda hız kazanan bürokrasinin "siyasallaşması" sürecinde ise "siyasal kayırmacılık" ve "nepotizm" yaygınlaşmıştır. (Yüksel, 2005, s. 88).

Özetle, ahlak anlayışının ve normlarının gelişiminde ve benimsetilmesinde devletin rolünün ön plana çıktığı 1923-1980 arası dönemde; tarafsız ve etkin yönetim, yargı sisteminde reformlar, partizanlığın önlenmesi, gelir dağılımı adaletinin sağlanması, vergi reformları ve enflasyonla mücadele gibi hedefler üzerinde durulmuştur. Ancak amaçlanan bu hedefler etkin bir biçimde gerçekleştirilememiştir (Akgemci ve Özgener, 2002, s. 54). Söz konusu dönemde sivil toplum kuruluşlarının eksikliği ve günümüzde yasal zemini bulunan kamu sektörüne ilişkin etik mekanizmalarının mevcut olmaması nedeniyle, iş ahlakı alanında yeterli ölçüde uygulamanın olmadığı anlaşılmaktadır.

1980 Sonrası Dönemde İş Ahlakı Uygulamaları

Dünyadaki örneklere benzer biçimde, Türkiye'de de 1980 sonrası ortaya çıkan ve yaygınlaşan ahlaki uygulamalar özel sektör, kamu sektörü ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere üç farklı boyutta gelişim göstermektedir.

Türkiye'deki özel sektörün "modern" anlamıyla iş ahlakı uygulamalarını tanıması ve bu doğrultuda girişimlerde bulunması 1980'li yıllardan sonra gerçekleşmiştir. Dünya'da yöneticilerin ve politikacıların 1970'li yıllarda yolsuzluk ve skandallara karışması, diğer ülkeler gibi Türkiye'de de iş ahlakına olan ilgiyi arttırmıştır. İlahiyat, felsefe ve ekonomi gibi çeşitli alanlarda iş ahlakına yönelik 1980'li yıllarda başlayan akademik tartışmalar 1990'lı yıllarda çeşitli üniversitelerde "iş ahlakı" derslerinin müfredatlara girmesini sağlamıştır (Akgemci ve Özgener, 2002, s. 54). Bu sayede, akademik ortamda geliştirilen düşünce ve yayınlar, işletme politikalarını etkiler hâle gelmiştir. 1990'lı yıllarda işletme ve yönetim anlayışında yaşanan değişimler ile birlikte Angloamerikan işletmelerin öncülük ettiği ve özellikle "örgüt ile dış çevre arasındaki ilişkilerin" ön plana çıkarıldığı bir iş ahlakı anlayışı ortaya çıkmıştır. Söz konusu anlayış içerisinde sürdürülebilir kalkınma, dürüstlük ve şeffaflık kavramları ön plana çıkmış ve birçok işletme yaşanan bu değişimden etkilenmiştir (Gök, 2008, s. 6). Tartışmalar neticesinde ortaya çıkan işletme politikaları bağlamında, söz konusu

dönemlerde küresel düzeyde yaygınlık kazanan; "kurumsal sosyal sorumluluğa önem verilmesi" ve "etik kodların oluşturulması" gibi politikalar ülkemizde de uygulanmaya başlamıştır.

Türkiye'de iş ahlakı uygulamalarına yönelik özel sektördeki ilgi artışı, özellikle 2000'li yıllardan itibaren yaygınlık kazanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bakımından somut bir şekilde görülmektedir. Türkiye'de faaliyet gösteren özel sektör işletmelerinin öncülük ettiği "Baba Beni Okula Gönder", "Kardelenler", "Sokakta İlk Adımlar" ve "Meslek Lisesi, Memleket Meselesi" gibi projeler, yaygınlaşan kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının yansımaları olarak görülmektedir.

İşletmelerin sosyal sorumluluğunun artmasının nedeni olarak "devletin piyasa içerisinde payının azalması ve sorumluluklarını sivil toplum kuruluşları ile özel sektör işletmelerine bırakması" gösterilmektedir. Diğer bir ifadeyle, küreselleşme ve neoliberal politikalarla piyasada küçülen devlet karşısında, özel sektör işletmelerinin sorumluluklarında artış yaşanmıştır (Ersöz, 2009, s. 131).

Özel sektörde iş ahlakı uygulamalarının somut örneklerinden bir diğeri ise işletmenin ahlaki değerlerini paydaşların erişimine yazılı olarak sunan etik kodlardır. Etik kodlar aracılığıyla ahlaki ilkelerin yazılı hâle getirilmesi, iş ahlakının; uzun vadeli ve istikrarlı bir yapıya kavuşarak kurumsallaşmasına ve çalışanlar tarafından daha kolay bir şekilde benimsenmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'de faaliyet gösteren özel işletmeler de özellikle 2000'li yıllardan itibaren artan bir şekilde, iş ahlakı ilkelerini içeren etik kodlarını yayımlamaya başlamıştır (Zaim, 2011, s. 89).

Türkiye'de etik ilkeler oluşturan ve yayımlayan işletmelerin başında holding olarak faaliyet gösteren kuruluşlar gelmektedir. Sabancı Holding, Koç Holding, Borusan Holding ve Yıldız Holding gibi Türkiye ekonomisinde önemli paylara sahip olan kuruluşların etik kodlarına (ilkelerine), ilgili kuruluşların internet sitelerinden ulaşmak mümkündür.

Genel olarak değerlendirildiğinde; özel sektörde iş ahlakı uygulamalarının 1990'lı yıllardan itibaren başladığı, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sürdürülmesi ve etik kodların oluşturulması başta olmak üzere işletmelerin bu uygulamalara katılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'de iş ahlakına önem veren işletmelerin genellikle büyük ölçekli yapıda olduğu görülmektedir. Bu açıdan, ülke ekonomisinde önemli bir paya sahip olan KOBİ'ler hedef alınarak iş ahlakı uygulamalarının yaygınlaştırılması özel sektörde iş ahlakı anlayışının geliştirilmesi bakımından önem arz etmektedir.

Özel sektördeki gelişmelerin yanı sıra, Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren kamu sektöründe iş ahlakı anlayışının yaygınlaşmasına yönelik çabaların da gündeme geldiği görülmektedir. Kamu sektöründe iş ahlakına ilişkin ça-

lışmaların yoğunlaşmasının temelinde Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler ve OECD gibi uluslararası kuruluşların etkisi yer almaktadır. Söz konusu kuruluşlar yolsuzluğun azaltılması ve şeffaflığın artırılması gibi konularda Türkiye'ye telkinlerde bulunmaktadır. Avrupa Birliği, üyelik süreci kapsamında, kamu sektörünün daha şeffaf ve denetlenebilir olması zorunluluğunu getirmiştir. Türkiye'den beklenen reform ve yapısal düzenleme talepleri çerçevesinde de kamu sektöründe iş ahlakı konusu gündeme gelmiştir. Bu doğrultuda, Türkiye'de kamu sektöründe ahlak ile ilgili konuları denetlemek ve iş ahlakı anlayışını geliştirip yaygınlaştırmak üzere 2004 yılında Kamu Görevlileri Etik Kurulu kurulmuştur (Eğri ve Sunar, 2010, s. 57).

Batılı ülkelerdeki etik kurulları oluşturma çabasına benzer biçimde ülkemizde de kamu yönetimi alanında başlatılan reform sürecinin bir parçasını oluşturan; kamu görevlilerinin uyması gereken mesleki ve etik ilkeler ile kuralları belirlemek, bu ilke ve kuralların uygulanmasını gözetmek, kamu görevlilerinin görevlerini eşitlik, tarafsızlık ve açıklık ilkelerine uygun davranmasını sağlamak ve etik kültürü ülkemizde benimsetmek ve yerleştirmek amacıyla 2004 yılında Başbakanlıka bağlı olarak Kamu Görevlileri Etik Kurulu 5176 sayılı Kanun'a dayalı olarak kurulmuştur. Kurul, 10.08.2004 tarihinde 2004/7791 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile Başkanlık ve üyeliklerine atama yapılarak çalışmaya başlamıştır (T.C. Kamu Görevlileri Etik Kurulu, t.y.). Kamu Görevlileri Etik Kurulunun oluşturulması, ülkemizde iş ahlakı ilkelerinin kamu sektöründe uygulanması açısından en somut ve en önemli girişim olarak kabul edilmektedir.

Kamu Görevlileri Etik Kurulunun oluşturulmasına ilişkin 5176 sayılı Kanun'un birinci maddesi amacı ve kapsamı belirtmektedir. Bu bağlamda, oluşturulan Etik Kurulun temel amacının; "kamu görevlilerinin uymaları gereken saydamlık, tarafsızlık, dürüstlük, hesap verebilirlik, kamu yararını gözetme gibi etik davranış ilkeleri belirlemek ve uygulamayı gözetmek" olduğu belirtilmektedir.

Özetle, Türkiye'de kamu sektöründe iş ahlakı anlayışının özellikle Batı'daki gelişmelere benzer biçimde 1980'li yıllardan itibaren başladığı ve 2000'li yıllarda hız kazandığı görülmektedir. Bu doğrultuda uygulamaya yönelik atılan en somut adım ise 2004 yılında faaliyete giren ve Başbakanlıka bağlı olarak oluşturulan Kamu Görevlileri Etik Kurulunun faaliyete geçmesidir. Bu gelişme ülkedeki etik bilincinin yaygınlaştırılması bakımından önemli bir adım olmakla birlikte, kapsam açısından bazı eleştirilere maruz kalmaktadır. Ancak gerek Kurulun eğitim faaliyetleri gerekse iş ahlakı alanındaki yayınlarıyla etki alanının daha genişlemesi beklenmektedir.

Özel sektör ve kamu sektörünün haricinde iş ahlakı uygulamalarına katkı sağlayan "üçüncü" bir sektör ise sivil toplum kuruluşlarıdır. Gönüllü üyeliğe dayalı, topluma hizmet amacı taşıyan ve politikaları etkilemeye yönelik resmî olmayan örgütler şeklinde tanımlanabilecek sivil toplum kuruluşları (STK), genel

olarak dört temel işleve sahiptir. Bu işlevler aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Talas, 2011, s. 391-392):

i. Kamuoyu oluşturarak bireylerin taleplerini dile getirmesine yardımcı olmak,

ii. Egemen piyasa değerlerine karşı denge unsuru oluşturmak,

iii. Katılımcı ve çoğulcu bir kültürle bireylerin gelişimine katkı sağlamak,

iv. Projeler üretmek, finanse etmek ve uygulamak

İş ahlakı konusunda STK'ların en önemli işlevi sıralanan maddelerden ikincisi olmakla birlikte, yürüttükleri faaliyetler neticesinde diğer işlevleri de yerine getirmektedirler. Sivil toplum kuruluşları, iş ahlakı anlayışının yaygınlaştırılması açısından büyük önem arz etmektedir. "Üçüncü" bir sektör olarak faaliyet gösteren bu kuruluşlar, tarihsel mirasımızda yer alan Ahilik Teşkilatı ile benzerlik göstermektedir. Nitekim, Ahilik Teşkilatı da, kamu otoritesinin dışında varlığını sürdürmüştür. Ayrıca teşkilat, STK'lara benzer biçimde özel sektörde faaliyet gösteren kişilere, uyulması gereken iş ahlakı ilkelerini sunmuş ve benimsemeleri için gerekli eğitim programları uygulamıştır. Bu açıdan, günümüzdeki STK'ların Osmanlı Devleti döneminde faaliyet gösteren Ahilik Teşkilatının fonksiyonlarını yerine getirdiği söylenebilmektedir.

Bununla birlikte, sivil toplum kuruluşlarının da iş ahlakına yönelik ilgisinin geç başladığı ve zayıf kaldığı ifade edilmektedir. Nitekim Türkiye'de, faaliyetleri özellikle iş ahlakı çerçevesinde olan STK'ların sayısı sınırlı kalmıştır (Özdemir, 2009, s. 310).

Türkiye'de özel olarak iş ahlakı konusunda faaliyet gösteren ilk STK, 2001 yılında İstanbul'da kurulan TEDMER (Türkiye Etik Değerler Merkezi Vakfı)'dir. İş ahlakı alanında araştırmalarda bulunan TEDMER'in, 2002, 2005, 2007 ve 2008 yıllarında "Etik Barometre" adıyla yayımlanmış dört adet araştırması bulunmaktadır (Özdemir, 2009, s. 310).

İş ahlakı kapsamında Türkiye'de faaliyet gösteren bir diğer STK ise İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGİAD) adıyla 2003 yılında kurulmuştur. İş ahlakının yaygınlaştırılması konusunda eğitim ve yayın faaliyetleri yoluyla toplumda ve iş dünyasında ahlaki bir duyarlılık oluşturmayı amaçlayan kuruluş, aynı zamanda girişimciliğin teşvik edilmesini de hedeflemektedir. 2008 yılında *İş Ahlakı Dergisi* adıyla bir dergiyi yayımlamaya başlayan İGİAD'ın 2008 ve 2013 yıllarında kapsamlı alan araştırmalarına dayanan "İş Ahlakı Raporu" bulunmaktadır. İGİAD 2016 yılından itinbaren Türkiye İş Ahlakı Zirvesi'ni (TİAZ) düzenlemeye başlamıştır. Ayrıca İGİAD, ücretli çalışanların yaşam şartlarını değerlendirerek, iş ahlakına uygun olacak biçimde "İnsani Geçim Ücreti (İGÜ)" kavramını gündeme getirerek ücret düzeylerinin belirlenmesinde yeni bir model önerisi sunmaktadır (İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği [İGİAD], 01.06.2017). Genel olarak incelendiğinde, İGİAD'ın kapsamlı ve detaylı bir şekilde iş ahlakı konusunda etkin faaliyet sürdürdüğü anlaşılmaktadır.

Günümüzde, TEDMER ve İGİAD haricinde özellikle son on yılda Türkiye'de iş ahlakı alanında faaliyet gösteren STK'ların sayısında artış yaşandığı gözlemlenmektedir. Etik Değerler Merkezi (EDMER), Etik ve İtibar Derneği (TEİD), Toplumsal Etik Derneği bu merkezler arasında yer almaktadır. Ayrıca Hacettepe Üniversitesi bünyesinde kurulan İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi (HÜEM) de iş ahlakı konusunda faaliyet gösteren bir diğer STK olarak karşımıza çıkmaktadır.

İş ahlakı alanında özel olarak faaliyetleri olmamasına karşın, alan araştırmaları bulunan bazı STK'lar da mevcuttur. Türkiye Genç İşadamları Derneği (TÜGİAD) ve Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) söz konusu kuruluşlar arasında yer almaktadır (Özdemir, 2009, s. 310). TÜSİAD'ın katkılarıyla Arslan ve Berkman tarafından hazırlanan "Dünya'da ve Türkiye'de İş Etiği ve Etik Yönetim" başlıklı rapor söz konusu yayınlara örnek olarak gösterilmektedir.

Sivil toplum kuruluşlarının Türkiye'deki iş ahlakı uygulamalarına katkısı değerlendirildiğinde; özellikle 2000'li yıllardan itibaren bu kuruluşların ortaya çıktığı, bu nedenle tarihsel sürecinin sınırlı olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte, eğitim ve yayın faaliyetleri neticesinde gerek özel gerekse ise kamu sektöründe iş ahlakı bilincinin yaygınlaşmasına katkı sağlama potansiyeli oldukça yüksek görülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Genel anlamda esnaf birliği olarak faaliyet gösteren Ahilik Teşkilatının, yüzyıllar boyunca Anadolu coğrafyasında iş ahlakının temsilcisi ve uygulayıcısı olduğu görülmüş; günümüzde yaşanan bazı sorunların çözümü için tarihsel kökenlerimizde yer alan bu kurumdaki uygulamaların örnek alınması gerektiği anlaşılmıştır. Nitekim iş ahlakının evrensel kriterleri arasında yer alan doğruluk, dürüstlük, adalet, kalite, şeffaflık, sosyal sorumluluk ve liyakat gibi değerlerin uygulamaya yansıması Ahilik Teşkilatında somut bir biçimde görülmektedir.

Nitekim Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde Ahilik Teşkilatının çözülmesi ve etkinliğini yitirmesi, iş ahlakı açısından önemli bir boşluğun doğmasına neden olmuştur. Savaş döneminin ve yeni kurulan Cumhuriyet'in dönemsel sorunları nedeniyle iş ahlakı alanında ortaya çıkan ihtiyacı devlet otoritesi karşılamaya çalışmış, ancak söz konusu dönemde amaçlanan pek çok hedef gerçekleştirilememiştir.

1980'li yıllardan itibaren hem kamu sektöründe hem de özel sektörde iş ahlakına yönelik ilgi artmıştır. Bu doğrultuda ahlaki normlar belirlenmiş, sosyal sorumluluk faaliyetleri gündeme gelmiş ve düzenleyici-denetleyici yeni ku-

rumlar oluşturulmuştur. Ancak özel sektördeki uygulamaların genellikle büyük ölçekli işletmeler ile sınırlı kalması, yaygın bir iş ahlakı anlayışının oluşturulabilmesi için küçük ve orta ölçekli işletmelerin de bu uygulamalara ilgisinin çekilmesi gerektiğini göstermektedir. Kamu sektörü açısından ise Türkiye'de iş ahlakı anlayışının Batı'daki ülkelere benzer bir biçimde 1980'li yıllardan itibaren başladığı ve 2000'li yıllarda arttığı anlaşılmaktadır. Özellikle, 2004 yılında faaliyete giren ve Başbakanlıka bağlı olarak oluşturulan Kamu Görevlileri Etik Kurulunun faaliyete geçmesi bu doğrultuda uygulamaya yönelik atılan en somut adım olarak kabul edilmektedir. Kurulun eğitim faaliyetleri gerekse iş ahlakı alanındaki yayınlarıyla etki alanının daha genişlemesi beklenmektedir. Bu noktada ise en önemli görev iş ahlakı değerlerini içselleştirmiş yöneticilere ve bu değerlerin uygulanmasını gözeten kamu hizmetlerinden faydalanan bireylere düşmektedir.

Kamu sektörü ve özel sektörde iş ahlakına yönelik yaşanan ilgi artışına paralel olarak, sivil toplum kuruluşları da bu konudaki çalışmalara yoğunlaşmış, hatta 2000'li yıllardan itibaren özellikle iş ahlakı alanında faaliyet göstermeyi amaçlayan STK'lar kurulmuştur. İş ahlakı uygulamalarına özel sektör ve kamu sektörünün haricinde katkı sağlayan sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri değerlendirildiğinde; özellikle 2000'li yıllardan itibaren bu kuruluşların ortaya çıktığı, bu nedenle tarihsel sürecinin sınırlı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, sayısı gün geçtikçe artan sivil toplum kuruluşlarının eğitim ve yayın faaliyetleri neticesinde özel sektörde ve kamu sektöründe iş ahlakı bilincinin yaygınlaşmasına katkı sağlama potansiyeli oldukça yüksek görülmektedir. Bu nedenle, iş ahlakı konusunda faaliyet gösteren STK'lar ile üniversitelerin, özel sektör firmalarının ve kamu sektörünün daha fazla iş birliği içerisinde olması ve toplumun daha fazla bilinçlendirilmesi gerekli görülmektedir. Bu politikaların arasında; konuya ilişkin akademik çalışmalara ağırlık verilmesi ve teşvik edilmesi, iş ahlakına uygun faaliyet gösteren firmaların derecelendirilmesi ve ödüllendirilmesi, iletişim imkânları kullanılarak kamu spotları ile toplumun bilinçlendirilmesi, Kamu Görevlileri Etik Kurulunun etkinliğinin arttırılması önerilmektedir.

Günümüzde iş ahlakı açısından pek çok sorun yer almaktadır. Genellikle bu sorunların çözümü ise modern yönetim anlayışı nedeniyle "yabancı" kaynaklarda aranmaktadır. Söz konusu kaynakların incelenmesi önemli olmakla birlikte, tarihsel kökenlerimizde yer alan ve yüzyıllar boyunca iş ahlakının örnekleriyle faaliyet göstermiş olan Ahilik Teşkilatının da daha detaylı biçimde ele alınması ve günümüzdeki iş hayatına ilişkin sorunlarda göz önünde bulundurulması da önerilmektedir.

Kaynakça

Akgemci, T. ve Özgener, Ş. (2002). Türkiye'de iş ahlakının tarihsel gelişimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *7*, 45-60.

Arslan, M. ve Berkman, Ü. (2009). *Dünya'da ve Türkiye'de iş etiği ve etik yönetim*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.

T.C. Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu. (t.y.). *Kamu Görevlileri Etik Kurulu'na İlişkin Başbakanlık Genelgesi (2004/27)*. http://etik.gov.tr/Portals/0/genelgeler/GENELGE.pdf_adresinden 23 Nisan 2017 tarihinde edinilmiştir.

Bayram, M. (2014). Ahilik. Y. Küçükdağ, Y. Erdemir ve B. Şahin (Ed.), *Ahilik ansiklopedisi* içinde (C. 1, s. 212-215). Ankara: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.

Börk, A. ve Kavas, E. (2015). Yahudilik, Hristiyanlık ve İslam geleneklerinde iş ahlakı: Karşılaştırmalı bir analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, *13*, 89-101.

Ceylan, K. (2012). *Ahilik: Türk-İslam medeniyetinde dünyevi ve uhrevi sistem*. Ankara: Televizyon Tanıtım Tasarım Yayınları Ltd. Şti.

Çağatay, N. (1986). Ahiliğin Türk ekonomisine getirdikleri, *Ahilik ve esnaf* içinde (s. 87-97). İstanbul: Yaylacık Matbaası.

Durak, İ. ve Yücel, A. (2010). Ahiliğin sosyo-ekonomik etkileri ve günümüze yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *15*(2), 151-168.

Eğri, T. ve Sunar, L. (2010). Türkiye'de iş ahlakı çalışmaları: Mevcut durum ve yönelimler. *İş Ahlakı Dergisi*, *3*(5), 41-67.

Ersöz, H. Y. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluk. S. Orman ve Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde iş etiği* içinde (s. 131-170). İstanbul: İTO Yayınları.

Gök, S. (2008). İş etiği ile iş ahlakı arasındaki ilişki ve çalışma yaşamında iş etiğini etkileyen faktörler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, *5*(1), 1-19.

Gölpınarlı, A. (2011). *İslam ve Türk illerinde Fütüvvet Teşkilatı*. İstanbul: Altınoluk Yayın ve Sanayi A.Ş.

Günşen, A. (2014). Ahi. Y. Küçükdağ, Y. Erdemir ve B. Şahin (Ed.), *Ahilik ansiklopedisi* içinde (C. 1, s. 23-24). Ankara: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.

İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği. *Anasayfa*. http:// http://igiad.com/ adresinden 01 Haziran 2017 tarihinde edinilmiştir.

Kantarcı, Z. (2007). *İş etiği ve Ahilik*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Küçükdağ, Y. (2014). Ahi Baba. Y. Küçükdağ, Y. Erdemir ve B. Şahin (Ed.), *Ahilik ansiklopedisi* içinde (C. 1, s. 41). Ankara: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.

Kütükoğlu, M. S. (1986). Osmanlı esnafında oto-kontrol müessesi, *Ahilik ve Esnaf* (s. 55-77). İstanbul: Yaylacık Matbaası.

Ocak, A. Y. (2014). Fütüvvetname. Y. Küçükdağ, Y. Erdemir ve B. Şahin (Ed.), *Ahilik ansiklopedisi* içinde (C. 1, s. 414-415). Ankara: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.

Özdemir, S. (2009). Günümüz Türkiye'sinde akademik iş ahlakı çalışmalarına genel bakış. S. Orman ve Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde iş etiği* içinde (s. 301-336). İstanbul: İTO Yayınları.

Öztürk, N. (2015). Ahilik Teşkilatı ve günümüz ekonomisi, çalışma hayatı ve iş ahlakı açısından değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *7*, 1-12.

Solak, F. (2010). *Ahilik: Kuruluşu, ilkeleri ve fonksiyonları*. İstanbul: Erkam Matbaası.

İlhan, Ş. (2014). Ahi Evran. Y. Küçükdağ, Y. Erdemir ve B. Şahin (Ed.), *Ahilik ansiklopedisi* içinde (C. 1, s. 80-81). Ankara: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.

Tabakoğlu, A. (2009). Türkiye'de iş ahlakı geleneği. S. Orman ve Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde iş etiği* içinde (s. 218-283). İstanbul: İTO Yayınları.

Talas, M. (2011). Sivil toplum kuruluşları ve Türkiye perspektifi., *TürklükBilimi Araştırmaları*, *29*, 387-401.

Tek, A. (2014). Fütüvvet. Y. Küçükdağ, Y. Erdemir ve B. Şahin (Ed.), *Ahilik ansiklopedisi* içinde (C. 1, s. 411-412). Ankara: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.

Yüksel, C. (2005). *Devlette etikten etik devlete: Kamu yönetiminde etik* (C. 2). İstanbul: TÜSİAD Yayınları.

Zaim, H. (2012). *İş hayatında erdemli insan*. İstanbul: Empati Matbaacılık.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Arslan, M. ve Berkman, Ü. (2009). *Dünya'da ve Türkiye'de iş etiği ve etik yönetim*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.

Eğri, T. ve Sunar, L. (2010). Türkiye'de iş ahlakı çalışmaları: Mevcut durum ve yönelimler. *İş Ahlakı Dergisi*, *3*(5), 41-67.

Gölpınarlı, A. (2011). *İslam ve Türk illerinde Fütüvvet Teşkilatı*. İstanbul: Altınoluk Yayın ve Sanayi A.Ş.

Şahin, L. ve Yıldırım, K. (2008). İşletmelerde iş ahlakı uygulamaları için genel çerçeve. *İş Ahlakı Dergisi*, *1*(1), 55-66.

Tabakoğlu, A. (2009). Türkiye'de iş ahlakı geleneği. S. Orman ve Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde iş etiği* içinde (s. 218-283). İstanbul: İTO Yayınları.

Torlak, Ö., Özdemir, Ş. ve Erdemir, E. (2008). *İGİAD İş Ahlakı Raporu*. İstanbul: İGİAD Yayınları.

ÖRGÜTLERDE İŞ AHLAKI UYGULAMALARI

Örgütsel Ahlak: Örgütlerde İş Ahlakı Uygulamaları
Nihat Erdoğmuş

Pazarlama ve Reklam Ahlakı
Ömer Torlak
Şuayıp Özdemir
Fikret Yaman

İnsan Kaynakları Yönetimi ve İş Ahlakı
Ali Osman Uymaz

Finans ve İş Ahlakı
M. Abdullah Şahin

Kamu Yönetiminde İş Ahlakı
Hamza Ateş

6

Örgütsel Ahlak: Örgütlerde İş Ahlakı Uygulamaları

Nihat Erdoğmuş

Tartışma Soruları

- Örgütsel ahlakın kapsadığı konular nelerdir?
- Örgütsel ahlakın davranışsal yönü neler üzerinde durur?
- Örgütsel ahlakın yapısal yönü neler üzerinde durur?
- Örgütsel ahlak ile kurumsal yönetim arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Örgütlerin sosyal sorumlulukları nelerdir?
- İşletme fonksiyonları ile örgütsel ahlak arasında nasıl bir ilişki vardır?

Giriş

Örgütlerin var olmasından bu yana örgütsel ahlakın da var olduğunu söyleyebiliriz. Ancak son zamanlarda iş dünyasında yaşanan skandallar, örgütlerdeki ahlaki sorunlar, çalışanların örgütlerine güvensizliğinin artması gibi hususlar örgütsel ahlak konusuna ilginin artmasına sebep olmuştur. İşletmeler, kamu kurumları ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar faaliyetlerini yürütürken örgütsel hedeflere ulaşmanın yanında, faaliyetlerinin iş ahlakına uygunluğunu da gözetmeye başlamıştır. Bu ilgi ile beraber örgütlerde iş ahlakına yönelik düzenlemelerin de arttığını görmekteyiz. Örgütlerde iş ahlakına yönelik düzenlemeler ağırlıklı olarak, karar verme süreçleri, örgüt kültürü, iş ahlakı kodları, örgüt işlevleri ile iş ahlakı ilişkisi, örgütlerin sosyal sorumlulukları, yönetişim ve iş ahlakının kurumsallaşması konularına yoğunlaşmaktadır.

Örgütsel ahlak, iş ahlakının bir alt alanı olarak, örgütlerdeki iş ahlakı sorunları, düzenlemeleri ve uygulamaları ile ilgilidir. Örgütsel faaliyet, iş ve işlemlerin, iş ahlakına uygun yürütülmesine yönelik düzenleme ve uygulamalar örgütsel ahlakın konusunu oluşturur. Örgütsel ahlak, iş ahlakı değerleri ve ilkelerine uygun bir örgütsel ortamın oluşturulması amacıyla yapısal ve dav-

ranışsal düzenlemelerin yapılmasına odaklanır. Bu çerçevede örgütsel ahlak, örgütsel değerlerin oluşturulması, çalışanlarla bunların paylaşılması, uygulamayı şekillendirecek düzenlemelerin yapılması ve takibi üzerinde durur.

En genel anlamda örgütsel ahlak örgütlerde neyin doğru, neyin yanlış olduğunu gösteren standartlardır (Çiftçi, 2012, s. 170). Örgütsel ahlakın amacı, örgütlerde iş ahlakı konularını düzenleyerek, nasıl davranılması gerektiğini ortaya koymak ve iş ahlakı sorunlarının yaşanmasını engellemektir. Bu çerçevede örgütsel ahlak, bir örgütün değerler sisteminin oluşturulması, örgüt içi davranış normlarının tanımlanması, örgüt içi ve örgüt dışı tüm ilişki, iş ve işlemlerin iş ahlakına uygun yürütülmesini sağlayacak düzenlemelerin yapılması ve bunların örgütün tamamında uygulanması olarak tanımlanabilir.

Örgütsel ahlak, bir örgütün değerler sisteminin oluşturulması, örgüt içi davranış normlarının tanımlanması, örgüt içi ve örgüt dışı tüm ilişki, iş ve işlemlerin iş ahlakına uygun yürütülmesini sağlayacak düzenlemelerin yapılması ve bunların örgütün tamamında uygulanması olarak tanımlanabilir.

Örgütsel ahlak konusu ele alınırken iki husus öne çıkmaktadır: Birincisi örgütsel ahlakın neleri kapsayacağı, ikincisi örgütsel ahlakın alanına giren sorunların neler olduğu hususudur. Örgütsel ahlakın kapsamını, davranışsal ve yapısal olarak örgüt içi ve örgüt çevresiyle ilişkili iş ahlakı normları ve düzenlemeleri oluşturur. Bu bağlamda örgütsel değerler ve davranış normları, karar verme süreçleri, örgüt kültürü, iş ahlakının iletişimi, iş ahlakından sorumlu birim ve kişiler, etik kodlar, paydaşlara yönelik sorumluluklar, yasalara uyum, raporlama süreçlerinde şeffaflık gibi konular öne çıkmaktadır. Örgütsel ahlakın alanına giren sorunlar ise rüşvet, örgütsel kaynakların haksız kullanımı, kayırmacılık, şeffaflık ve hesap vermenin olmaması, politik müdahaleler, çıkar çatışması, içeriden bilgi sızdırma, taciz ve yıldırma davranışları olarak sıralanabilir.

Bu bölümde öncelikle örgütsel ahlak kavramının temelleri üzerinde durulmaktadır. Daha sonra ahlakın gelişimine psikolojik yaklaşımlar ve karar verme süreçleri ele alınmaktadır. İş ahlakının yapısal yönü alt bölümü ise iş ahlakı iş ve işlemlerinden sorumlu birimlerin örgüt içinde yapılandırılması, örgüt kültürü, iş ahlakı kodlarının oluşturulması, iş ahlakı uygulamalarının takibi/denetlenmesi konularını kapsamaktadır. Daha sonra sırasıyla yönetişim, sosyal sorumluluk ve işletme fonksiyonları ile iş ahlakı ilişkisi incelenmektedir. Bölüm sonuç bölümü ile sona ermektedir. Örgütlerde iş ahlakı söz konusu olduğunda örgütsel etik kavramının da kullanıldığı görülmektedir ancak kitabın yaklaşımına uygun olarak bu bölümde örgütsel ahlak kavramının kullanımı tercih edilmektedir.

Örgütsel Ahlakın Temelleri: Değerler ve Uyum Yaklaşımları

Örgütlerde iş ahlakı konularının nasıl düzenleneceği ve iş ahlakı sorunlarının nasıl çözüleceği hususunda örgütsel ahlakın dayanacağı bazı yaklaşımlarından bahsedebiliriz. Önceki bölümlerde ele alındığı için burada ahlak felsefesi ve teorilerine girilmeyip, konu örgütlerde ahlaki uygulamaları şekillendiren yaklaşımlar çerçevesinde ele alınmaktadır.

Değerler yaklaşımı, ideal olarak beklenen davranışları vurgular ve kanunların ruhu ve değerleri yansıtan yüksek standartlara ulaşmaya önem verir.

Bu çerçevede örgütsel ahlakla ilgili öne çıkan yaklaşımlar, değerler (*values*) ve uyum (*compliance*) yaklaşımları olarak iki başlıkta sınıflandırılmaktadır (Trevino ve Nelson, 2011, s. 242). Değerler yaklaşımı, ideal olarak beklenen davranışları vurgular ve kanunların ruhu ve değerleri yansıtan yüksek standartlara ulaşmaya önem verir. Örgütün açıkladığı amaç ve değerlere bağlığı teyit etmek ve pekiştirmek için örgüt liderlerinin iletişim kuruş biçimi ve rol model olması gibi teknikleri vurgular. Bu yaklaşımın benimsendiği örgütlerde ahlaki ilkeler ve kurallar ihlal edildiği zaman, çalışanlar bu ihlali yapanlara yönelik yaptırım bekler.

Buna karşılık uyum yaklaşımı uyulması gerekli kural, yönetmelik ve yasalarda belirlenen biçimde davranılmasına odaklanır. Kural ihlali durumunda disiplin prosedürlerinin işletilmesi öne çıkar. Örgüt içi uyulması gereken kuralları içeren metinler yanında, faaliyetlerin yürütüldüğü ülkenin mevzuatına uyum da dikkate alınır.

Uyum yaklaşımı uyulması gerekli kural, yönetmelik ve yasalarda belirlenen biçimde davranılmasına odaklanır

Bu bağlamda değişik ülkelerde uyulması gereken yasal metinlerden bahsedebiliriz. ABD'de U.S. Sentencing Guidelines and Sarbanes-Oxley Legislation Mandate, Türkiye'de Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK) kapsamındaki mevzuat buna örnek verilebilir. Bu yaklaşıma göre kurallara uyulması gerektiği ve uyulmazsa bunun cezalandırılacağı belirtilir.

Değer ve uyum yaklaşımın birlikte var olması örgütlerde ahlaki uygulamaların daha sağlıklı yürümesini sağlamaktadır. Yani ahlaki değerlerin varlığı ve bunların uyum düzenlemeleri ile somutlaşması, daha etkili sonuçlar doğurmaktadır. Sadece değerleri vurgulamak yetmemekte, aynı zamanda bunların uygulamada nasıl yapılacağını pratik olarak düzenlemek de gerekmektedir.

Örgütsel Ahlakın Davranışsal Yönü

Ahlaki Gelişim ve Örgütsel Ahlak İlişkisi

Örgütlerde ahlaklı davranışı etkileyen bireysel faktörler olarak kişilerin inançları, değerleri, tutumları, kişiliği, ahlaki kodları, ilgi ve istekleri gibi faktörler sıralanabilir. Bu faktörler eğitim ve deneyim yoluyla doğrudan etkilenir. Genel olarak bu faktörlerin bilişsel süreçlerle ilgili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bireylerin ahlaki gelişimi ve örgütsel ahlak ilişkisini anlamaya temel oluşturacak bazı kuramsal çalışmalardan bahsedilebilir. Bu bağlamda bilişsel/gelişimsel ahlak (Piaget ve Kohlberg), bakım ahlakı (Gulligan), toplumsal alan kuramı (Turiel) ve ahlaki eylemi belirleyen bileşenler (Rest) kuramları öne çıkmaktadır.

Piaget ve Kohlberg, ahlak gelişimi konusuna katkı sağlayan iki önemli isimdir. Ahlak gelişimini bilişsel gelişim paralelinde ele alan iki kuramcı da, çıkış noktası olarak "heteronomi" ve "özerklik" kavramları üzerinde durarak bu kavramlarla evrelerin gelişimine ve bilişsel gelişime vurgu yapmıştır (Çam, Çavdar, Seydooğulları ve Çok, 2012). Ahlak gelişimine yönelik ilk kuramsal yaklaşımı geliştiren Piaget, ahlak gelişiminde "dışa bağımlı evre" ve "özerk evre" olmak üzere iki evreli bir gelişimsel eğilim önermiştir. Piaget bu modelde çocuklarda "sonuç odaklı" bir ahlak anlayışından "niyet odaklı" bir ahlak anlayışına doğru gelişimsel geçiş olduğunu vurgulamıştır (Çam vd., 2012).

Piaget'nin iki evreli ahlak gelişimi kuramı Kohlberg ile gelişerek devam etmiştir. Kohlberg, üç düzey ve altı evreden oluşan bir yaklaşım geliştirmiştir. Kohlberg'in ahlak gelişimi kuramı Kohlberg ve Hersh'ten (1977) aşağıda özetlenerek tablolaştırılmıştır.

Kohlberg'in ahlaki gelişim modeli alanda önemli bir etkiye sahip olmuştur. Kohlberg'in modeli iş ahlakı araştırmalarının geleceğinin şekillenmesinde önemli ölçüde katkı sağlamıştır (Trevino, 1986, s.608). Bununla birlikte Kohlberg'in modeli sonraki çalışmalarda bazı kuramcılar tarafından eleştirilmiştir. Kurama getirilen eleştiriler arasında, kuramın kültürel farklılıkları yansıtmaması, cinsiyetçi yaklaşımı ve ahlakiliği sadece adalet merkezli açıklaması dikkat çekmektedir (Ekşi, 2006, s. 31-33). Narvaez, Kohlberg'e yapılan eleştirileri cevaplayarak, Jim Rest, Mickey Bebeau ve Steve Thoma ile birlikte yeni Kohlbergçi perspektifi formüle etti (Narvaez, 2005). Bu dörtlü Kohlberg'e yapılan eleştirileri dikkate alarak ve yoğun bir veri toplayarak ahlaki gelişim evreleri yaklaşımı yerine ahlaki yargı şemalarına yöneldiler. Ahlaki şemalar ile Kohlberg'in ahlaki yargıların gelişim kuramının temel görüşlerini korurken, üç gelişimsel şemalı model önerdiler: Kişisel ilgiler, normların sürdürülmesi ve gelenek ötesi (Ekşi, 2006, s. 36).

Kohlberg'in kuramına yönelik cinsiyetçilik eleştirisi getiren Gilligan, Kohlberg'in ahlaki yargılamayı ölçmek üzere yaptığı görüşmeleri eleştirerek, kadın ve erkeklerin niteliksel farklılıkları olduğu ve ahlaki gelişim evrelerine

Tablo 1.
Kohlberg'in Ahlaki Gelişim Evreleri

1. Düzey: Gelenek Öncesi Dönem	
1. Evre: İtaat ve Ceza Eğilimi	Bu evrede, fiziksel sonuçları bir davranışın iyi ya da kötü olmasını belirler. Kendi iyiliği için otoriteye uyum ve cezalandırılmaktan kaçınma için kurallara uyma eğilimi öne çıkar.
2. Evre: Saf Çıkarcı Eğilim	Bu evrede, daha fazla kendi ihtiyaçlarına öncelik verme ve diğer insanların ihtiyaçlarını kısmen dikkate alma söz konusudur.
2. Düzey: Geleneksel Dönem	
3. Evre: Kişiler Arası Uyum (İyi Çocuk Yönelimi)	Bu evrede, ait olunan grubun kurallarına uygun davranma ve kişiler arası uyum önemlidir. Başkaları tarafından iyi çocuk olarak onaylanmak ihtiyacı öne çıkar.
4. Evre: Kanun ve Düzen Eğilimi	Bu evrede, toplumsal düzen ve kurallara uyma davranışı hâkimdir. Kanunlara uyma, sosyal düzenin devamı için görevlerini yerine getirme doğru kabul edilen davranışlardır.
3. Düzey: Gelenek Sonrası Dönem	
5. Evre: Sosyal Sözleşme Eğilimi	Bu evrede, toplumsal kurallar ve değerlerin mutlak olmadığı ve göreceli olduğu kabul edilir ve eleştirilebileceğine inanılır. Daha iyi bir topumsal düzen için kanunların demokratik yollardan değiştirilebileceği kabul edilir. Temel hak ve özgürlükler öne çıkar.
6. Evre: Evrensel Ahlak İlkeleri Eğilimi	Bu evre ahlaki gelişimin son evresidir. Doğru ve yanlış, sosyal düzenin yasa ve kurallarını da aşarak kişinin kendi vicdanıyla ve kendi geliştirdiği ahlak ilkeleriyle tanımlanır. Bu ilkeler insan hakları, eşitlik, insan onuru ve adalet gibi soyut ve evrensel ahlaki değerleri temel alır.

dayanan ölçümlerin kadınların bazı özelliklerini değerlendirmekte yetersiz kaldığına dikkat çekmiştir. Gilligan'a göre kuram geliştirme çalışmaları erkek örneklemler üzerinde yapıldığı için sonuçlar da sadece erkekler için geçerlidir. Gilligan'ın bakım ahlakı yaklaşımına göre, kadınlar karşılaştıkları ahlaki konularda karar verirken başkalarının bakım ve korumasını göz önünde bulundurmaya ve onları incitmekten sakınmaya erkeklerden daha çok eğilimlidir (Çam vd., 2012). Bununla birlikte, literatürde Gilligan'ın teorisini test eden ve bilişsel ahlaki gelişim bakımından cinsiyet farkının olmadığı bulgusuna da rastlanmaktadır (Friedman, Robinson ve Friedman, 1987). Çam ve arkadaşlarına (2012) göre, Kohlberg'in adalet ve Gilligan'ın bakım ahlakı yaklaşımlarının uzun yıllardır çatıştığı görüşü hâkim olsa da aslında iki kuramcının bazı açılardan birbirlerinin tamamlayıcısı oldukları ve görüşlerinin ortak pek çok noktasının bulunduğu söylenebilir.

Turiel'in geliştirdiği toplumsal alan kuramı (*social domain theory*) toplumsal bilgi kaynaklarından hareketle çocuklarda ahlaki gelişim ve ahlaki yargıların gelişimi süreçlerini açıklamaktadır. Bu kurama göre toplumsal bilgi kaynakları üç alana ayrılır: Kişisel, toplumsal-geleneksel ve ahlak alanı. Çocuklarda ahlaki yargı ve değerlerin gelişiminde sosyal etkileşimlerin önemine dikkat çeken toplumsal alan kuramına göre, çocukların arkadaşları ile olan toplumsal ilişkileri ahlaki yargıların temellenmesine kaynaklık etmektedir. Toplumsal alan kuramı, bu üç alanın (kişisel, toplumsal, ahlaki) sadece gelişimsel olmadığı, aynı zamanda öz düzenlemeye (*self-regulating*) dayalı bir şekilde gelişimsel olarak gerçekleştiğini vurgulamaktadır (Çam vd., 2012). Bu husus toplumsal alan kuramını gelişimsel kuramlardan farklılaştırmaktadır. Bu bağlamda dile getirilmesi gereken bir diğer farklılık ise toplumsal alan kuramcıları tarafından bağlamsal faktörlere yapılan vurgudur.

Ahlaka psikolojik yaklaşımlar kapsamında ele alınacak son kuramcı Rest'tir. Rest'in modeli bilişsel ve duyuşsal özelliklerden oluşan dört psikolojik sürecin gözlemlenebilen ahlaki davranışa katkısını ortaya koymaktadır (Ekşi, 2006, s. 35). Psikolojik süreçlerden ikisi olan ahlaki duyarlılık ve ahlaki yargılama süreçleri, ahlaki niyet ve davranışı hazırlayan bilişsel süreçler olarak kabul edilmektedir (Treviño, Weaver ve Reynolds, 2006). *Ahlaki duyarlılık*, ahlaki faktörler ve eylemlerin farklı tarafları nasıl etkileyebileceğinin farkında olunmasını sağlar. Yine ahlaki duyarlılık ile empati ve rol alma, alternatif senaryolar oluşturma ve birinin sezgi ve duygusal reaksiyonlarını anlama söz konusu olur. *Ahlaki yargılama*, ahlaki açıdan en meşru olabilecek kararı vermek için eylemlerin çeşitli yönleriyle ilgili farklı varsayımları düşünmeyi ve olası eylemlerden en uygununu seçmeyi içerir. *Ahlaki motivasyon*, ahlaki değerleri öncelemeyi ve diğer tüm değer ve ilgilerin üstünde görerek, ahlaki eyleme adanmışlığı ve sonuçlardan sorumluluk almayı kapsar. Treviño, Weaver ve Reynolds'a (2006) göre ahlaki motivasyon ahlaki yargılama ile ahlaki davranış arasında aracı rolü oynar. Rest'in modelindeki son özellik olan *ahlaki karakter* ise etkili eylemi destekleyen cesaret, sabır ve öz denetim gibi eğilimlere sahip olmayı ve ahlaki seçimi destekleyen beceri ve stratejilerin uygulanmasını kapsar.

Örgütlerde Karar Verme ve Örgütsel Ahlak İlişkisi

Örgütlerde karar verme süreci, örgütsel ahlak ile en yakından ilişkili konuların başında gelmektedir. Karar verme ile ilişkisi bakımından örgütsel ahlakın temellendirilmesinde iki yaklaşım öne çıkar. Birinci yaklaşım kuralcı (*prescriptive*) yaklaşım olup etik teorilerden beslenir ve ahlaki olarak doğru kararlara odaklanır. Bu yaklaşım olması gereken durumlarla ilgilenen idealizm yaklaşımı ile de paralellik gösterir. İkinci yaklaşım ise tanımlayıcı (*descriptive*) yaklaşım olup insanların nasıl karar verdiğine odaklanır.

Karar verme ile ilişkisi bakımından örgütsel ahlakın temellendirilmesinde iki yaklaşım öne çıkar.

Bireysel ahlaki karar verme süreci üç aşamadan oluşur (Trevino ve Nelson, 2011):

i) Ahlaki farkındalık,

ii) Ahlaki yargı,

iii) Ahlaki davranış.

Örgüt çalışanlarının ahlaki karar verme süreci bireysel ve örgütsel faktörler tarafından etkilenir. Örgütlerde karar verme sürecini etkileyen bireysel özellikler olarak kişilerin inançları, değerleri, tutumları, kişiliği, ahlaki kodları, ilgi ve istekleri gibi faktörler sıralanabilir. Örgütsel faktörler arasında ise örgüt yapısı, örgütsel düzenlemeler ve uygulamalar ile örgüt kültürü gibi faktörler sıralanabilir. Örgütsel ahlakı etkileyen örgütsel faktörlere örnek olarak örgütsel ödül sistemi, performans değerleme ve izleme sistemi ile örgüt içi karar verme mekanizmasının işleyişi verilebilir (James, 2000, s. 44-45).

Örgütlerde neyin iyi ve doğru olduğu her zaman siyah ve beyaz kadar açık olmayabilir. Örgütlerde kişiler karar verme sürecinde ahlaki ikilemlerle de karşı karşıya kalabilirler. Çalışma hayatı daha karmaşık hâle geldikçe ahlaki ikilemlerin daha fazla arttığını söyleyebiliriz. Aşağıdaki kısa örnek olayda bir ikilem örneği verilmişti.

ÖRNEK OLAY Zeynep Hanım'ın İkilemi

İşletme sahibi Murat Bey, İnsan Kaynakları Müdürü Zeynep Hanım'a küçülme dolayısıyla önümüzdeki günlerde işletmede işten çıkarmaların olacağını söyler. Kendisi için bir sorun olmadığını ancak bu bilgiyi personel ile paylaşmamasını özellikle vurgular. Zeynep Hanım da bu bilginin sadece kendisinde kalacağı sözünü vererek işletme sahibinin yanından ayrılır.

Birkaç gün sonra Zeynep Hanım'ın işletmede çalışan arkadaşlarından birisi kendisine gelerek, "İnsan kaynakları yöneticisi olarak senin haberin vardır. İşten personel çıkarma söylentisi var. Bu doğru mu?" diye sorar. Sonra da "Ev taksidine girmek için plan yaptım, birkaç gün içinde de karar vereceğim." diye ilave eder.

Burada Zeynep Hanım nasıl davranmalı? İşletme sahibine verdiği sözü mü tutmalı? Yoksa arkadaşına gerçeği mi söylemeli?

Kaynak: Bu örnek olay Trevino ve Nelson'dan (2011) uyarlanmıştır.

Ahlaki karar verme süreçlerinde örgütsel ve mesleki düzenlemeler belli ölçüde rehber olarak alınabilir. Her ne kadar düzenleme yapılmış olsa da bir kararın ahlaki yönden doğru olduğunu belirlemek her zaman kolay olmamaktadır. Hatta hayat karmaşıklaştıkça ikilemlerin artmasıyla birlikte bir kararın ahlaki olup olmadığını belirlemek de güçleşmektedir. Örgütlerde çalışanlar bir kara-

rın ahlaki olup olmadığına yönelik pratik ve somut uygulamalara ve davranış örneklerine ihtiyaç duymaktadır.

Trevino ve Nelson (2011, s. 50) bir kararın ve bunun sonucu olarak ortaya çıkacak davranışın ahlaki olup olmadığıyla ilgili üç soruluk pratik bir öneri sunmaktadır. Bunlardan birincisi ifşa kuralıdır (*disclosure rule*). İfşa kuralı, bir kişinin vereceği kararın toplumda nasıl karşılanacağının bir testi olmaktadır. İfşa kuralı basit olarak şu soruyu sorar: Bu davranış yarın ABC gazetesinde göründüğü zaman ne hissedersin? İfşa kuralına göre, herkesin haberdar olduğu böyle bir durumda kişi kendisini iyi hissedecek ve bu davranış dolayısıyla mahçup olmayacaksa bu davranış ahlakidir.

İfşa kuralına göre, herkesin haberdar olduğu böyle bir durumda kişi kendisini iyi hissedecek ve bu davranış dolayısıyla mahçup olmayacaksa bu davranış ahlakidir.

Bu bağlamda ikinci pratik öneri şu soruyu sormaktır: Seni ahlaki bakımdan sert biçimde eleştirecek güvendiğin bir kişi ya da rol model aldığın bir kişi bu konuda sana ne tavsiye eder? Bu kişinin tavsiyesi kararımız ve davranışımızın doğru olduğu yönünde olacaksa ahlaki yönden sorun olmadığını düşünebiliriz. Üçüncü soru ise şudur: Ahlaki duyarlılığı yüksek bir kişi olarak ne düşünürsün? Kalbimiz ve vicdanımız bir sorun görmüyor ve tatmin olmuş bir şekilde iç huzuruyla verdiğimiz kararı ve davranışı ahlaki buluyorsa ahlaki sorun olmadığını kabul edebiliriz. Bir karar durumunda kararın ahlakiliği konusunda belirsizlik, kararsızlık ve ikilem ile karşılaşınca yukarıdaki sorulara verilecek cevaplar kararın doğru olduğu yönündeyse karar ahlaki yönden doğrudur denilebilir.

İş ahlakı sorunları yaşamamak için önceden yapılması gereken bazı çalışmalardan bahsedilebilir. Bu konuda aşağıdaki konular örnek olarak verilebilir.

!

Örgütlerde ahlaki sorunlar yaşamamak için önceden önlem alınabilecek hususlar şunlardır:

- Ev ödevinizi yapınız, yani örgütsel ve mesleki kuralları öğreniniz, ihtiyaç olduğunda yardım istenilebilecek kişilerle/birimlerle ilişki geliştiriniz.
- Hızlı karar vermeniz istenildiği zaman, önsezileriniz ahlaki bir ikilemle yüz yüze kalacağınızı ikaz ediyorsa bunu ciddiye alınız. Böyle bir durumda düşünmek için zaman isteyiniz.
- Çalıştığınız örgütün iş ahlakı konusundaki uygulamayı şekillendiren politikalarını hızla öğreniniz.
- Yöneticiniz ya da iş arkadaşlarınızın tavsiyelerini alınız.
- İfşa kuralı testini uygulayınız.

Kaynak: Trevino ve Nelson'dan (2011, s. 58-60) uyarlanmıştır.

Örgütlerde çalışanların karar verme süreçlerinde ahlaki konulara duyarsızlaşması ve ahlaki kopuş yaşamaları söz konusu olabilmektedir. Ahlaki kopuş (*disengagement*) mekanizması üç kategoride gerçekleşmektedir (Bandura, 2002, s. 103): *(i)* Daha iyi sonuçlar doğuran ahlaki haklı sebep bulmak, *(ii)* olumsuz davranışları daha kabul edilebilir olarak yeniden çerçevelemek ve *(iii)* daha kötüleri ile kıyaslayarak yanlış davranışın önemini azaltmak.

Ahlaki kopuş mekanizması gündelik örgütsel hayatta; sorumluluğu yaymak ya da yer değiştirmek, olumsuz sonuçları çarpıtmak veya bu konuda kişisel sorumluluğu azaltmak, ahlaki olmayan davranışın kurbanlarıyla özdeşim kurmayı azaltmak, başkaları istediği için yapmak, davranışın çok önemli olmadığını düşünmek, kurbanların hakettiğini düşünmek, daha kötü örneklerle kıyaslamak, sorumluluğu kurbanlara yıkmak biçimlerinde görülmektedir (More, Detert, Klebe Treviño, Baker ve Mayer, 2012; Trevino ve Nelson, 2011).

Örgüt Kültürü ve Örgütsel Ahlak İlişkisi

Kurucular örgüt kültürünün oluşmasında belirleyici bir role sahip olup rol model olarak tüm örgüt çalışanlarını etkiler.

Kurucular örgüt kültürünün oluşmasında belirleyici bir role sahip olup rol model olarak tüm örgüt çalışanlarını etkiler. Bir örgüt zor bir durumla karşı karşıya kaldığında "Bay … ne yapardı?" sorusu kurucunun etkinliğini gösterir. Kurucular yanında, mevcut yöneticiler de örgüt kültürünü etkiler. Yöneticiler bazen mevcut kültürü devam ettirirken bazen de yeni bir vizyon ile kültürü değiştirmeye çalışabilir.

Çalışanlar örgüt kültürü için yöneticilerin davranışlarından mesajlar alırlar. Bu yüzden yöneticilerin ahlaki liderlik konusunda duyarlı olmaları ve örneklik etmeleri ve bu konuda görünür mesajlar vermeleri önemlidir. Örgütte işlerin kontrol ve denetlenmesi, personel seçimi, çalışanların sorumluluk üstlenmesi konuları kültürün yansımalarını gösterir.

Örgütlerde çalışanlar, ahlaki bakımdan belirsizlikler veya karışıklık oluştuğu zaman ahlaki sorumluluğu yönetici ve liderlerine devretme eğilimindedir. Bu durumun sosyalleşme süreçleri, çevresel baskılar ve örgütsel hiyerarşiden kaynaklanan sebepleri bulunmaktadır (Smith ve Caroll, 1984). Bu yüzden çalışanların ahlaki sorunları çözmeye çalışmaları ve bu konuda inisiyatif almaları teşvik edilmelidir. Böyle bir örgüt kültürünün oluşturulması önemlidir. Yoksa ahlaki sorunlarla karşılaşınca çözüm bulmak yerine sıkça yöneticilere havale etme davranışı yaygınlaşacaktır.

Örgütlerin biçimsel ve biçimsel olmayan sistemleri belli davranışları teşvik ederken belli davranışları uygun görmez ve bu yolla örgüt kültürünü etkiler. Örgütün biçimsel ve biçimsel olmayan kültürlerinin her ikisinin de ahlaki değerlerin baskın olduğu bir örgüt kültürünü desteklemesi önemlidir. Değerler

örgüt kültürünün içsel bir parçasıdır ve örgütsel değerlerin oluşturulmasında iki yaklaşım bulunur. Bazı örgütler değerleri yukarıdan aşağıya oluştururken; bazı örgütler aşağıdan yukarıya doğru oluşturur (Schnebel ve Bienert, 2004).

Örgütsel ahlak uygulamaları bakımından biçimsel ve biçimsel olamayan sistemlerin birbiriyle uyumlu bir biçimde yürütülmesi gerekmektedir.

Örgütlerde iş ahlakına uygun örgüt kültürünün oluşturulmasında iletişim kritik bir rol oynar. Bu bakımdan örgütsel ahlakın iletişimi sırasında işletmeler iş ahlakı değer, standart ve politikalarının iletişimini; çalışanların ihtiyaçlarını görecek şekilde, aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya olacak şekilde çift yönlü, farklı mecraları kullanarak ve açık iletişim ortamı oluşturarak yapmalıdır (Trevino ve Nelson, 2011, s. 215).

Örgütlerde ahlakın kurumsallaşmasında aşağıdaki uygulamalar öne çıkmaktadır (Çiftçi, 2012, s. 194-198):

i. Etik değerleri örgüt kültürünün parçası hâline getirmek
ii. Tepe yönetimin tutum ve davranışları
iii. Yazılı etik kodlar oluşturmak
iv. Etikten sorumlu kişilerin belirlenmesi
v. Etik konusunda sürekli eğitim verilmesi
vi. Örgütte sorun bildirme yöntemlerinin oluşturulması
vii. Ödül ve ceza sistemi oluşturma

Bundan sonraki bölümde ahlakın kurumsallaşmasında önemli bir işlevi olan örgütsel ahlakın altyapı unsurları ele alınmaktadır.

Örgütsel Ahlakın Yapısal Yönü

Örgütlerde Ahlaki Altyapı Unsurları

Örgütlerde ahlaki uygulamaların yaygınlaşması için sadece bireysel ahlak yeterli olmayacak; bunun örgütsel ahlaki altyapı ile desteklenmesi gerekecektir. Örgütlerde ahlaki altyapı biçimsel ve biçimsel olmayan iki sistemden oluşur. Her sistemin kendi içinde iletişim, izleme ve yaptırım mekanizmaları bulunur. Örgüt iklimi ise üçüncü bir bileşen olarak örgütsel ahlaki altyapıyı destekler (Tenbrunsel, Smith-Crowe ve Umphress, 2003).

Örgütlerde ahlaki altyapının oluşmasında örgüt kültürünün önemli bir etkisi vardır. Örgüt kültürü biçimsel (*formel*) ve biçimsel olmayan (*informel*) örgütsel sistemlerin etkileşimiyle oluşur. Örgütsel ahlak uygulamaları bakımından biçimsel ve biçimsel olamayan sistemlerin birbiriyle uyumlu bir biçimde yürütülmesi gerekmektedir (Falkenberg ve Herramans, 1995, s. 135; Trevino ve Nelson, 2011, s. 153).

Şirket etik birimi örgütteki etik uygulamaların koordinasyonunun ve takibinin yürütüldüğü bir birimdir.

Biçimsel sistemin ögeleri; ahlaki kod ve politikalar, iletişim, eğitim, izleme sistemleri, yaptırımlar ve ödüllerdir. Genel olarak biçimsel sistemler, standartlaştırılmış ve dökümante edilmiş sistemlerdir. Buna karşılık örgütsel iklim ve kültürün detayları biçimsel olmayan ögelerdir. Biçimsel olmayan ögeler ise kolay farkedilmeyen, algılamayla ilgili, daha fazla hissedilen türden ögelerdir.

Örgütlerde ahlaki altyapının unsurlarından bir diğeri şirketteki etik uygulamalarla ilgili sorumlu birim, görevli ve komitelerdir. Bu bileşenleri kısaca tanıtmakta yarar görülmektedir.

Şirket etik birimi (the corporate ethics office): Bu birim örgütteki etik uygulamaların koordinasyonunun ve takibinin yürütüldüğü bir birimdir.

İşletmelerde ahlaki uygulamaların takibi, koordinasyonu ve uyum konularının tek elden yürütülmesi için etik ofis/birim oluşturma gereği duyulmuştur. Etik birim sektör, şirketin özellikleri ve yapısına bağlı olarak merkezî ya da ademimerkezî yapılandırılabilir. Etik ofisin yapılandırılmasında işletme birimlerinin ahlaki ihtiyaçları da göz önünde bulundurulur. Örneğin resmî makamlarla iş ilişkisi daha fazla olan iş birimlerinde uyum daha fazla öne çıkabilir (Trevino ve Nelson, 2011, s. 214). Etik ofiste çalışan sayısı da işletmenin büyüklüğüne göre değişebilmektedir. Etik birimin diğer birimler gibi raporlama ilişkisi düzenlenmekle beraber, üst yönetici (CEO) ile doğrudan raporlama ilişkisi olması iyi olacaktır. Bir birimin (örneğin, insan kaynakları ya da denetim) içinde yapılandırılmış etik ofis yeteri kadar etkili ve işlevsel olamamaktadır.

Etik ve uyum görevlisi (ethics and compliance officer): Etik ve uyum sorumlusu/görevlisi örgüt çapında ahlaki uygulamaların takibi ve işlemlerin etik ilkeler ve uyum standartlarına uygun olması konularında liderlik yapar ve stratejiler geliştirir.

Etik ve uyum görevlisinin temel fonksiyonu, işletmede çalışanlara rehberlik edecek yeterli standartlar ve prosedürler oluşturmak ve paydaşların beklentilerini karşılamak; bu standart ve prosedürlerin işletmede kurumlaşmasını ve desteklenmesini sağlamak; bu standart, prosedür ve beklentilere göre işletmenin performansını değerlemek ve raporlamak olarak sıralanabilir. Bu işlevi yerine getirilebilecek içeriden bir etik görevlinin belirlenmesi daha uygun görünmektedir. Etik uygulamalardan sorumlu görevli olarak işletmeler farklı düzeylerde kişileri atamaktadır. Bunlar arasında başkan yardımcısı, direktör, koordinatör ya da etik görevlisi gibi unvanlar kullanılmaktadır. Bu pozisyonların doğrudan CEO'ya raporlaması yay-

Etik ve uyum sorumlusu/görevlisi örgüt çapında ahlaki uygulamaların takibi ve işlemlerin etik ilkeler ve uyum standartlarına uygun olması konularında liderlik yapar ve stratejiler geliştirir.

gın uygulamadır. Bunun yanında yönetim kurulu veya denetim komitesi gibi pozisyonlara bağlı çalışan örnekler de bulunmaktadır (Trevino ve Nelson, 2011, s. 212).

Şirket etik kurulu (komitesi): Uygulamada şirketler bazında bazı farklılıklar olmakla beraber şirket etik kurulu örgüt çapında etik süreçlerin oluşturulması, izlenmesi ve raporlanmasından sorumludur. Şirket etik kurullarının ağırlıklı olarak etik kuralların ihlal edildiğine dair şikayet ve bildirimleri soruşturmak ve çözümlemeye yoğunlaştığı görülmektedir. Etik kurula icracı olmayan bir üst yöneticinin başkanlık etmesi kritik öneme sahiptir. Bu yüzden şirket etik kurulunun bağımsız bir birim olması genellikle tercih edilen bir yoldur. Bununla beraber risk birimi, denetim birimi gibi bölümlerle beraber yapılandırıldığı örnekler de bulunmaktadır.

Şirket etik kurulu örgüt çapında etik süreçlerin oluşturulması, izlenmesi ve raporlanmasından sorumludur.

ÇALIŞMA HAYATI Etik Kurul Örneği

Sabancı Topluluğu İş Etiği Kuralları (SA-ETİK) kapsamında etik kuralların ihlal edildiğine dair şikayet ve bildirimleri soruşturmak ve çözümlemek ile sorumludur. H.Ö. Sabancı Holding A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı'na bağlı olarak çalışan Etik Kurul aşağıdaki pozisyonlardaki kişilerden oluşur:

Başkan-Denetim Bölüm Başkanı
Üye – H.Ö Sabancı Holding Hukuk işlerinin bağlı bulunduğu Bölüm Başkanı
Üye - H.Ö Sabancı Holding Çalışma İlişkilerinin bağlı bulunduğu Bölüm Başkanı
(Sabancı, 2017)

Bazı işletmelerde etik kurul değişik departmanlardan kıdemli yönetici kişilerin katılımı ile oluşturulmaktadır Bu kurul iş ahlakına yönelik politikalar oluşturarak yönetime rehberlik yapar. Böyle bir kurulun varlığı aynı zamanda işletmede iş ahlakına verilen önemi gösterir.

Etik hat uygulaması: Ahlaki sorunların 7/24 ulaştırılabileceği ücretsiz telefon hattı veya web sayfası uygulaması da işletmelerde yaygınlaşmaya başlamıştır. Tüm çalışanlar, iş ortakları, müşteriler ve diğer paydaşlar bu hat yoluyla etik ve uyum konularında soru sorabilir, gördükleri etik ihlalleri buraya bildirebilirler.

Örgütlerde Ahlaki/Etik Kodlar

Ahlaki kodlar, örgüt üyelerinin ahlaki bakımdan nasıl davranmaları gerektiğini belirleyen biçimsel dokümanlardır (Weaver, 1993). Ahlaki kodların kapsamı genel olarak şu başlıkları kapsamaktadır:

Etik hat uygulaması: Ahlaki sorunların 7/24 ulaştırılabileceği ücretsiz telefon hattı veya web sayfası uygulaması

i. Ahlaki kodların amacı, bağlamı, yönetimi ve otoriteyi tanımlayan özet bölümü

ii. Şirketin tanıtımı (şirket felsefesi dâhil)

iii. Çalışanlardan beklentiler

iv. Yasal düzenlemelere atıf

Şirketlerde ahlaki kodların kapsamını detaylı olarak gösteren iki örnek aşağıda verilmektedir. Örneklerden de anlaşılacağı gibi ahlaki kodlar bakımından ortak noktalar kadar sektör ve şirkete özgü farklar da bulunmaktadır.

Örgütlerde farklı kültürlerden gelen üyelerin aynı tür davranışları göstermesini sağlamak, etik ilkelerin geliştirilmesinin temel amaçlarından birisidir (Gül ve Gökçe, 2008, s. 381). İşletmeler büyüdükçe biçimsel ahlaki altyapı oluşturmaya daha fazla yönelmektedir. Bu çerçevede etik ofis, etik görevli, etik eğitimler, etik ihlaller için başvuru hattı, iş ahlakı ihlallerinin raporlanması ahlaki altyapıya örnek verilecek unsurlardır. Bu altyapı unsurlarının örgüt iklim ve kültürü ile desteklenmesi önemlidir.

Kurumsal Yönetim ve Örgütsel Ahlak

Yönetişim (*governance*) son yıllarda yönetim alanında öne çıkan bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Yönetişim kavramı yerine işletmecilik pratiğinde "kurumsal yönetim" kavramının kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. Bu çalışmada da yönetişim yerine kurumsal yönetim kavramı kullanılmıştır.

Kurumsal yönetim, işletme yöneticilerinin faaliyetleri yürütürken işletmenin sahiplerinin/hissedarlarının çıkarları, toplumun ihtiyaç ve beklentileri ile çevrenin korunmasını birlikte dikkate almaları üzerinde durmaktadır. Kurumsal yönetim uygulamalarının, iş ahlakını teşvik eden ve gelişmesine olumlu katkı sağlayan bir örgütsel ortam oluşturduğunu söyleyebiliriz. Bu yönüyle kurumsal yönetim, iş ahlakı üzerinde olumlu bir etki oluşturmaktadır.

Kurumsal yönetim, bir şirketin yürüttüğü faaliyetlerden doğrudan veya dolaylı etkilenen tüm menfaat sahiplerinin (paydaşların) haklarını koruma ve şirket yönetiminin sorumluluk ve yükümlülüklerini ortaya koyma amacındadır.

Kurumsal yönetim (*corporate governance*) işletmeleri yönlendiren ve kontrol eden sistem olarak tanımlanabilir (Cadbury, 1992). Kurumsal yönetim kavramı en geniş anlamda "iyi şirket yönetimi" (*good corporate governance*) demektir. Dar anlamda ise kurumsal yönetim, bir kurallar bütünü olarak şirket yönetimi ile hissedarlar (*shareholders*) ve paydaşlar (*stakeholders*) arasındaki ilişkileri düzenler. Bir yönetim felsefesi olarak kurumsal yönetim, bir şirketin yürüttüğü faaliyetlerden doğrudan veya dolaylı

Tablo 2.
Etik Kod Örnekleri

THY	KORDSA (GLOBAL)
1. Etik Kurallara Uyum 1.1 Sorumluluk 1.2 Yasaların ve Etik Kurallarımızın İhlalinin Sonuçları **2. Temel Değerlerimiz ve İlkelerimiz** 2.1 Dürüstlük ve Adil Davranma 2.2 Müşteri Memnuniyeti 2.3 Bireye Saygı 2.4 Yenilikçilik 2.5 Takım Çalışması 2.6 Liderlik 2.7 Verimlilik 2.8 Gizlilik 2.9 "Açık Kapı" Politikası **3. Pazara İlişkin Kurallar** 3.1 Rekabet Yasaları 3.2 Rüşvet ve Yolsuzluk 3.3 Pazarlamada Dürüstlük 3.4 Ticari İstihbarat 3.5 Uluslararası Ticaret Kısıtlamaları 3.6 Kara Para Aklama Faaliyetlerinin Önlenmesi **4. Ortaklığımız ve Hissedarlarımıza İlişkin Kurallar** 4.1 Muhasebe Defter ve Kayıtlarının Tutulması 4.2 Belgelerin Saklanması ve Korunması 4.3 Ortaklık Bilgisayarları ve İnternet 4.4 Gizli ve Fikri Mülkiyet Konusu Bilgiler 4.5 Patentler, Markalar ve Telif Hakları 4.6 Kişisel Bilgilerin Gizliliği 4.7 Kişisel Mahremiyet Yasaları 4.8 İçeriden Bilgi Alma (Insider Trading) 4.9 Çıkar Çatışmaları **5. Personelimize İlişkin Kurallar** 5.1 Fırsat Eşitliği 5.2 Ayrımcılık ve Taciz 5.3 Ayrımcılık ve Taciz Olaylarının Bildirilmesi 5.4 Bağımlılık Yaratan Maddelerin Kullanımı **6. Topluma İlişkin Kurallar** 6.1 İş Emniyetinin Sağlanması ve Çevrenin Korunması 6.2 Medya ve Kamuoyundan Gelen Talepler 6.3 Siyasi Faaliyetler 6.4 Sosyal Sorumluluk	**I. İŞ ETİĞİ KURALLARI** 1. Dürüstlük 2. Gizlilik 3. Çıkar Çatışması 4. Sorumluluklarımız 4.1.Yasal Sorumluluklarımız 4.2. Müşterilerimize Karşı Sorumluluklarımız 4.3. Çalışanlarımıza Karşı Sorumluluklarımız 4.4. Ortaklarımıza Karşı Sorumluluklarımız 4.5. Tedarikçi / İş Ortaklarımıza Karşı Sorumluluklarımız 4.6. Rakiplerimize Karşı Sorumluluklarımız 4.7. Çevre, Toplum ve İnsanlığa Karşı Sorumluluklarımız 4.8. "KORDSA", "KORDSA GLOBAL "ve "SABANCI" Adına Karşı Sorumluluklarımız **II. ETİK KURALLARI DESTEKLEYEN POLİTİKALAR** 1. İş Güvenliği, Sağlık ve Çevre 2. Çalışanlar 2.1. Adil Çalışma Ortamı Politikası 2.2. Gizlilik ve Çalışan Gizliliği 2.3. Saygılı, Tacizin Olmadığı Bir İşyeri 3. Şirket Varlıkları ve Finansal Bütünlük 3.1. İç Kontroller ve Raporlamada Doğruluk 3.2. Kordsa Global Kaynaklarının Kullanılması 3.3. Kordsa Global'in Varlıklarının Korunması 4. İş Ortakları ve Hükümetler 4.1. Hediye Verme ve Alma Politikası 4.2. Komisyonlar, İndirimler, İskontolar 4.3. Rekabet ve Antitröst 4.4. Çıkar Çatışmaları 4.5.Ticaret Kısıtlamaları, İhracat Kontrolleri ve Boykot Yasaları 5. Kordsa Global Grup Şirketlerinin Hisse Alım Satım Politikası **III. UYGULANACAK MEVZUAT** **IV. ÇALIŞANLARIN SORUMLULUKLARI** **V. YÖNETİCİLERİN SORUMLULUKLARI** **VI. DİĞER SORUMLULUKLAR** **VII. ETİK KURALLARA UYUMSUZLUKLARIN ÇÖZÜMLENMESİ** 1. Etik Kurul 2. Etik Kurul Çalışma İlkeleri

etkilenen tüm menfaat sahiplerinin (paydaşların) haklarını koruma ve şirket yönetiminin sorumluluk ve yükümlülüklerini ortaya koyma amacındadır (Aktan, 2013, s. 152).

Kurumsal yönetim (*corporate governance*) ilkeleri OECD tarafından 1999 yılında geliştirilmiş ve ilk defa 2004 yılında güncellenmiştir. Kurumsal Yönetim İlkeleri bağlayıcı olmamakla birlikte hükûmet ve şirketlerin kendi yönetim anlayışlarını gözden geçirmeleri ve belirlenen standartları hayata geçirmeleri konusunda önemli bir rehberdir. Kurumsal yönetim ilkelerinin ülkelerin kendilerine uygun biçimde hazırlanması önerilmektedir. Bu ilkeler uluslararası referans noktası ve etkin bir araç niteliği taşımaktadır (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2015). Ülkemizde ise kurumsal yönetim ilkeleri Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından ilk defa 2003 yılında yayımlanmıştır. Sermaye Piyasası Mevzuatı'na tabi tüm işletmelere yönelik olarak yayımlanmış bu ilkeler, daha sonra gözden geçirilerek 2005 yılında gücellenmiştir.

Kurumsal yönetimin genel kabul gören dört temel ilkesi bulunmaktadır. Bunlar adil olma, şeffaflık, hesap verme ve sorumluluk olarak sıralanmaktadır (Sermaye Piyasası Kurulu [SPK], 2003, s. 2-3). Bu ilkeler kısaca aşağıdaki gibi özetlenebilir (Aktan, 2013, s. 163-170; Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği [TKYD] ve Deloitte, 2007, s. 4-5):

i. *Adil olma (eşitlik) ilkesi,* işletme yöneticilerinin tüm hak sahiplerine eşit davranmasını ifade eder. Bu ilke, yöneticilerin verdikleri kararlarda ve yaptıkları uygulamalarında tüm taraflarının haklarını gözetecek bir yaklaşım içinde olmaları ve tüm paydaşlara karşı eşit davranılması üzerinde durur.

ii. *Şeffaflık ilkesi,* işletmenin gerçekleştirdiği faaliyetler hakkında finansal ve finansal olmayan tüm bilgilerin (ticari sır niteliği dışındaki bilgiler) kamuya tam, doğru ve açık bir şekilde açıklanması ve kamuoyunun aydınlatılmasını ifade eder.

iii. *Hesap verme ilkesi,* işletme yönetiminde karar verme ve uygulama yetkisi olanların (yönetim kurulu ve üst yöneticiler) görev, yetki ve sorumluluklarının nasıl paylaşıldığının açıkça tanımlanması üzerinde durur. Bu madde tepe yönetiminin hissedarlara hesap vermesi ve sonuçların sorumluluğunu üstlenmelerini ifade eder.

iv. *Sorumluluk ilkesi,* işletme yönetiminde söz sahibi kişi ve yöneticilerin, işletme faaliyetlerini gerçekleştirirken, toplumun ahlaki değerleri, yasal mevzuat ve işletme içi düzenlemelere uygun davranmalarını ifade eder.

SPK, yukarıdaki temel ilkeleri dikkate alarak, kurumsal yönetim ilkelerinin belirlenmesi ve uygulanmasına ilişkin hazırladığı tebliğler -ki zaman içinde revize edilmektedir- ile kurumsal yönetim ilkelerinin uygulamasını şekillendirmektedir. SPK kurumsal yönetim ilkelerine ilişkin tebliğler dört temel konuyu detaylı bir şekilde düzenlemektedir. Bunlar:

i. Pay sahipleri

ii. Kamuyu aydınlatma ve şeffaflık

iii. Menfaat sahipleri

iv. Yönetim kurulu

SPK, 2004 faaliyet yılından itibaren halka açık şirketlerde ''Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu (KYUR)" yayımlama zorunluluğu getirmiştir. Böylece şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerini uygulama düzeyleri ve uygulama başarıları konusunda kamuya açıklama yapmaları gerekmektedir (Kavut, 2010, s. 13).

İyi şirket yönetimi için, şirket yönetim kurulu ve şirket üst yönetiminin görev ve sorumlukları yanında, şirket içi ve şirket dışı paydaşların haklarını önceden belirleyerek bunları yasal çerçeve içerisine almak gerekli ancak yeterli değildir. İyi şirket yönetimi, kurumsal yönetim ilkelerini kapsayan formel kuralların yanı sıra, modern yönetim tekniklerinin uygulanması ve örgüt kültürünün önemi üzerinde durur (Aktan, 2013, s. 155).

Kurumsal yönetim ilkeleri ve uygulamaları örgütsel ahlak için teşvik edici ve kolaylaştırıcı bir örgütsel ortam sağlamaktadır. Kurumsal yönetimin biçimsel kuralları ile yetinmeyip, bu ilkeleri örgüt kültürü ile desteklemek büyük önem arzetmektedir. Kurumsal yönetim ilkelerinin örgüt kültürünün içine nüfuz etmesi, bu ilkelerin yaygınlaşmasını ve kalıcılığını da artıracaktır.

Kurumsal yönetimin önemli bileşenlerinden birisi de denetimdir. Denetim işlevi genel işletme iş ve işlemleri için yapıldığı gibi iş ahlakı uygulamalarının durumunu görmek için de yapılabilir. Örgütlerde iş ahlakının denetlemesinde dikkate alınacak sorular aşağıda verilmiştir.

İş Ahlakının Denetiminde Sorulan Temel Sorular

1. Örgütte biçimsel ahlaki kurallar ve/veya değerler sistemi mevcut mu? Bu sistem örgüt çapında ne kadar yaygın? Diğer sistemler tarafından ne kadar destekleniyor ve de pekiştiriliyor?
2. Ahlak, örgüt liderlerinin gündeminde yer alan önemli bir konu mudur? Liderler açık ve net ahlaki mesajlar gönderiyorlar mı?
3. Ahlaki değerlendirmeler, yeni girişimler ile planlama ve politika toplantılarının rutin bir parçası mıdır? Örgütün tepe kısmında ahlaki mevzuları dikkate alacak resmî bir komite var mıdır?
4. Resmî karar verme süreçlerinde ahlaki kaygılar dikkate alınır mı? Alınırsa nasıl alınır? Ya da sadece finansal kaygılar mı dikkate alınır?
5. Örgütün personel seçim uygulamalarında ahlaka uygun davranılır mı? Adayların ahlaki özellikleri dikkate alınır mı? Yeni çalışanların oryantasyonunda ve mevcutların eğitiminde dürüstlük vurgulanır mı?
6. Yöneticilerin örgüt değerlerine oryantasyonu sağlanıyor mu? Ahlaki karar vermeyle ilgili yöneticiler eğitime tabi tutuluyor mu?
7. Performans yönetimi sistemi ahlak kurallarını destekler mi? Sadece insanların dürüstlüğü mü terfi kriteridir? Performans yönetimi sisteminde sonuçlar kadar ahlaka uygun davranışlar da önemli midir?
8. Örgüt seviyesine bakılmaksızın uygunsuz davranışlar hızlı ve adil bir şekilde incelenip disiplin uygulaması yapılır mı?
9. Tüm seviyelerdeki çalışanlar davranışlarının sonuçlarını üstlenmeleri için teşvik edilir mi? Personelden yanlış buldukları bir şeyi yapmaları istendiğinde otorite sorgulanır mı?
10. Çalışanların problemleri raporlaması teşvik edilir mi? Kaygılarını güvenilir bir şekilde dile getirebilmeleri için resmî kanallar elverişli midir?
11. Bazı önemli örgütsel ritüeller ahlaki davranışları destekliyor mu? Biçimsel olmayan sosyalleşme süreçleri ahlaki davranışları destekliyor mu?
12. Ahlaki kaygıları tartışmak için örgüt içinde kabul edilebilir bir dil mevcut mu? Ahlaki konuşmalar günlük sohbetin bir parçası mıdır?

Kaynak: Trevino ve Nelson'dan (2011, s. 194-196) uyarlanmıştır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Ahlak

İşletmelerin sosyal sorumlulukları iş ahlakı ile yakından ilişkili olup iş ahlakı, sosyal sorumluluğu da içeren bir anlam taşır. Sosyal sorumluluk iş ahlakının önemli ve ayrılmaz bir parçasıdır (Aktan, 1999). İş ahlakı bağlamında işletmelerin gönüllü olarak, resmî ve yasal gerekliliklerin ötesine geçerek, çevreye ve paydaşlara karşı sorumlu davranmaları ve katkı sağlamaları önem arz etmektedir.

İşletmelerin sosyal sorumluluğu kavramının ortaya çıkmasında Bowen'ın (1953) *İşadamının Sosyal Sorumluluğu* kitabının etkisi dikkat çekmektedir. Bowen "kurumsal sosyal sorumluluk" kavramının babası olarak isimlendirilmeyi hak eder (Caroll, 1999, s. 291). Kâr amaçlı birer örgüt olan işletmelerin sosyal sorumlulukları konusunda farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. En çok bilinen yaklaşımlardan birisi, işletmelerin sosyal sorumluluğunun amacının kârı artırmak olduğu (Friedman, 1970) yönündeki yaklaşımdır. Bu görüşe karşılık ikinci bir görüş ise kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı olarak ele alınmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı, temel olarak kâr elde etmek için kurulsalar da işletmelerin çevreye ve paydaşlara karşı sorumlulukları bulunduğunu savunmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı, temel olarak kâr elde etmek için kurulsalar da işletmelerin çevreye ve paydaşlara karşı sorumlulukları bulunduğunu savunmaktadır.

Bu görüş günümüzde yaygınlık kazanmaya başlamış olup, işletmelerin kâr elde etmek dışında sosyal sorumluluklarının da olduğu görüşü son zamanlarda sıkça dile getirilmektedir. Sosyal sorumluluk yaklaşımı iki farklı hususu birlikte incelemektedir. Birincisi, ekonomik bir varlık olarak işletmelerin yaşamını sürdürebilmesi için kâr etmesi gereği; ikincisi ise önemli ve vazgeçilmez toplumsal bir kurum olarak işletmelerin çeşitli sosyal sorumluluklar üstlenmeleri gereğidir (Çelik, 2007).

İşletmelerin sosyal sorumluluklarından bahsederken paydaşlar teorisi ile ilişkilendirmek gerekmektedir. Paydaş teorisi, örgütsel faaliyetleri etkileyen ya da örgüt faaliyetlerinden etkilenen kişi ya da grupları paydaş olarak kabul eder. Örgütlerin sorumlu oldukları paydaşları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Aktan ve Börü 2007, s. 15):

i. Çalışanlara karşı sorumluluk,
ii. Müşterilere (tüketicilere) yönelik sorumluluk,
iii. Hissedarlara yönelik sorumluluk,
iv. Doğaya ve çevreye karşı sorumluluk,
v. Devlete karşı sorumluluk,
vi. Tedarikçilere karşı sorumluluk,
vii. Rakiplere yönelik sorumluluk,
viii. Topluma karşı sorumluluk vb.

İşletmelerin ekonomik faaliyetlerin ötesinde sosyal sorumlulukları olduğu, gönüllü olarak topluma ve çevreye katkıda bulunmaları gereğinin altı sıkça çizilmektedir. İşletmelerin sosyal sorumlulukları dört bileşenden oluşmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk piramidi olarak Carroll (1991) tarafından ortaya konulan bu yaklaşıma göre kurumların sorumlulukları ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik (*philantrophy*) olmak üzere dört başlıkta ele alınabilir. Bunları kısaca şu şekilde açıklayabiliriz:

i. Ekonomik sorumluluklar: İşletmeler, birincil amacı kâr elde etmek olan ekonomik varlıklardır. Bunun için işletmelerin kâr maksimizasyonu için çalışmaları ve kârlılığı sürekli hâle getirmeleri birincil önceliklerdir. Diğer bütün sorumluluklar ekonomik sorumluluk üzerinde yükselmektedir.

ii. Yasal sorumluluklar: İşletmelerin kâr elde etmenin yanında, yürürlükteki ilgili yasa ve yönetmeliklere uyması gerekmektedir. İşletmeler faaliyetlerini yürütürken aynı zamanda yasalara uygun davranarak yasal sorumluluklarını yerine getirmiş olurlar.

iii. Etik sorumluluklar: İşletmelerin ekonomik ve yasal sorumluluklarını yerine getirirken, aynı zamanda etik norm ve ilkelere uymaları gerekmektedir.

iv. Hayırseverlik sorumlulukları: İşletmelerin topluma katkı sağlamak için gönüllü olarak hayırseverlik faaliyetlerinde bulunmasıdır. Bu seviyedeki sorumluluk, işletmelerin ekonomik, yasal ve etik gerekçelerin ötesinde hayırseverlik anlayışı ile hareket etmeleri sorumluluğudur. Bu seviyede sorumluluk gösteren işletmeler iyi bir kurumsal vatandaş olarak tanımlanmaktadır.

İşletmelerin sosyal sorumlulukları pragmatik bir biçimde ve yöneticilik diliyle "kâr elde et, yasaya uy, etik ol ve iyi bir kurumsal vatandaş ol" (Caroll, 1991, s. 43) şeklinde özetlenebilir.

İşletme Fonksiyonları ve Örgütsel Ahlak İlişkisi

İşletmeler faaliyetlerini yürütürken bir dizi fonksiyonu yerine getirirler: Üretim, pazarlama, mali işler, insan kaynakları, tanıtım vb. İşletmeler belirlenen standart ve kalitede mal ve hizmet üretir ve üretilen mal ve hizmetlerin hedef pazarlara pazarlanması ve satışını yapar. İşletmeler bu süreçte yatırım yapmak, finansal kaynak bulmak ve bu kaynakları etkin kullanmak ister. Bu esnada mali işlemler kayıt altına alınır ve bu kayıtlardan yola çıkılarak ilgili yerlere mali tablolar yoluyla raporlama yapılır. Yine işletmeler faaliyetlerini yürütürken insan istihdam ederler. Bu amaçla insan kaynağı seçimi, eğitimi, kariyer yönetimi, ücret ve ödüllendirme işlemlerini yerine getirir. Bu fonksiyonların yürütülmesi sırasında işletmelerin iç çevresi ya da dış çevresine yönelik iş ahlakıyla ilişkili bazı karar durumları, sorunlar ya da ikilemlerle karşılaşılır.

Üretim yönetimi ile iş ahlakı ilişkisini dikkate aldığımızda öne çıkan konular iş yeri güvenliği, ürün güvenliği, uygun ham madde kullanmak, ürün kalitesi, israf etmemek, verimlilik, ürünlerin çevreye ve sağlığa zarar verici olmaması, iş sağlığı ve güvenliği kurallarına uymak, uygun çalışma koşulları oluşturmak gibi başlıklarda sıralanabilir. Üretim süreçlerinde iş ahlakına uymayan davranışların ortaya çıkmasında maliyeti düşürmek kaygısı en önemli sebeplerin başında gelmektedir. Bununla beraber üretim süreçlerinde yeni teknoloji ve süreçlerin kullanımı da iş ahlakı sorunları doğurabilmektedir. Ürünlerin test aşamasında denek olarak hayvanların ya da insanların kullanımı da üretim-ahlak ilişkisinde sorun alanları arasındadır. Üretim sonrası teknik destek verilmesi konusu da iş ahlakı bağlamında sorun alanı olarak dikkat çekmektedir.

İşletmeler pazarlama faaliyetleri yoluyla tüketicilerle doğrudan ilişki kurarlar, onları yönlendiren ve etkileyen pazarlama kararları verirler ve uygulamalar yaparlar. Bu yüzden pazarlama karar ve uygulamalarının iş ahlakı açısından değerlendirilmesi ve gözden geçirilmesi önemli bir gerekliliktir. Ahlaki açıdan bakıldığında pazarlama kararları sadece özel kârlılık hesapları üzerine dayandırılmamalı; içinde bulunulan toplum ve insanlığa etkileri ve hemen ölçülemeyecek etkileri de göz önüne alınmalıdır (Torlak, 2001, s. 131).

Pazarlama ahlakı tüketicilerin haklarını ve refahını korumaya, pazarlama aktörleri arasındaki işlemlerde adaleti sağlamaya odaklanır. Pazarlama ahlakı kapsamında dikkat edilmesi gereken bazı hususlardan bahsedebiliriz:

i. Ürünlerden çalmamak ya da yanıltıcı bilgi vermemek.
ii. Haksız rekabet etmemek.
iii. Paketleme, etiketleme ve reklamlarda doğru bilgi vermek.
iv. Rakipleri karalamamak.
v. Tanıtım ve reklamlarda doğru bilgi aktarmak, cinsellik ve çocuk istismarından kaçınmak.
vi. Uzun vadede topluma zarar verecek işlemlerden kaçınmak.
vii. Ekolojik çevreyi korumak.

İnsan kaynakları yönetimi açısından iş ahlakı öncelikli olarak insan kaynakları yönetiminin temel işlevlerinden işe alım, atama ve yükseltme, eğitim ve gelişim, çalışma şartları, ücret ve sosyal haklar ve iş sözleşmesinin sonlandırması konularında karşımıza çıkmaktadır (Çiftçi, 2012). İnsan kaynakları yönetimi ve iş ahlakı arasındaki ilişki açısından insan kaynakları faaliyetlerinin iş ahlakına uygun yürütülmesi önem arz etmektedir. Bunun yanında insan kaynakları işlevi örgütün diğer faaliyet ve uygulamalarının iş ahlakına uygun gerçekleştirilmesi için de katkı sağlamaktadır. İnsan kaynakları fonksiyonu ve iş ahlakı ilişkisi açısından, çalışanlar arası ayrımcılık yapılmaması ve adaletin sağlanması, insana yakışır çalışma ortamının oluşturulması, işe alım, istihdam ve işten

çıkarma süreçlerinde hakkaniyetli davranmak gerekmektedir. Ancak karlılık, etkinlik ve verimlilik baskısıyla zaman zaman insan kaynakları uygulamalarında iş ahlakı sorunları ile karşılaşıldığı görülmektedir. Greenwod'a (2002, 2013) göre iş ahlakı bakımından insan kaynakları alanı değerlendirildiğinde, hem teorik hem de pratik olarak bu alanda iyileşme ihtiyacı bulunmaktadır. Örgütlerde etik davranışların oluşturulması, uygulanması ve sürdürülmesinde insan kaynakları bölümünün önemli bir katkısı vardır (Carey, 1999).

Muhasebe ve finans fonksiyonu, işletmenin para bulma, yatırım yapma, paranın yönetimi, mali kayıtların tutulması ve mali tabloların raporlanması gibi parasal işlemlerin yoğun olduğu bir dizi faaliyetle ilgilidir. Muhasebe ve finans ile ilgili ahlaki problemler daha çok mali kayıtların tutulması, mali bilgilerin paylaşımı, raporlama ve denetim konularında yaşanmaktadır. Finansal raporların doğru bir biçimde hazırlanması ve firmanın mali performansının tarafsız ve doğru şekilde ilgililere sunulması ve mali işlemlerin denetlenmesi gerekmektedir. İşletme sahiplerinin işletmenin yüksek kâr elde etmesi, işletmenin büyümesi ve piyasa değerinin artması gibi beklentileri vardır. Bu beklentiyi karşılamak adına işletme yöneticileri maaş, teşvik primi gibi maddi getirilerini arttırmak amacıyla işletmenin mali sonuçlarını olduğundan daha iyi ve istikrarlı gösterebilirler. İçeriden bilgi sızdırılması da önemli bir iş ahlakı sorunudur.

Sonuç

Örgütlerde iş ahlakı, örgütsel iş ve işlemlerin iş ahlakına uygun yürütülmesine odaklanır ve bu konularda yapılacaklar üzerinde durur. Örgütsel ahlak temelde örgütlerdeki iş ahlakı sorunları, düzenlemeleri ve uygulamaları ile ilgilidir denilebilir. Örgütsel ahlak, davranışsal ve yapısal düzenlemeler yoluyla iş ahlakı değerleri ve ilkelerine uygun bir örgütsel ortamın oluşturulması amacı taşır. Bu çerçevede örgütsel ahlak, örgütsel değerlerin oluşturulması, çalışanlarla bunların paylaşılması, uygulamayı şekillendirecek düzenlemelerin yapılması ve takibi üzerinde durur.

Örgütlerde karar verme süreci, örgütsel ahlak bakımından öncelikle ele alınan konuların başında gelir. Örgütsel ahlak, çalışanların iş ahlakı bakımından farkındalıklarının artırılması, ahlaki yargılarının oluşması ve karar verme süreçlerinde iş ahlakına uygun davranmaları üzerinde durur. İş ahlakı ve karar verme ilişkisi ele alındığı zaman çalışanların iş ahlakı değerlerinin oluşumu önem arz etmektedir. Bu yönüyle iş ahlakı ve karar verme ilişkisi davranışsal yönü öne çıkan bir biçimde ele alınmaktadır. Bu yüzden karar verme ile iş ahlakı ilişkisi daha çok psikoloji kökenli araştırmacıların çalışmaları üzerine bina edilmiştir.

Örgütsel ahlakın yapısal yönü ise iş ahlakı uygulamalarının izlenmesi, yönetilmesi ve denetlenmesi üzerinde durur. Başta etik kodların oluşturulması olmak üzere, etik ofis oluşturulması, etik ve uyum görevlilerinin istihdamı, etik komite ve kurullar, etik sorunların ilgililere iletilmesi gibi konular iş ahlakının örgüt içi yapılandırılması kapsamında ele alınır. Kurumsal yönetim yaklaşımının da örgütsel ahlakın uygulanmasını sağlayacak örgütsel ortamı teşvik eden ve düzenleyen bir yönetim yaklaşımı olduğunu ifade edebiliriz. Kurumsal yönetim ilkeleri ve düzenlemeleri örgütlerde iş ahlakına uygun davranmayı sağlayan önemli bir çerçeve sunmaktadır.

Örgütler faaliyetlerini sürdürürken bir dizi fonksiyonu icra etmektedir. Üretim, pazarlama, finans yönetimi, muhasebe, insan kaynakları yönetimi gibi fonksiyonların yerine getirilmesinde iş ahlakı sorunları ile karşı karşıya kalınabilmektedir. Bu yüzden her bir işletme fonksiyonuna özgü iş ahlakı sorunları oluşmakta, bu fonksiyonların her birisi için iş ahlakı ilke ve düzenlemeleri oluşturma ihtiyacı bulunmaktadır. İşletme fonksiyonları icraya yönelik olduğu için, bu fonksiyonel alanlar iş ahlakı düzenlemelerine ve iyi uygulamalara en çok ihtiyaç duyulan alanların başında gelmektedir.

Örgütlerin temel amaçlarından birisi kâr elde etmektir. Bununla beraber paydaşlarına yönelik sorumluluklarını da ihmal etmemeleri gerekmektedir. Bu kapsamda örgütlerin sosyal sorumlulukları öne çıkmaktadır. İşletmelerin sosyal sorumlulukları iş ahlakı ile yakından ilişkilidir. Sosyal sorumlulukta işletmelerin resmî ve yasal gerekliliklerin ötesine geçerek gönüllü olarak çevreye ve paydaşlara yatırım yapmaları öne çıkmaktadır.

Örgütlerde iş ahlakı uygulamaları normatif ahlaki değer ve ilkeler bakımından gereklidir. Bunun yanında, iş ahlakı uygulamaları ve yasal uyum, şirketlerin itibarı ve marka değerinin devamı ile yakından ilişkilidir. Bu yüzden işletmelerin ahlaki değerler oluşturmaları, işletme stratejileri ve operasyonlarını bu değerler ile uyumlu yürütmeleri büyük önem arz etmektedir.

Kaynakça

Aktan, C. C. (1999). *Meslek ahlaki ve sosyal sorumluluk*. İstanbul: Arı Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını.

Aktan, C. C. (2013). Kurumsal şirket yönetimi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, *5*(1), 150-191.

Aktan, C. C. ve Börü, D. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. C. C. Aktan (Ed.), *Kurumsal sosyal sorumluluk: işletmeler ve sosyal sorumluluk* içinde (s. 11-36). İstanbul: İGİAD Yayınları.

Bandura, A. (2002). Selective moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of moral education*, *31*(2), 101-119.

Cadbury, A. (1992). *Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance*. London: Gee Ltd. of Professional Publishing Ltd.

Carey, L. E. (1999). Ethical dimensions of a strategic approach to HRM: An Australian perspective. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, *37*(3), 53-68.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social resposibility: Toward the moral management of organizational stakeholder. *Business Horizon*, *34*(4), 39-48.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, *38*(3), 268-295.

Çam, Z., Çavdar, D., Seydooğulları, S. ve Çok, F. (2012). Ahlak gelişimine klasik ve yeni kuramsal yaklaşımlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, *12*(2), 1211-1225.

Çelik, A. (2007). Şirketlerin sosyal sorumlulukları. C. C. Aktan (Ed.), *Kurumsal sosyal sorumluluk: İşletmeler ve sosyal sorumluluk* içinde (s. 61-84). İstanbul: İGİAD Yayınları.

Çiftçi, B. (2012). Örgütsel etik. M. Zencirkıran (Ed.), *Örgüt sosyolojisi* içinde (s. 169-202). Bursa: DORA Yayınevi.

Ekşi, H. (2006). Bilişsel ahlak gelişimi kuramı: Kohlberg ve sonrası. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *6*(1), 29-38.

Falkenberg, L., & Herremans, I. (1995). Ethical behaviours in organizations: Directed by the formal or informal systems? *Journal of Business Ethics*, *14*(2), 133-143.

Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine,* September, 1.

Friedman, W., Robinson, A. B., & Friedman, B. L. (1987). Sex differences in moral judgments? A test of Gilligan's theory. *Psychology of Women Quarterly*, *11*, 37-46.

Greenwood, M. R. (2002). Ethics and HRM: A review and conceptual analysis. *Journal of Business Ethics*, *36*(3), 261-278.

Greenwood, M. (2013). Ethical analyses of HRM: A review and research agenda. *Journal of Business Ethics*, *114*(2), 355-366.

Gül, H. ve Gökçe, H. (2008). Örgütsel Etik Bileşenleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, *13*(1), 377-389.

James, H. S. (2000). Reinforcing ethical decision making through organizational structure. *Journal of Business Ethics*, *28*(1), 43-58.

Kavut, L. (2010). Kurumsal yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk ve çevresel raporlama: İMKB 100 şirketlerinin çevresel açıklamalarının incelenmesi. *Yönetim Dergisi*, *21*(66), 9-43.

Kohlberg, L., & Hersh, R. H. (1977). Moral development: A review of the theory. *Theory into practice*, *16*(2), 53-59.

KORDSA. (2017) . *Etik kodu*. http://www.kordsa.com/ethics_code.asp?d=tr adresinden 12 Kasım 2017 tarihinde edinilmiştir.

Moore, C., Detert, J. R., Klebe Treviño, L., Baker, V. L., & Mayer, D. M. (2012). Why employees do bad things: Moral disengagement and unethical organizational behavior. *Personnel Psychology*, *65*(1), 1-48.

Narvaez, D. (2005, January). The neo-Kohlbergian tradition and beyond: Schemas, expertise, and character. In G. Carlo ve C. Pope-Edwards (Eds.), *Nebraska symposium on motivation* (Vol. 51, p. 119-164). Lincoln: University of Nebraska Press

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2015). *G20/OECD principles of corporate governance*. Retrieved November 12, 2017, from http://www.oecd.org/corporate/principles-corporate-governance.htm.

Sabancı (2017). *Etik kurul.* https://www.sabanci.com/tr/calisma-prensipleri/is-etigi-kurallari. adresinden 12 Kasım 2017 tarihinde edinilmiştir.

Schnebel, E., & Bienert, M. A. (2004). Implementing ethics in business organizations. *Journal of Business Ethics*, *53*(1-2), 203-211.

Sermaye Piyasası Kurulu. (2003). *Sermaye Piyasası Kurulu kurumsal yönetim ilkeleri*. http://www.ecgi.org/codes/documents/kyy_tr.pdf adresinden 12 Kasım 2017 tarihinde edinilmiştir.

Smith, H. R., & Carroll, A. B. (1984). Organizational ethics: A stacked deck. *Journal of Business Ethics*, *3*(2), 95-100.

Tenbrunsel, A. E., Smith-Crowe, K., & Umphress, E. E. (2003). Building houses on rocks: The role of the ethical infrastructure in organizations. *Social Justice Research*, *16*(3), 285-307.

Torlak, Ö. (2001). Pazarlama ahlakı. İstanbul: Beta Yayınları.

Trevino, L. K. (1986). Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model. *Academy of management Review*, *11*(3), 601-617.

Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2011). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. 5th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.

Treviño, L. K., Weaver, G. R., & Reynolds, S. J. (2006). Behavioral ethics in organizations: A review. *Journal of Management*, *32*(6), 951-990.

Türk Hava Yolları. (2017) *Etik değerler.* http://www.turkishairlines.com/download/investor_relations/kurumsal_yonetim/etik_degerler.pdf adresinden 12 Kasım 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği ve Deloitte. (2007). *Nedir bu kurumsal yönetim?* http://www.tkyd.org/files/downloads/faaliyet_alanlari/yayinlarimiz/tkyd_yayinlari/nedir_bu_kurumsal_yonetim.pdf adresinden 12 Kasım 2017 tarihinde edinilmiştir.

Weaver, G. R. (1993). Corporate codes of ethics: Purpose, process and content issues. *Business & Society*, *32*(1), 44-58.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social resposibility: Toward the moral management of organizational stakeholder. *Business Horizon*, *34*(4), 39-48.

Çam, Z., Çavdar, D., Seydooğulları, S. ve Çok, F. (2012). Ahlak gelişimine klasik ve yeni kuramsal yaklaşımlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, *12*(2), 1211-1225.

Falkenberg, L., & Herremans, I. (1995). Ethical behaviours in organizations: Directed by the formal or informal systems? *Journal of Business Ethics*, *14*(2), 133-143.

Kohlberg, L., & Hersh, R. H. (1977). Moral development: A review of the theory. *Theory into practice*, *16*(2), 53-59.

Tenbrunsel, A. E., Smith-Crowe, K., & Umphress, E. E. (2003). Building houses on rocks: The role of the ethical infrastructure in organizations. *Social Justice Research*, *16*(3), 285-307.

Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2011). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. 5th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.

Weaver, G. R. (1993). Corporate codes of ethics: Purpose, process and content issues. *Business & Society*, *32*(1), 44-58.

7

Pazarlama ve Reklam Ahlakı

Ömer Torlak
Şuayıp Özdemir
Fikret Yaman

Tartışma Soruları

- Pazarlama ahlakı niçin önemlidir? Alıcı ve satıcı yönlü olarak değerlendiriniz.
- Reklamın ahlaka uygun olmasından kim ya da kimler sorumludur?
- Medyada yer alan reklamların ahlaka uygunluğunun denetlenmesi için mevcut durumdan daha fazla neler yapılabilir?
- Rekabet ve ahlak arasında nasıl bir ilişki vardır? Bu ilişkinin istenen şekilde olması nelere bağlıdır?
- Reklamın paydaşlarının kişisel ahlakları mı yoksa profesyonel ahlakları mı reklamın içeriğinin ahlaka uygun olmasında daha etkilidir?

Giriş

İşletmeler, tüketicilerin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri karşılayarak kâr elde etme amacıyla kurulmuş ekonomik amaçlı birimlerdir. Büyüklü küçüklü milyonlarca işletme günlük hayatın içinde yer almaktadır. İşletmeler kâr etme, hayatını sürdürme, yeni pazarlara girme, yeni ürün geliştirme, rekabet etme veya büyüme gibi amaçlarla faaliyetlerini sürdürür.

İşletmenin amaçlarını gerçekleştirmek için kullandığı temel fonksiyonlar üretim, finansman, muhasebe, insan kaynakları yönetimi ve pazarlama şeklinde ifade edilebilir. Üretim ile mal ve hizmet üretimi gerçekleştirilirken finansman ile yatırım, para bulma ve paranın etkin kullanımı esas alınır. Muhasebe fonksiyonu gerçekleştirilen işlem kayıtları ve mali tablolar ile yönetime katkı sağlarken, vergilemede ve işletmenin tüm diğer paydaşlarına doğru veri ve bilgi sunar. İnsan kaynakları fonksiyonu ile işe ve pozisyona uygun insan kaynağının seçimi, işe yerleştirilmesi, eğitimi ve geliştirilmesi ile ücret, ödüllendirme ve yönetimi konuları üzerinde

durulur. Pazarlama ise işletmenin hedef pazarları için uygun mal ve hizmet üretiminin sağlanmasına katkı sağlayan ve aslında rehberlik etmesi gereken önemli bir işletme fonksiyonudur. Aksi hâlde üretilen mal ve hizmetlerin satışı mümkün olamaz.

Bu fonksiyonların her birinin icrası sırasında ahlaki olmayan durumlarla karşılaşmak mümkün olmaktadır. Örneğin üretimde kullanılan hammadde, malzeme veya kullanılan yöntemlerin toplumda genel kabul görmüş ahlaki değerlere veya inanç değerlerine uygun olmaması durumu söz konusu olduğunda, üretimle ilgili ahlaki konulardan söz edilir. Üretimle ilgili temel ahlaki problemlere israf, iş güvenliği, ürün güvenliği konuları örnek verilebilir. Muhasebe ve finans fonksiyonu işletmenin içindeki parasal akışı sağlamaya çalışır ve dolayısıyla muhasebe ve finans fonksiyonlarında para ile ilgili hemen her türlü işlemin ahlakiliğinden söz edilebilir. Muhasebe-finans ile ilgili ahlaki problemler özellikle kayıt tutma ve denetim ile ilgili olarak ortaya çıkmaktadır. İnsan kaynaklarıyla seçim, işe yerleştirme, eğitim, terfi, ödüllendirme ve işten çıkarma ile ilgili her türlü konu iş ahlakının ilgi alanına girer. İnsan kaynakları fonksiyonu, işletme içinde, çalışanlar arası adaletin sağlanması, insana yakışır ortamların sağlanması gibi kısıtlar altında kârlılık, etkinlik ve verimliliğe katkıda bulunmaya çalıştığı için iş ahlakıyla ilgili konularla sık sık karşılaşılması söz konusudur.

İşletmenin fonksiyonları arasında dışa dönük olması, muhatap olduğu tüketicilere kıyasla daha büyük bir bilgi ve iletişim gücünü kullanması bakımından pazarlama fonksiyonu, fazlasıyla ahlaki problemlere yol açma potansiyeli taşımaktadır.

İşletmenin fonksiyonları arasında dışa dönük olması, muhatap olduğu tüketicilere kıyasla daha büyük bir bilgi ve iletişim gücünü kullanması bakımından pazarlama fonksiyonu, fazlasıyla ahlaki problemlere yol açma potansiyeli taşımaktadır. Pazarlama, işletmenin diğer fonksiyonlarıyla iş birliği yapmakla birlikte esas olarak pazarın, ihtiyaç ve beklentilerine uygun mal ve hizmetlerin üretim veya tedarik edilmesi, fiyatlandırılması, ürünlerin dağıtımı ve pazarlama iletişimi çabalarıyla ilgilenmektedir. Bu durum pazarlama literatüründe İngilizce baş harfleriyle kısaca 4p[1] olarak adlandırılmaktadır.

"Pazarlama; müşteriler, paydaşlar ve genel olarak toplum için değer oluşturma, haberdar etme, sunma ve değişim için kurumsal düzenleme ve süreçleri içeren faaliyetler" (American Marketing Association [AMA], 2013) olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan hareketle pazarlama hakkında şunlar söylenebilir. Pazarlama özellikle işletme adına, tüketici ile ilişki kurarak değiş tokuş (satış) fonksiyonunu yerine getirme görevini üstlenmektedir. Bu görevini daha rahat

1 4p: Ürün (*product*), fiyat (*price*), dağıtım (*place*) ve pazarlama iletişimi/tutundurma (*promotion*) kavramlarının İngilizce karşılıklarının ilk harfleriyle üretilmiş bir kısaltmadır.

ve etkili olarak yerine getirebilmek için ise satış öncesi ve sonrası etkinlikler yapmakta, ilk bakışta pazarlamayla doğrudan ilgi kurulamayan alanlarda bile faaliyet göstermektedir. Pazarlamanın işi, tüketicinin memnuniyetini sağlayacak sistemin geliştirilmesi ve sürdürülmesidir. Bunun için tüketiciler ve pazar hakkında araştırma yapmak, bilgi toplamak, kitle iletişim araçlarını kullanarak mesajlar iletmek, işletmeye yönelik imajı olumlu anlamda güçlendirmek, ürünler hakkında tüketicilerin olumlu tutum sahibi olmalarını sağlamak, rekabete karşılık vermek, ürünlerin daha çok satılmasını sağlamak gibi çok sayıda amacın gerçekleştirilmesi pazarlamanın kapsama alanındadır.

Pazarlama Ahlakı

Pazarlamanın konusunu temelde tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayan *mallar* oluşturmaktadır. Ancak pazarlama sadece kâr amacı güden işletmeler için yapılmaz. Pazarlama aynı zamanda kâr amacı gütmeyen kuruluşların da kullandığı yöntemleri içermektedir. Örneğin sigaranın ve alkolün zararlarını anlatmaya çalışan Yeşilay Derneği de bu *düşünceyi* yaygınlaştırmaya çalışırken pazarlamadan yararlanmaktadır. Pazarlamaya konu olan ürünler incelendiğinde aslında pazarlamanın ne kadar geniş bir yer tuttuğu daha iyi anlaşılabilecektir. Pazarlama, somut olan malların pazarlamasının yanında soyut olan *hizmetlerin* pazarlaması ile de ilgilenir. Eğitim, turizm, sağlık ve eğlence gibi çok sayıda hizmet, tüketicilere pazarlama aracılığı ile sunulmaktadır. Sporcu, sanatçı ve siyasetçi gibi toplumun önünde bulunan *kişiler* varlıklarını büyük oranda pazarlamaya borçludur. Çünkü onlar da hedef kitleleri bakımından "tercihe şayan" olmak için pazarlama yöntemlerini kullanmaktadır. Dünya çapındaki bilim, spor ve sanat *etkinlikleri* (olimpiyatlar, şampiyonlar ligi, konserler, fuarlar, kongreler gibi) de aslında birer pazarlama organizasyonu olarak değerlendirilebilir. Şehirler, bölgeler ve ülkeler (destinasyonlar) daha olumlu imaj oluşturabilmek adına ve daha uzaktan misafirlerin takdirini ve tercihini kazanmak için pazarlamadan yararlanmaktadır.

İlgi ve kapsamı alanı bu kadar geniş olan pazarlamayı hem uygulamaya dönük hem de akademik bir disiplinle sınıflandırmak, öğretmek ve eleştirmek için formüle etmek gereklidir. Pazarlama ve reklam ahlakını ele alan bu çalışmada konuyu sistematik olarak anlatabilmek amacıyla "4p yaklaşımı" esas alınmıştır. Bu kapsamda pazarlama karmasının dört temel elemanı tek tek ahlaki bakımdan ele alınmakta ve özellikle kamuoyunun dikkatine çeken ve pazarlama karması içinde yer alan pazarlama iletişimi bileşeninin bir alt bileşeni olan reklam ahlakı üzerinde ayrıca ve daha geniş olarak durulmaktadır.

Ürün ve Ürüne İlişkin Pazarlama Ahlakı Konuları

Tüketicilere fayda sağlayan her türlü somut ve soyut özellikleriyle birlikte *ürün* konusunda pazarlama uygulamalarının ahlaki eleştiriler aldığı görülmektedir. *Öz ürün* olarak bilinen ve tüketicilerin esas faydayı sağladığı kısmından daha çok, ürünlerin tasarım, içerik, ambalaj, satış sonrası, marka, kalite, standartlara uygunluk gibi özelliklerini de içeren *genişletilmiş ürün* kavramı ürüne yöneltilebilecek eleştiri sayısını da artırmaktadır.

Ürüne ilişkin ahlaki problem olarak kabul edilebilecek en önemli özellik, ürünün üretim boyutuyla birlikte ele alınması gereken ürün güvenliğidir. *Ürün güvenliği*, ürünle ilgili olarak belirlenmiş standartlara uygun olmama ya da ürün içeriği veya eklentileri sebebiyle tüketicilere zarar verebilecek boyutları ifade eder. Ürünün kendisinde ya da ambalajında sağlığa veya çevreye zararlı maddelerin bulunması veya zararları en aza indirmek için yeteri kadar çaba sarf edilmemiş olması, ahlaki bakımdan bir problem olarak değerlendirilmekte ve bu durum nedeniyle pazarlama eleştirilmektedir. Genetiği değiştirilmiş organizmalar, hormonlu ürünler, şeker yerine kullanılan glikoz şurubu, bağımlılık yapan ürünler gibi tüketicilerin bilerek ya da bilmeyerek kullandığı pek çok madde ürün güvenliği ile ilgilidir.

***Ürün güvenliği*, ürünle ilgili olarak belirlenmiş standartlara uygun olmama ya da ürün içeriği veya eklentileri sebebiyle tüketicilere zarar verebilecek boyutları ifade eder.**

Ürünlerin ömrünün kısaltılması ya da uzatılması da bazı durumlarda pazarlama teknikleri yoluyla olabilmektedir. Daha sonraki ürünün pazarda yer bulmasını sağlamak üzere *planlı ürün eskitme* çabaları da ahlaki bakımdan eleştirilmektedir (Torlak, 2007, s. 238). Örneğin hâlâ kullanılabilir durumda olan ve üründen beklenen öz faydayı sağlayabilecek durumda olan ürünlerin bir sonraki modelinin çıkmış olması nedeniyle pazarda itibarının düşürülmesi sebebiyle tüketiciler tarafından yeni ürün kullanmak daha çok talep edilse bile bu durum ahlaki bakımdan eleştirilen bir konu olmaktadır. Örneğin şehirler arası seyahatlerde, seyahat firmaları ve tüketiciler tarafından otobüslerin yenisi tercih edilmekte, bunu bilen otobüs üreticileri 3-4 yılda bir otobüsleri yenileyerek tekrar tekrar aynı kişilere otobüs satmaktadır. Girişimciler yeni otobüsü borçlanarak almakta, tam borcu bittiğinde yeni model otobüsü almak zorunda kalmakta, yenisini aldığında da aynı şey yeniden olmaktadır. Benzer şeylerin yazılım pazarında, bilgisayar pazarında da olduğu gözlenebilmektedir. Planlı ürün eskitme giyim ve otomobil gibi alanlarda moda ile birlikte kullanılabilmekte ve ürünlerin ömrü moda ile sonlandırılmaktadır. Bu durumu çok öz biçimde anlatan bir karikatür Resim 1'de görülmektedir (Torlak, 2007, s. 239).

Resim 1. Planlı Ürün Eskitme

İşletmeler, pazarda yer alan tüketicileri bölümlendirmekte ve farklı pazar bölümlerine farklı uygulamalar geliştirebilmektedir. Bu kapsamda bazı işletmeler geliri düşük tüketicilere *kalitesi düşük ürün*leri sunabilmektedir. "Her topal satıcının, kör bir alıcısı vardır" düşüncesinden hareketle kalitesiz ürün üreterek alt gelir gruplarına sunmaya devam eden işletmelerin bu düşüncesi de ahlaki bakımdan problemli bulunmaktadır.

Üretimi kısmak, ürünleri tekelinde toplayarak tüketicilere daha pahalıya satmaya çalışmak, tescilli bir ürünü izinsiz çoğaltarak ticari kazanç elde etmeye çalışmak, tanınmış bir markalı ürünün markasını *taklit* ederek haksız kazançlar elde etmek de ürünle ilişkilendirilebilecek ahlaki problemlerdir.

Fiyat ve Fiyatlandırma İle İlgili Pazarlama Ahlakı Konuları

Tüketicilerle işletme arasında ürünlerin değişimini sağlamak ve kolaylaştırmak için belirlenen parasal bedel olan fiyat, pazarlama karmasının ikinci bileşenidir. Fiyat iktisat literatüründe anlatılan arz ve talep dengesini sağlamada kullanılan enstrümanlardan birisidir.

ÇALIŞMA HAYATI

Rekabetin az olduğu alanlarda fiyat düşürülerek talep canlandırılabilmekte, fiyat yükselterek talep kısılabilmektedir. Bazı alanlarda arz miktarı da denge noktasını bulmakta kullanılmasına rağmen özellikle turizm, eğitim ve eğlence gibi hizmet sektörlerinde arz kısa sürede artırılamadığı için fiyat, dengeyi sağlamanın aracı olarak kullanılabilmektedir. Arzın kısa sürede artırılamadığı ve eksik rekabetin olduğu durumlarda işletmeler, fiyatı iyi niyetli olmayan bir biçimde artırabilmektedir. Bu durum pazarlamayla ilgili olumsuz algıların oluşmasına neden olabilmektedir.

Fiyatla ilgili olarak eleştiri alan bir başka nokta *küsuratlı fiyatlandırma*lardır. Sonu 9 ile biten fiyatlandırmalarda bir sonraki onluk ya da yüzlükten sadece birkaç kuruş eksiğiyle tüketicilerin zihninde o ürün için düşük fiyat algısı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Üstelik küçük miktarlarda olan bu küsuratlar nakit ödemelerde tüketicilere zaman zaman ödenememekte ve tüketiciler, işletmenin haksız kazanç elde ettiği algısına kapılmaktadır.

Fiyatlarla ilgili en yaygın kullanılan ve eleştirilen konulardan birisi fiyat etiketleri üzerindeki "önce bindirilmiş, sonra indirilmiş" hissi uyandıran önceki fiyatı ve indirimli fiyatı gösteren ikili fiyat kullanımlarıdır. Bazı ürünlerde *etiket fiyatı*nın yarısına; hatta dörtte birine indirilen fiyatlar, ilk fiyatların gerçekçi olup olmadığı konusunda tüketicilerde şüpheler uyandırmaktadır.

Fiyat, ürünün değerini ortaya koyan bir göstergedir. Ürünleri gerçekte olduğundan çok daha değerli gösterebilmek için yüksek fiyat kullanılabilmektedir. "Ucuz alacak kadar zengin değilim." diye düşünerek pahalı ürünün kaliteli olduğu varsayımıyla hareket eden tüketiciler zaman zaman hem pahalı hem de kalitesiz ürün alabilmektedir.

Fiyatlandırma, rekabette kullanılan bir araçtır. Fiyatlar rakiplerin biraz altında belirlenerek tüketicilerin talebi çekilebilmektedir. Küçük fiyat farklılıkları talebin fiyat esnekliğine bağlı olarak küçük ya da büyük etki yapabilmektedir. Fiyatın rekabet silahı olarak kullanılmasında bir sorun bulunmamakla birlikte bu silahın rakipleri ortadan kaldırmak, daha sonra rekabetsiz ortamda daha yüksek fiyatlı ürün satarak "fahiş kâr" elde etme amacına yönelik kullanıldığı görülebilmektedir. Az sayıda satıcı işletmenin bulunduğu sektörlerde *anlaşmalı fiyat* belirleyerek bir tür kartelleşmeye gitmek de mümkündür. Tüketicilerin aleyhine olmak üzere fiyat kullanılarak yapılan kartelleşme çabaları yasal değildir ve Rekabet Kurumu bu tür durumları tespit ederek bu yola başvuran işletmelere yaptırım uygulamaktadır.

Fiyatın rekabet silahı olarak kullanılmasında bir sorun bulunmamakla birlikte bu silahın rakipleri ortadan kaldırmak, daha sonra rekabetsiz ortamda daha yüksek fiyatlı ürün satarak "fahiş kâr" elde etme amacına yönelik kullanıldığı görülebilmektedir.

Dağıtım ve Dağıtıma İlişkin Pazarlama Ahlakı Konuları

Dağıtım, ürünün üretildiği noktadan tüketiciye ulaştırılması işidir. Dağıtım yapan işletmeler genel olarak *aracı* olarak isimlendirilmekle birlikte perakendeci, toptancı, distribütör, bayi, acente gibi özel isimler de alabilmektedir. Ürünlerin depolanması, tedarik ve lojistik de dağıtım kapsamında ele alınabilecek konulardandır. Dağıtım konusu, işletme için bir maliyet getirmekle birlikte, tüketiciye ürünlere ulaşmada bir kolaylık sağlamaktadır. İşletmeler kendilerine ait dağıtım kanalları oluşturabildikleri gibi mevcut dağıtım kanallarından birisinden "komisyon karşılığı" hizmet alma yoluna da gidebilmektedir.

İşletmeler, dağıtım konusunda mümkün olan en etkili sayıda aracıyı bulmaya ve dolayısıyla dağıtım maliyetlerini düşürmeye çalışır. Bu amaçları gerçekleştirmeye çalışırken ürünlerin güvenli şekilde ulaşmaması, belirlenen *komisyonlar*ın ürünün fiyatını orantısız derecede artırması gibi problemler dağıtım kanalında ortaya çıkan başlıca problemlerdendir. Her zaman kamuoyunda konuşulan tarımsal ürünlerin tarladaki fiyatıyla pazardaki

Her zaman kamuoyunda konuşulan tarımsal ürünlerin tarladaki fiyatıyla pazardaki fiyatı arasında oluşan birkaç katlık farkın dağıtıcılara gittiği ve aracıların büyük kazançlar elde ettiği düşüncesi, pazarlamada dağıtıma yöneltilen eleştirilerden birisidir.

fiyatı arasında oluşan birkaç katlık farkın dağıtıcılara gittiği ve aracıların büyük kazançlar elde ettiği düşüncesi, pazarlamada dağıtıma yöneltilen eleştirilerden birisidir.

Üretici işletmeler, ürünlerin dağıtımını belli bölgeler için yetkilendirilmiş aracılarla yapabilmektedir. Bu bölgelerde yetkilendirilmemiş aracılarla satış yapılması (bayi atlama), *yetkilendirilmiş aracı*nın varlığına rağmen aynı zamanda üreticinin doğrudan dağıtım yapması, risk üstlenerek dağıtım üstlenen aracılara zarar verebilen ve ahlaki bakımdan problem sayılabilecek davranışlardır (Torlak, 2007, s. 252-255).

Pazarlama İletişimi (Tutundurma) İle İlgili Pazarlama Ahlakı Konuları

Pazarlama iletişimi, pazarlama karması içinde nispeten soyut ancak tüketicilerle iletişim anlamında diğerlerine göre daha aktif bir bileşendir. Pazarlama iletişimi, ürünlerin daha dikkat çekici olmasını, daha kolay kabulünü sağlamak üzere, işletmeler tarafından bilinçli olarak yapılan eş güdümlü iletişim faaliyetlerinin bütünüdür (Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2016, s. 419). Halkla ilişkiler, reklam, kişisel satış, satış geliştirme çabaları, doğrudan pazarlama ve sosyal medya iletişimi, pazarlama iletişimi yöntemlerinden başlıcalarıdır.

Halkla ilişkiler çabaları, genel olarak bir ürünü değil işletmeyi konu alan olumlu bir mesajla hedef kitleyi etkilemeye çalışır. Basın bültenleri, duyurumlar, sponsorluklar, sosyal sorumluluk kampanyaları olumlu imaj oluşturmak ya da krizle başa çıkmak için kullanılabilecek iletişim yöntemleridir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin öncelikli amacı işletme ya da kamu kuruluşu ile ilgili olumlu *imaj* oluşturmak olduğu için (satış değil) doğru bilgilerle hareket etmek zorundadır. Çünkü halkla ilişkilerde konu ne bir insan ne de bir üründür, genellikle konu kurumsal yapıdır. İşletmenin yaptığı bir yanlışın kabullenilmesi anlamına bile gelse halkla ilişkiler dürüstlüğü esas alır. Böylece kurumsal olarak yanlışların arkasında durulmadığı imajı oluşturulmaya çalışılır. Bu bakımdan halkla ilişkiler faaliyetlerinin genel ahlaka uygun olması beklenir. Halkla ilişkilerde oluşturulan mesajların yayımlanması için medya araçlarından yararlanabilir.

Abartma, yalan söyleme, baskıyla satış yapma, harcamalarda yanlış, eksik veya yanıltıcı bilgi verme, müşteriler arasında ayrımcılık yapma, rüşvet gibi ahlaki olmayan durumlar kişisel satış işinde karşılaşılabilen problemlerdir.

Pazarlama iletişimi karması içinde müşterilerle bire bir iletişim kurmayı sağlayan yöntem olarak bilinen kişisel satış, işin içinde insanın en yoğun olarak yer aldığı pazarlama iletişimi yöntemidir. İnsanın ön planda olduğu yerlerde ise ahlaki problemler olabilmektedir. Abartma, yalan söyleme, baskıyla satış yapma, harcamalarda yanlış, eksik

veya yanıltıcı bilgi verme, müşteriler arasında ayrımcılık yapma, rüşvet gibi ahlaki olmayan durumlar kişisel satış işinde karşılaşılabilen problemlerdir. Kişisel satışın özünde insan olduğu için, satış elemanının bireysel değerleri de onun ahlaki davranıp davranmamasını önemli ölçüde etkiler. Satış elemanlarının ahlaki değerlerinin desteklenmesi ve ahlaka uygun davranışların teşvik edildiği, aynı zamanda ahlaka uygun olmayan davranışları azaltmaya dönük bir kontrol ve başarı değerleme sistemi, kişisel satıştaki ahlaki problemleri önemli ölçüde çözebilir.

!

Örnek ürün dağıtımları, çoklu ürün satışları, ikincisini alana ek indirimler, çekilişler gibi uygulamalarla karşımıza çıkabilen promosyon uygulamalarında tüketicinin sağlıklı karar vermesini engelleyici uygulamalar gözlemlenebilmektedir.

Ürünle müşteri arasında ilişki kurmayı öngören, tüketicilerde ani satın alma kararı verdirerek satışları artırmaya dönük olarak yapılan satış geliştirme (promosyon) çalışmaları da pazarlama iletişimi yöntemlerinden biridir. Örnek ürün dağıtımları, çoklu ürün satışları, ikincisini alana ek indirimler, çekilişler gibi uygulamalarla karşımıza çıkabilen promosyon uygulamalarında tüketicinin sağlıklı karar vermesini engelleyici uygulamalar gözlemlenebilmektedir. Promosyon uygulamalarının bir kısmı ise aracılara dönüktür. Örneğin bir üretici, perakendecinin raflarında daha çok yer tutabilmek amacıyla perakendeciye hediyeler verebilmektedir. Hediyelerin nasıl kullanıldığı, bu hediyelerle tüketicinin satın almaya teşvik edildiği ürünün gerçekten tüketicinin satın almak istediği ürün olup olmadığı gibi eleştiriler, promosyonla ilgili olarak pazarlama iletişimine yönlendirilmektedir.

Eskiden kataloglarla ve telefonlarla yapılan artık uydu üzerinden kiralanmış televizyon kanallarından, satış çalışmaları doğrudan satıştır. Doğrudan satışla ilgili olarak; güvensiz ürünler, aldatıcı uygulamalar, verilen sözlerin yerine getirilmemesi, satış sonrası yaşanan problemler gibi ahlaki problemlerin yaşandığı görülebilmektedir. Doğrudan satışla ilgili olarak yapılan yasal düzenlemeler, bu konuda tüketiciyi önemli ölçüde koruma altına almış olduğundan gün geçtikçe bu alandaki şikâyetler azalmaktadır.

Pazarlama iletişimi karması içinde tüketicilerin en sık karşılaştığı iletişim yöntemi reklamlardır. Reklam, bir işletmeyi ya da ürünü bir medya üzerinden tanıtmaya dönük olarak yapılan iletişim faaliyetlerinin genel adıdır. Her gün televizyon, gazete, radyo, açık hava, dergi, internet, sosyal medya gibi mecralar üzerinden yayımlanan binlerce reklam ile tüketicilere ulaşılmaya çalışılmaktadır.

Pazarlama iletişiminin temel amaçları bilgilendirme, hatırlatma ve ikna etme olarak bilinmektedir. Medya üzerinden kullanılmış olması ve oldukça yoğun rekabete açıklığı, pazarlama iletişimi araçlarından birisi olarak kullanılan reklamlarda ahlaki olmayan durumlarla daha sık karşılaşmayı beraberinde getirebilmektedir. Bu nedenle pazarlama iletişimi ve özellikle de reklamlar ahlaki bakımdan daha fazla eleştiriye açıktır. Bundan sonraki bölümde özellikle reklam ahlakı konuları ele alınmaktadır.

Reklam Ahlakı

Reklamlar günlük hayatta kişinin istemese de karşısına çıkan, hayatımızda yok sayamayacağımız bir pazarlama iletişimi (tutundurma) bileşenidir. Reklam, sabah uyandığımız andan itibaren gece uyuyana kadar olan dönemde mutlaka karşımıza gelen, kimisini gülerek izlediğimiz kimisinde ise gerek niteliğine gerek niceliğine kızdığımız, bazen tepki gösterdiğimiz ama çoğu zaman duyarsız kalamadığımız bir pazarlama iletişimi yöntemidir.

Reklam ahlakı, "reklam ile ilgili paydaşların, reklam hazırlama ve sunma sırasında uyması gereken ilkeler bütününü seçmesi ve ona uygun davranmasıdır" (Özdemir ve Yaman, 2015, s. 49) şeklinde tanımlanabilir. Reklam ahlakı hazırlık aşamasında meşru yol ve yöntemler kullanmayı (imkânları suistimal etmemeyi), sunma aşamasında ise tüketiciyi istismar etmemeyi içerir. Tüketicinin istismar edilmesi ise ekonomik çıkar sağlayacak şekilde tüketicinin zaaflarından yararlanmak demektir. İzleyenlerin zaaflarından yararlanarak, reklamı yapılan mal veya hizmeti sunarken yanıltıcı, yönlendirici, abartıcı mesajları oluşturarak tüketicilerin özgürce karar almasının engellenmesi, diğer reklamlardan daha çok dikkat çekebilmek adına toplumun genel kabul görmüş ahlaki ilkelerine aykırı reklam mesajlarının yayımlanması hiç de az rastlanan bir durum değildir. Toplum içinde "reklamların içeriğinin ahlaka aykırı olması" ile ilgili eleştiriler her gün dile getirilmektedir. Reklam ajansları "evet ahlaka aykırı ama tüketiciler bunları daha çok izliyor" diye kendini savunmaktadır. Ortaya çıkan tabloda ahlaki sınırları daha fazla zorlayan reklam mesajlarının giderek çoğaldığı ve ahlaka aykırılığın şiddetinin arttığı gözlenmektedir.

!

İzleyenlerin zaaflarından yararlanarak, reklamı yapılan mal veya hizmeti sunarken yanıltıcı, yönlendirici, abartıcı mesajları oluşturarak tüketicilerin özgürce karar almasının engellenmesi, diğer reklamlardan daha çok dikkat çekebilmek adına toplumun genel kabul görmüş ahlaki ilkelerine aykırı reklam mesajlarının yayımlanması hiç de az rastlanan bir durum değildir.

Ahlaki anlamda reklamcılığın diğer birçok meslekten farklı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Sadece saniyeler süren bir reklam, alışkanlıklara, bazı kesimleri küçük düşürmek için yeni bir argo jargonuna, toplumsal olayların körüklenmesine, hatta kitlesel ayaklanmalara neden olabilmektedir. Reklamda, mesaj doğru kullanıldığında toplumsal bilinci arttırabildiği gibi, ahlak dışı kullanıldığında ise bir o kadar toplumsal yanılsamaya neden olabilmektedir (Tayfur, 2008, s. 201).

Reklamcılık, bireylerin içinde çalıştığı ve kariyer yapabildiği bir meslek dalıdır. Bu meslek dalında mesajın oluşturulması ve yayımlanması için pek çok görevin yerine getirilmesi gerekir. Bu işlemler ve süreç içinde iş ahlakı ile ilgili pek çok konu gündeme gelebilmektedir. Uygulamalı bir ahlak alanı olan iş ahlakının üç farklı düzeyi olan (Elden ve Ulukök, 2006, s. 2) kişisel ahlak, çalışma ahlakı ve meslek ahlakı ayrımının reklam için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Kişinin özel hayatında karşılaştığı ahlaki problemlerin çözüm şekli olan *kişisel ahlak* reklamların oluşmasında ve yayımlanmasında etkili olabilir. Çünkü reklamın paydaşları olan reklamverenlerin, reklam ajanslarının, medya mensuplarının, tüketicilerin ve sivil toplum kuruluşları yöneticilerinin ayrı ayrı kişisel ahlakları bulunmaktadır.

Kişinin çalıştığı iş ortamındaki ahlak anlayışını temsil eden işe başlama ve bitirme saatleri, iş temposu, iş yerinde insan ilişkilerinin şekli gibi konular *çalışma ahlakı*yla ilgili olarak kabul edilebilir. Çalışma ahlakı, reklamların ahlaklı olup olmamasında etkili olabilir. Ama reklamcılık konusunda da diğer mesleklerde olduğu gibi ahlaki standartlar, esas olarak *meslek ahlakı* (profesyonel ahlak) ilkeleriyle belirlenir. Meslek ahlakı, mesleğin gerektirdiği niteliği taşımayı ve mesleğin onurunu korumayı gerektirir.

Meslek ahlakı, mesleğin gerektirdiği niteliği taşımayı ve mesleğin onurunu korumayı gerektirir.

!

Kişisel ahlak, çalışma ahlakı ve meslek ahlakı birbirini tamamladığı ve aynı istikamete yönlendirdiği sürece kişiler ahlaki ikilem yaşamazlar.

Toplumsal olarak kabul görmüş ahlaki ilkelere ve normlara uygun olmadığı düşünülen davranışlar "ahlak dışı" olarak tanımlanır. Ancak her konuda yazılı bir ahlaki ilke olmak zorunda değildir. Bazı konularda, "toplumun üzerinde uzlaşma sağladığı değerlere aykırılıkta da ahlak dışılık" olabildiği gibi reklam ile ilgili paydaşın kişisel olarak benimsediği bir ahlaki ilkeye uymamak da *ahlak dışılık* olarak görülebilmektedir. Reklamların ahlaki bakımdan değerlendirilmesinde karşılaşılan zorluklardan bir tanesinin nedeni bu farklılıklardan kaynaklanmaktadır.

Reklamlar incelendiğinde ahlaki problem içermeyen, aynı zamanda etkili olan reklamların olduğu görülebilecektir. Reklam mesajını hazırlayanlar bilmeden ya da farkında olmadan ahlaki problem sayılabilecek reklam mesajları oluşturabilir ve yayımlayabilir. Böyle bir durum mümkün olmasına rağmen reklamı hazırlama ve yayımlama sorumluluğunu taşıyan kişilerin reklamcılıkla ilgili mevzuatı ve içinde yaşadığı toplumun değerlerini bilmemeleri akla uygun görünmemektedir. Ticaret hayatında yer alan iş adamlarının, faaliyetlerinin ve ticari ilişkilerinin sonucunun ne olacağını anlayacak kadar basiret sahibi olmaları asgari gereklilik olarak ifade edilir. Dolayısıyla reklamın içindeki en küçük ahlak dışı unsurun "gözden kaçmış olduğunu" düşünmektense "*bilerek*" konulmuş olduğunu düşünmek daha mantıklıdır. Bu nedenle reklamların ahlakı konusunda konuşmak daha da önemli hâle gelmektedir.

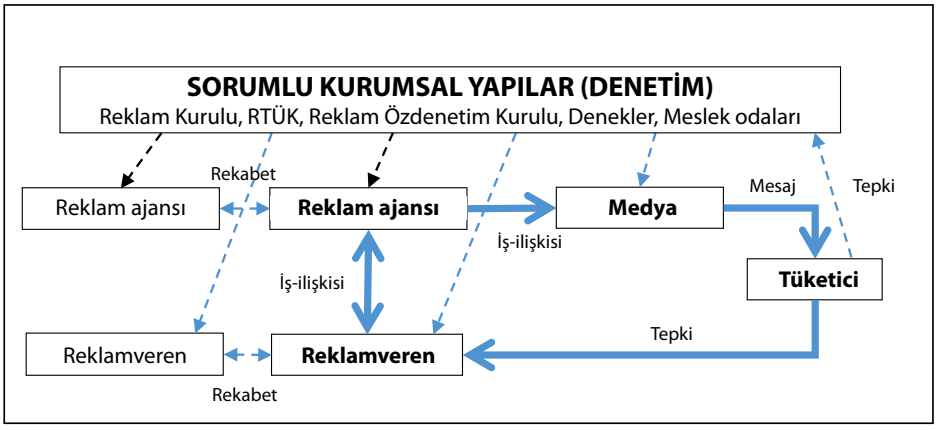
Ticaret hayatında yer alan iş adamlarının, faaliyetlerinin ve ticari ilişkilerinin sonucunun ne olacağını anlayacak kadar basiret sahibi olmaları asgari gereklilik olarak ifade edilir. Dolayısıyla reklamın içindeki en küçük ahlak dışı unsurun "gözden kaçmış olduğunu" düşünmektense "bilerek" konulmuş olduğunu düşünmek daha mantıklıdır.

Reklamın Paydaşları

Reklam ile ilgili mevzuatta, reklam ile ilgili paydaşlar reklamveren, reklam ajansları, tüketiciler, medya kuruluşları, reklamcılıkla ilgili denetim sorumluluğu bulunan kurum ve kuruluşlar olmak üzere beş başlık altında toplanabilir. Reklamcılıkla ilgili bu paydaşların her birisi kendi amaçlarını ön plana çıkarmakta, diğerlerinin kendisine uyması gerektiğini düşünmektedir. Bu paydaşlardan bazıları aktif olarak reklamın hazırlanmasında görev üstlenirken, bazıları ise yayımlanmasında rol üstlenmektedir. Pasif konumda olduğu gerekçesiyle reklamın içeriğinde bulunan ahlak dışı unsurlara sessiz kalarak onay verenler de dâhil olmak üzere tüm paydaşlar, reklamın ahlaka uygunluğundan sorumludur.

Reklamverenler arasındaki rekabet reklamverenleri, reklam ajansları arasındaki rekabet de reklam ajanslarını daha uç noktalarda mesajlar oluşturmaya ve iletmeye itmektedir. Reklamverenlerin ve reklam ajanslarının ahlaki ve yasal sınırlarda kalabilmeleri için kamu kuruluşlarının yanında Sivil Toplum Kuruluşları (STK) da devreye girerek denetim görevini yapmaya çabalamakta ve reklamların tüketicilere en az rahatsızlık verecek şekilde oluşturulmasını ve yayımlanmasını sağlamaya çalışmaktadır. Bu arada paydaşlar birbirleriyle

tepkileriyle ve mesajlarıyla bir ilişki ağı kurmaktadırlar. Bu ilişki ağındaki ilişkiler ortaya çıkan reklamın içeriğinin ve yayımlanmasının ahlaka uygun olup olmaması konusunu belirlemektedir. Reklam paydaşları arasındaki ilişkiler ağı ve iletişimin yönü Şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1. *Reklamın Paydaşları Arasındaki İlişkiler*

Kaynak: Özdemir ve Yaman, 2015, s. 57'den uyarlanmıştır.

Tüketicilerin izlediği reklamlar arasında ahlaki olmadığı düşünülen reklamların ortaya çıkmasında (veya çıkmamasında) böylesine bir ilişkiler ağı etkili olmaktadır. "*Bu ilişkiler ağındaki hangi ilişkiler ve hangi paydaşlar neleri amaçlamaktadır ve diğer paydaşların etkisini nasıl azaltmaktadırlar ki, ahlaki olmayan reklamlar ortaya çıkmaktadır?*" Bu sorunun cevabı bilinirse reklamların ahlaka uygun olması için yapılması gerekenleri bulmak daha kolay olacaktır.

Reklamverenler

Ürettiği ya da ticari olarak satışa sunduğu ürünün tanıtımını yaptırmak, satışını artırmak ya da imaj oluşturup güçlendirmek amacıyla reklam ajanslarına hazırlattığı reklamları yayımlatmak, dağıtmak veya başka yollardan sergilemek üzere bedel ödeyen gerçek ya da tüzel kişilere *reklamveren* adı verilmektedir (Ekici ve Şahım, 2013, s. 45). Bu bağlamda sanayiciler ve iş adamlarıyla bunların temsilcileri olan kişiler reklamveren tarafında yer almaktadır. Reklamverenler, kazanç elde etme ve rekabette geride kalmama güdüleriyle reklam vermek ister. Reklamın belli bir ücret karşılığında yayımlanması, reklamverene hem reklam mesajını belirleme hem de yayın sayısı ve zamanı hakkında karar verme yetkisi vermektedir (Gürgen, 1990, s. 3-4).

Reklamveren, ürünün tanıtımı ve beklentileri ile ilgili gerekli bilgileri reklam ajansı yöneticilerine aktarmakta ve çalışmaların yönlendirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Ürün için yapılan piyasa araştırmaları, rakiplerin ürünleri ile ilgili bilgiler, hazırlanan raporlar yardımıyla reklam ajansının reklam strateji-

Reklamverenin pazarda almak istediği yeri "ne kadar istediği", bu isteği elde etmek için onu yönlendiren değerler (daha çok kazanma, adalet, dürüstlük vs.), reklamverenler için hazırlanan reklamların içeriğinin ahlaki olup olmamasını önemli ölçüde belirlemektedir.

sine ışık tutmak reklamverenin sorumluluğundadır (Şenuslu, 1998, s. 20). Reklamverenin pazarda almak istediği yeri "ne kadar istediği", bu isteği elde etmek için onu yönlendiren değerler (daha çok kazanma, adalet, dürüstlük vs.), reklamverenler için hazırlanan reklamların içeriğinin ahlaki olup olmamasını önemli ölçüde belirlemektedir. Rekabete atfedilen önem de reklamların içeriğinin ahlaka uygun olup olmaması konusunda reklamverenleri yönlendirebilmektedir.

Globalleşen ekonomide reklamveren ve reklam ajansı sıkça karşılaşmaktadır. Reklamverenin istek ve ihtiyaçlarına cevap veremeyen reklam ajansları, yerlerini istek ve ihtiyaçlara cevap verebilen ajanslara bırakmaktadır (Yaman, 2014, s. 26). Bu konuda reklamverenlerin daha ahlaki davranmaları büyük ölçüde vicdanlarına kalmaktadır. Çünkü mesajın verilmesinden en çok fayda sağlayacak kişi reklamverendir. Eğer "parayı veren benim, benim dediğim olur diye düşünür" ve aynı zamanda da ahlaki bir sınır tanımazsa problem hem sosyal hem de ekonomik boyutlara taşınmış olur.

!

Reklamverenlerin üye oldukları STK'lar ahlaki bakımdan onları denetleyerek ahlaki sınırlar içinde kalması için zorlayabilir. Tüketiciler yasal yollarla gösterdikleri tepkilerle reklamverenlerin ahlaki davranmalarını teşvik edebilir.

Reklam Ajansları (Reklamcılar)

Reklam ajansları, reklamcılıkla profesyonel anlamda uğraşan, reklamın hazırlanmasında, medyada yayımlanmasında ve yayın sonrasında etkinliklerinin araştırılmasında çalışan kuruluşlardır. Reklam ajansı, reklamverenin ürünüyle ilgili kitle iletişim ve satış çabalarını planlayarak işletme adına bu faaliyetleri yürütmekle görevlidir (Akbulut ve Balkaş, 2006, s. 32-33). Bu planlama ve uygulama süreci içinde çok sayıda kişinin katkıları ile reklam mesajları ortaya çıkar.

Reklam ajansları sahipleri de kazanç sağlamaya çalışan birer iş insanıdır. Reklamverenlerden reklam işi alabilmek için birbirleriyle rekabet hâlinde bulunmak zorundadırlar. Bu rekabet duygusu ve kazanç elde etme isteği verilen kararların ahlaki olup olmamasında etkili olmaktadır. Reklamcılık sektöründe yer alan metin yazarları, sanat bölümleri reklam mesajının oluşmasında etkiyi artırmayı amaçlamaktadır. Reklamın etkisini artırmaya çalışırken toplumsal ahlak sınırlarını zorlayan yollara başvurabilmektedirler.

Farklı medya mecralarında denetim eksiklikleri ve yasa boşluklarından yararlanan reklam üreticileri, etkili reklam yapmak adına yasal olduğu belki tartışmasız ama ahlaki olduğu tartışmalı içerikler oluşturabilmektedir.

Hem yasal sınırları hem de ahlaki sınırları bilen ve yasal sınırlar içinde kalırken maddi çıkarlar uğruna ahlaki sınırların dışına çıkan mesajlar oluşturan profesyoneller, bu davranışın toplum üzerindeki yıkıcı etkisinin çoğu zaman farkındadır. Buna rağmen ahlaki olmayan içeriklerle mesaj oluşturmak, bilerek toplumu olumsuz etkileyecek davranışlarda bulunmak aslında yasalarla tanımlanmamış olsa da telafisi zor sonuçlar doğurmakta, belki de büyük bir suç işlendiğini göstermektedir. Üstelik bunu icra ederek kazanç sağlayan bir meslek grubunun varlığı ve ahlaki davranmayanların tercih ediliyor olması durumun vahametini artırmaktadır.

Reklamcılık sektöründe yer alan reklam ajansı sahipleri ile iletişimciler, aynı ahlaki yaklaşım ya da duyarlılığa sahip olmayabilir.

Reklamcıların amacı, çok sayıda benzer ürün arasında tanıtmakla sorumlu oldukları ürünleri en iyi şekilde tanıtabilmektir. Reklamcılık sektöründe yer alan reklam ajansı sahipleri ile iletişimciler, aynı ahlaki yaklaşım ya da duyarlılığa sahip olmayabilir. Reklamcılar içerisinde hak ve adalet prensiplerine göre hareket eden ilkeli insanların olduğu muhakkaktır. Ancak reklamcılar hakkındaki görüşlerin çok da olumlu olduğu söylenemez. Çünkü öz eleştiri yapan reklamcıların ifadesine göre reklamcılar, hedefe ulaşmak için her yolu kullanabilen insanlardır (Altun, 2009, s. 58). Bu ifade, reklamcıların gerektiğinde ahlak dışı yollara da başvurabileceğinin bir itirafıdır.

Reklam ile ilgili yasal düzenlemeler, STK'ların denetleyiciliği, tüketicilerin şikâyet yollarının kolaylaştırılması gibi önlemler alınarak ahlaka aykırı davrananlara yaptırım uygulamak üzere mevcuttur. Buna rağmen ahlaki olmayan yolları kullanan reklamverenlerin ve reklamcıların kişisel ahlaki değerlerinden başka bir şey bulunmamaktadır. İlerde kimin reklamcı olacağı, kimin reklamveren olacağı belli olmadığı için, toplumu oluşturan bireylerin hepsinin önceden kişisel ahlaki değerlerinin yükseltilmesi gereklidir. Bu noktada özellikle aile içi ve eğitim-öğretim kurumlarındaki ahlaki değer aktarımı çabaları daha da önemli hâle gelmektedir.

Medya

Medya, çoğu zaman tüketicinin karşısına televizyon, radyo, internet, açık hava ve gazete gibi mesajların iletildiği bir ortam olarak çıkmaktadır. Gücünün büyüklüğünü anlatma bakımından medya yasama, yürütme ve yargının arka-

sından gelen "dördüncü güç" olarak tanımlanmaktadır. Medyanın en temel amaçları tüketicilerin haber ihtiyaçlarını karşılamak veya tüketiciye enformasyon ve eğlence sunmaktır.

Basının ve dolayısıyla medyanın ahlaki davranmamasına neden olabilecek pek çok neden sıralanmaktadır. Örneğin basın-iktidar ilişkisi, ekonomik çıkar beklentileri, ideolojik yaklaşım gibi nedenlerle medya çalışanları dürüstlükten taviz vermektedir. Medya, haber verme adına mahremiyeti ortaya döken, siyasal ve ekonomik çıkarlara hizmet için kullanma potansiyeli bulunan bir silaha dönüşebilmektedir (Yalsızuçanlar, 2008).

Kamuoyunda sıkça medyanın ahlakından bahsedilmektedir. Aslında medya ahlakıyla, televizyon ve radyo gibi mekanik ve elektronik cihazların ahlakından çok onları yönetenlerin ahlakı kastedilmektedir. Medya ahlakı, aracın ahlakı değil medya çalışanlarının kişisel ve meslek ahlakıdır (Engin, 1999). Medya sahipleri, medya profesyonelleri, sahip oldukları kişisel ve meslek ahlakı değerlerinin getirdiği/getirmediği sınırlar içinde medya içeriği hazırlamakta ve tüketicinin dikkatine sunmaktadır.

Aksi takdirde, toplumsal değerleri değersizleştirme ile bir tür toplumsal dejenerasyona neden olmamak adına medyada çalışanların ahlaklı davranmasını desteklemek ve denetlemek meslek kuruluşlarının görevlerinden birisidir. Geleneksel medya mensuplarının bir araya gelerek kurdukları çok sayıda sivil toplum kuruluşu, üyelerinin uymak zorunda oldukları yasal ve ahlaki ilkeleri belirlemektedir. Ancak eğlence medyası ve yeni medya olarak isimlendirilen internet ve sosyal medya için ilkelerin belirlenmesine ihtiyaç bulunmaktadır. İnternet medyası büyük ölçüde denetimsiz bir alandır.

Aşağıda yer alan tabloda reklam mecrası olarak kullanılan başlıca mecralar, reklamın etkili sunulması bakımından üstünlükleri ve zayıflıkları ile birlikte verilmiştir. Özellikle mecraların üstün olduğu alanlar, reklam ahlakı bakımından olumsuz kullanılma potansiyeli oluşturmaktadır.

Tablo 1.
Reklam Yayımlayan Medyalar (Reklam Mecraları)

Mecra	Üstünlükleri	Zayıflıkları
Televizyon	Ses ve görüntüyü bir arada sunabilme Birden fazla duyuya hitap etme Yüksek dikkat çekicilik Hedef kitle büyük ve sınıflandırılmış	Maliyeti yüksek Kısa sürede unutulma
İnternet	Hedef kitleye özel mesajlar Büyük hedef kitleler ve yaygın kullanım İnteraktif iletişim (tepki, satın alma vs.) Göreceli olarak düşük maliyetli	Güvenilirliğinin az olması Fark edilmeme ihtimali yüksek
Sosyal medya	Yüksek derecede interaktif Kişiye özel mesaj sunabilme Maliyeti düşük	Güvenilirliğinin az olması
Açık hava	Yerel kullanılma ve bölgesel etki Nispeten ucuz Etkinlik duyurmada etkili	Kısa süreli etki Çok sayıda olunca fark edilmesi zor
Radyo	Yerel ya da özel hedef kitlelere sahip olma Heterojen kitlelere ulaşılabilme Düşük maliyetli	Hedef kitlesi sınırlı Dikkat çekicilik nispeten düşük Tek duyu organına hitap ediyor olması
Dergi	Hedef kitleye özel mesajlar Daha uzun süreli ve kalıcı olabilme	Dikkat çekiciliği düşük Hedef kitlesi sınırlı
Gazete	Hedef kitle büyüklüğü ve özellikleri belli Bölgesel kullanım mümkün	Reklam kalitesi baskıya da bağlı Çok kısa süreli etki Gözden kaçırılmaya müsait

Kaynak: Altunışık vd., 2016, s. 464'ten uyarlanmıştır.

Tablo 1'de yer alan ve reklam mecrası olarak kullanılan mecraların üstünlükleri ve zayıflıkları dikkatle incelendiğinde, tabloda aşağı doğru indikçe üstünlük azalmakta, zayıflıklar artmaktadır. Bu nedenlerle giderek interaktif olan mecralarda yayınmanan reklamların oranları artmaktadır. Ayrıca yeni medya olarak isimlendirilen internet ve sosyal medya uygulamaları, etkileşiminin yüksekliği, maliyet düşüklüğü, hedef kitlesinin yaygınlığı ve kamu otoritelerinin kontrolünün düşük olması nedeniyle daha çok kullanılmaya devam etmektedir. Bu durum reklamların içeriğinde ve yayımlanmasında karşılaşılan ahlaki problemlerle mücadele etmeyi zorlaştırmaktadır.

Tüketiciler

Tüketiciler, reklamda hedef kitle olarak medya ve reklamveren karşısında gücü oldukça zayıf bir paydaş grubudur. Çoğu zaman iletişim mesajları olarak reklamlara maruz kalmakta; düşünce dünyası, tercihleri ve davranışları kitle iletişim araçları yoluyla etkilenmek istenmektedir. Tüketiciler, aynı zamanda reklamların genel ahlaka uygun olduğunu denetleyen kitledir. Tüketicilerin genelinin ahlakı, reklamın ahlaka uygun olup olmamasının değerlendirilmesi bakımından önemlidir.

Tüketiciler, reklamda hedef kitle olarak medya ve reklamveren karşısında gücü oldukça zayıf bir paydaş grubudur.

Tüketiciler, aynı zamanda reklamların genel ahlaka uygun olduğunu denetleyen kitledir.

Paydaş olarak reklamverenin tüketicilerden beklentisi, reklamları izleyip ondan etkilenmelerdir. Ancak tüketici de mal ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmayı isterken aynı zamanda özgürce karar vermeyi arzu etmektedir. Tüketiciler farklı özellikteki insanlardan oluşmaktadır. Medya ve reklamverenler, tüketicileri özelikleri bakımından sınıflandırmakta ve hedef kitle olarak ele almaktadır. Tüketiciler sayıca çok olmalarına rağmen, genel olarak reklamlara karşı güçlü tepki verebilecek bir örgütlenmeleri bulunmamaktadır. Bu durum tüketicileri, reklamın üzerindeki etkili olmaları bakımından pasif hâle getirmektedir.

Sorumlu Kurumsal Yapılar

(Reklamları Düzenleyici ve Denetleyici Kurumlar)

Reklamın paydaşlarından birisi reklamverenleri, reklam ajanslarını ve medyayı denetleme yetkisine ve görevine sahip olan kamusal kuruluşlardır. Bu kuruluşların bir kısmı merkezî kamu otoritesi tarafından kurulmuştur ve idare edilmektedir. Devlet olmanın gücünü de kullanarak medya ve reklamverenler hakkında yaptırımlar uygulayabilmektedir. Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ve Reklam Kurulu, Reklam Özdenetim Kurulu (RÖK), Reklamcıları Derneği gibi isimleri olan bu kuruluşlar güçlerini yasalardan ve üyelerinin onları otorite olarak kabul etmelerinden almaktadır.

Kamu kuruluşu olmamasına rağmen toplumsal faydayı ön plana çıkararak tüketicilerin ve toplumun haklarını korumaya çalışan, reklamverenleri ve özellikle reklam ajanslarını denetlemeye çalışan Reklam Özdenetim Kurulu, paydaş olarak bu sektördeki ajansları bir tür öz denetim yoluyla denetlemektedir. Tüketici dernekleri de kamu organizasyonu olmamalarına rağmen reklamların içeriğinde ve yayımlanmasında kamuoyu gücüne sahip olabilmektedir. Devletin bir organı olarak faaliyet gösteren *Reklam Kurulu*, reklamlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemek, incelemek ve mevzuata ve genel ahlaka aykırı reklamların yayınını durdurma ve para cezası verme konularında yetkilidir.[2]

2 Reklam Kuruluna 2016'da yapılan başvuru sayısı 5 bin 121 oldu. Bu başvurular değerlendirilerek 645 durdurma cezası, 135 de durdurma idari para cezası verildi. 2016'da 6 milyon 214 bin 945 bin liralık idari para cezası kesildi (Atakan, 2017).

ÇALIŞMA HAYATI

Ankara Ticaret Odası ve İstanbul Ticaret Odası, reklamcılık konusunda üyelerinin uyması gereken "Riayeti Mecburi Mesleki Kararlar" almışlardır. Üyeleri üzerinde yaptırım gücü bulunan parasal ceza verme ve disiplin kuruluna sevk etme yetkisi bulunan bu kararlar ile ticaret odalarının da reklamları yapanlar üzerinde denetleme hakkı bulunmaktadır.

Reklamlarda Yer Alan Ahlaki Problemler

Reklamlarda yer alan ahlaka aykırı durumları ele alan çalışmalarda çok sayıda başlık oluşturulmuştur. 2015 yılında yapılan ve reklam ahlakını konu alan araştırmada (Özdemir ve Yaman, 2015, s. 91-301), reklamlarda tüketicileri en çok rahatsız eden ahlaki problemler sıralanmıştır. Ayrıca Reklam Kuruluna yapılan başvurularda değerlendirilen konular ve reklam mevzuatında üzerinde durulan konular da ele alındığında reklam ahlakı ile ilgili başlıca konular aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

Yanıltıcı bilgilerin kullanılması	Korkutucu unsurların kullanılması
Cinselliğin kullanılması	Daha çok tüketimi özendirme
Haksız rekabet	Çocukların reklamda kullanımı
Olumsuz dil kullanımı	Dinî unsurların kullanılması
Abartma	Milliyetçilik duygularının kullanılması
Lüksü özendirme Bilinçaltına yönelik mesajlar verme Reklamda ürünü kullanmayan ünlünün yer alması	Duygusallığın kullanılması Reklamda daha çok tüketimi özendirme Reklamda abartma

Reklamda Yanıltıcı Bilgi Kullanma (Aldatma)

Reklam yoluyla bilgilendirilen tüketicilerin gerçek olmayan bir şekilde, ürün lehine ve tüketici aleyhine olacak şekilde karar vermesini sağlayan bilgi içeren reklamlar aldatıcı reklamlardır. Yanıltıcı bilgiler, görsel olarak kullanılabileceği gibi sözlü olarak da ifade edilebilir. Aldatıcı kıyaslamalar ve benzetmeler yapılabilmektedir.

Yanıltıcı bilgiler, görsel olarak kullanılabileceği gibi sözlü olarak da ifade edilebilir. Aldatıcı kıyaslamalar ve benzetmeler yapılabilmektedir.

Reklamlarda yanıltıcı bilgi kullanmaya en çarpıcı örneklerden birisi bir gazetenin 1999 yılında televizyonda, reklamlar aracılığı ile kupon karşılığı müzik seti vereceğini duyurduğu reklamdır. Reklamlarda müzik seti, küçük bir

Resim 2. Gazete Promosyonu

Kaynak: TürküLivestream (2013).

kamera ile müzik setinin dibinden çekilmiş reklam görsellerinde devasa büyüklükte gösteriliyordu. Görsellerde müzik seti sanki bir gökdelen kadar büyük havası oluşturulmuştu. Bu görseller ile reklamlarda, tüketicilerin bu ürünü almaları için kupon biriktirmeleri teşvik edildi. Kuponlar tamamlandıktan sonra bayilere müzik setini almaya giden tüketiciler büyük bir sürpriz ile karşılaştı ve aldıkları ürün reklamda gördüklerinin şekil bakımından aynıydı ama çok küçük bir kasetçalardı. Bu kampanya, gazetenin toplumda büyük bir prestij kaybetmesine ve tüketicilerle davalık olmasına neden oldu. Resim 2'de kuponlar karşılığında tüketiciye verilen kasetçalar yer almaktadır.

ÇALIŞMA HAYATI Etik Kurul Örneği

Reklamların televizyonda yayımlanmasıyla ilgili yasal süreler bulunmaktadır. Reklamların başlangıç ve bitiş sinyalleri arasında bu sürenin uzunluğu program süresine oranlanarak belirlenmektedir. Ancak gösterilen reklamların ortasında yer alan kısa bir dizi fragmanından önce ve sonra yer alan reklamları yeniden başlatan ve reklam için ayrılan süreyi neredeyse iki katına çıkaran bir yöntem kullanılmaktadır.

Bir gıda ürününün kilo aldırmadığını ifade etmek üzere fiziği düzgün kadın ve erkekler reklamlarda gösterilmektedir. Oysa ürünle mankenlerinin fiziğinin düzgün olması arasında hiçbir ilişki yoktur. Bazı televizyon reklamlarında "görseller sadece sunum amacıyla hazırlanmıştır" diye ifade edilmektedir. Aslında sunulan ürünün, gösterilenden farklı olduğu belirtilmektedir ama tüketicinin fark edemeyeceği tarzda yapılmaktadır.

İnternet üzerinde kullanılan aldatıcı diyalog kutucukları, sanki bir ürünü yükleyecekmiş de izin istiyormuş gibi bir soru soran fakat kelime oyunlarıyla cevabınız ne olursa olsun sizi bir reklama götüren tuzaklar bulunmaktadır. Tüketici reklamla karşılaşmakta ve negatif duygularla yüklenmektedir.

!

Örneğin bir tarayıcıda açılan bir gazete web sayfasında görülen görsellerin hepsi haber diye beklenti oluşmakta ve öyle algılanmaktadır. Tüketiciler istediği haberlerin ayrıntısına bakmak için tıkladıklarında karşılarına bir haber yerine reklam çıkmakta ya da haber ile birlikte bir reklam (pop up) çıkmaktadır. Kısaca ifade etmek gerekirse farklı şekillerdeki aldatıcı uygulamalarla tüketiciler istismar edilmektedir.

Reklamda Cinselliğin Kullanılması

Hemen hemen her sektörde kendini hissettiren cinselliğin kullanımı, reklam sektöründe de kendine geniş bir uygulama alanı bulmuştur. Reklamda kadınların ya da erkeklerin cinsel obje olarak kullanılması mümkün olduğu gibi cansız varlıklar da cinselliği çağrıştıracak şekilde kullanılabilmektedir. Temelde reklamdaki cinselliğin kullanılmasının amacı reklamın etkisinin artırılmasıdır. Hedef kitleye göre kadın ya da erkeğin cinselliği ön plana çıkartılabilmektedir.

Reklamlarda kullanılan cinselliğin dozu artırılarak daha dikkat çekici hâle getirilmek istendiği durumlarda, reklamlarda erotizmden pornografiye kadar uzanan ahlaki problemlerle karşılaşılabilmektedir. Reklama konu olan ürünün cinsellikle ilgilisi olmasa bile (dondurma, otomobil, pasta, kraker vs.) cinselliğin kullanıldığı görülebilmektedir. Üstelik cinselliğin kullanılması için mutlaka soyunmuş insanlara ihtiyaç yoktur. Dudağını ısıran bir bayan figürü, imalı bakarak boynundan aşağı doğru süzülen bir el, vücut hatlarını ön plana çıkaran bir giysi bile cinselliğin çağrıştırılmasında kullanılabilmektedir.

Reklama konu olan ürünün cinsellikle ilgilisi olmasa bile (dondurma, otomobil, pasta, kraker vs.) cinselliğin kullanıldığı görülebilmektedir.

Cinsellik içgüdüsel olarak insanı çeken bir konudur. İnsanın bilinçli olarak karşı koyamayacağı bu tür çekiciliklerin kullanılarak tüketicinin kararının ve davranışlarının etkilenmesi, kısa vadede sadece bir ürün hakkındaki kararı etkilemiş olsa da uzun vadede ahlak anlayışını değiştirmektedir. Daha açık bir ifade ile toplumsal ahlakta bir tür dejenerasyona neden olmaktadır.

Reklam ve Haksız Rekabet

Hâlen yürürlükte olan 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (2011), haksız rekabeti, aldatıcı hareket ve dürüstlük kurallarına aykırı diğer şekillerde ekonomik rekabetin kötüye kullanılması olarak tanımlamıştır. Kanunun 55. maddesinde dürüstlüğe aykırı şekildeki haksız rekabet fiilleri sayılmıştır. Bunlardan bazıları şunlardır:

i. Başkalarını veya onların mallarını, iş ürünlerini, fiyatlarını, faaliyetlerini veya ticari işlerini yanlış, yanıltıcı veya gereksiz yere incitici açıklamalarla kötülemek.

ii. Kendisi, ticari işletmesi, işletme işaretleri, malları, iş ürünleri, faaliyetleri, fiyatları, stokları, satış kampanyalarının biçimi ve iş ilişkileri hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı açıklamalarda bulunmak veya aynı yollarla üçüncü kişiyi rekabette öne geçirmek.

iii. Paye, diploma veya ödül almadığı hâlde bunlara sahipmişçesine hareket ederek müstesna yeteneğe malik bulunduğu zannını uyandırmaya çalışmak veya buna elverişli doğru olmayan meslek adları ve sembolleri kullanmak.

Resim 3. Olumsuz Dil Kullanımı

Kaynak: Googlog (2009).

iv. Başkasının malları, iş ürünleri, faaliyetleri veya işleri ile karıştırılmaya yol açan önlemler almak.

v. Kendisini, mallarını, iş ürünlerini, faaliyetlerini, fiyatlarını, gerçeğe aykırı, yanıltıcı, rakibini gereksiz yere kötüleyici veya gereksiz yere onun tanınmışlığından yararlanacak şekilde; başkaları, malları, iş ürünleri veya fiyatlarıyla karşılaştırmak ya da üçüncü kişiyi benzer yollardan öne geçirmek.

vi. Müşteriyi ek edimlerle sunumun gerçek değeri hakkında yanıltmak.

vii. Müşterinin karar verme özgürlüğünü özellikle saldırgan satış yöntemleri ile sınırlamak.

viii. Malların, iş ürünlerinin veya faaliyetlerin özelliklerini, miktarını, kullanım amaçlarını, yararlarını veya tehlikelerini gizlemek ve bu şekilde müşteriyi yanıltmak.

Bu yollardan bir ya da birkaçını kullanılarak avantaj sağlamaya çalışan reklamlar sıklıkla karşılaşılabilen reklamlardır. Bu tür reklamlar hem yasal bakımdan hem de ahlaki bakımdan problemli olarak görülebilir.

ÇALIŞMA HAYATI

Resim 4'te bir otomobil markası olan Audi reklam filminden (2006) bir kare yer almaktadır. Reklamda diğer markalara göndermede bulunulmuş, onların, güvenilir, konforlu, spor özellikleri vurgulanmış, fakat bunların hepsinin birden sadece Audi'de olduğu mesajı verilerek haksız bir rekabet oluşturulmuştur. Bu haksız rekabetin sonucunda da reklam yayından kaldırılmıştır.

!

Türk Ticaret Kanunu'nun 62. maddesi rakip ürünler hakkında yanlış ve yanıltıcı bilgi vererek kendi lehlerine karar oluşturmak suretiyle haksız rekabet oluşturanlar hakkında iki yıla kadar hapis veya adli para cezası öngörmektedir. Burada fiilden sorumlu kişiler ayrıntılı olarak sayılmakta, genel yayın yönetmeni, program yapımcısı, görüntüyü, sesi, iletiyi, yayın, iletişim ve bilişim aracına koyan veya koyduran kişi ve ilan servisi şefi; bunlar gösterilemiyorsa işletme veya kuruluş sahibi aleyhine dava açılabileceği belirtilmektedir.

Reklamda Olumsuz Dil Kullanımı

Reklamlar, tüketim kültürünün, toplumun bir parçası olan bireyi her alanda tüketiciye dönüştürme eğiliminin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Reklam sayesinde tüketici bireyin belleğinde, reklamın sloganı ya da reklamda kullanılan dil, kullanım şekli ile yer etmektedir (Mengü, 2006, s. 110). Başka ürünleri tercih edenleri aşağılayan ve bunu olumsuz dil kullanarak yapan işletmelerle zaman zaman karşılaşılabilmektedir.

Başka ürünleri tercih edenleri aşağılayan ve bunu olumsuz dil kullanarak yapan işletmelerle zaman zaman karşılaşılabilmektedir.

Resim 5'te yer alan reklamda, tüketicilerin düşük fiyatlar ödeyerek diğer mağazalardan alabilecekleri ürünün iki katı kadar miktarına bu mağazada sahip olacaklarını "Ben aptal değilim" sloganı ile vurgulamak istemiş, buradan alışveriş yapmayanların aptal olarak değerlendirilebileceği mesajını vererek reklamda olumsuz dil kullanımının örneğini sergilemiştir. Yine aynı firmaya ait diğer reklamlarda "Sağılacak inek miyim?", "Kuş beyinli miyim?" gibi ifadeler kullanılarak olumsuz dil kullanımının örnekleri yer almıştır.

Lüksü Özendirme ve Ahlaka Aykırı Yaşama Tarzını Teşvik

Reklamlarda kullanılan görsellerde, havuzlu villalarda yaşayan insanların, lüks otomobillere binen kişilerin kullanıldığı görsellere rastlamak sıradan bir durumdur. Ancak içinde yaşanan ülkede bu durumlar aynı kolaylıkta karşılaşılabilen durumlar değilse o zaman hedef kitleyi lükse özendirmeden bahsedilebilir. Gıda ürünlerinin tanıtıldığı reklamlarda görsel olarak kullanılan mutfakların büyüklüğü, ülkede yaşayan insanların %95'inden fazlasının evinin salonundan daha büyüktür. Üstelik reklamlarda bu çoğunluk hedef alınmaktadır.

Reklamlarda gösterilen giyim tarzları, kadın erkek ilişkileri, eğlenme ve iş yapma biçimleri, ürünleri tüketme biçimleri birçok kişiye örneklik teşkil etmektedir. Özellikle küçük yaşta olan ve değer yargıları gelişmemiş veya doğru ile yanlışı ayırma yeteneği zayıf olan tüketicilerin reklamlardan yüksek derecede etkilenmesi mümkündür.

Reklamlarda gösterilen giyim tarzları, kadın erkek ilişkileri, eğlenme ve iş yapma biçimleri, ürünleri tüketme biçimleri birçok kişiye örneklik teşkil etmektedir.

Reklamda Bilinçaltına Yönelik Mesajlar Verme: Örtülü Reklam

Reklamlar genel olarak tüketicinin beş duyusuna hitap etmektedir. Mesajların etkililiği bir ölçüde duyu organlarına ulaşmasıyla ilgilidir. Bu amaçla reklamcılar ve medya yöneticileri gittikçe algılama eşiklerinin sınırlarına daha yakın şiddetlerde mesajlar oluşturmayı yeğlemekte, böylece bilinçaltına yönelik açık olmayan (örtülü) reklamlar ortaya çıkmaktadır. Örtülü reklamlar, reklam esnasında tüketicilerin farkında olmadıkları mesajları içermektedir. Reklamcılıkta, hedef kitlesini bilinçaltı mesajlar oluşturmada; takistoskop makinesi,

Resim 5. Bilinçaltı Reklam

Kaynak: Hatip (2008).

objelere yazı ve şekil gömme, 25. kare tekniği, ters yazılmış yazılar, görüntülerin arasına gizli mesajlar yerleştirilmesi (Babacan, 2008, s. 44) gibi yöntemler bulunmaktadır.

Bilinç, insanın iyi ile kötüyü, doğru ile yanlışı ayırt edebilme yeteneği ile ilgilidir. Bilinç, neyin önemli ve neyin önemsiz olduğunu belirler. Bilinçaltı, bilinç eşiğinin altı olarak tanımlanmaktadır. Bilinçli algılamanın dışında kalan bütün olguları ve unsurları içinde barındırmaktadır. Bilinçaltına gelen mesajlar nedeniyle karar veren tüketici neden öyle karar verdiğini bilmemekte, sadece kendisine önerilen davranışı yerine getirmektedir. Bilinçaltı mesajlarla tüketicilerin davranışlarının yönlendirilmesi bir tür düşük dozlu hipnoz olarak kabul edilebilir. Bu durumda tüketicinin kendini koruyamayacağı bir etkileme yöntemi kullanılmış olmakta ve tüketicinin algılarındaki bu zaaf istismar edilmektedir.

Bilinçaltı mesajlarla tüketicilerin davranışlarının yönlendirilmesi bir tür düşük dozlu hipnoz olarak kabul edilebilir. Bu durumda tüketicinin kendini koruyamayacağı bir etkileme yöntemi kullanılmış olmakta ve tüketicinin algılarındaki bu zaaf istismar edilmektedir.

İnsan bilinçaltına gönderilmiş mesajlara bilinçli olarak tepki veremez ancak bu mesajların etkisinden kaçamaz. Sonuçta bilinçli olarak algılanmayan mesajlarla insan davranışlarına yön verebilmektedir. Bu mesajların bilerek bilinçaltına gönderilebilmesi ise bir uzmanlık gerektirmektedir. Bu uzmanlığın bilinçaltına yönelik mesajlar göndermek için kullanılması, üstelik bunun maddi kazanç kaygısıyla (ürün yerleştirme, marka konumlandırma vs.) yapılıyor olması da reklamın istismar amaçlı kullanıldığının bir göstergesi kabul edilebilir. Medya üzerinden aldığı mesajların varlığının farkına varmayan milyonlarca insan olduğu düşünüldüğünde durumun ne kadar ürkütücü olduğunu göstermektedir.

Bilinçaltı reklamın eskiden beri uygulandığı, ürün sattırmada başarılı olduğu, fakat etik olmayan ve zararlı bir reklam tekniği olduğu kabul edilmektedir. Bilinçaltı reklamlar tüketicilerin savunmasız bir şekilde yönlendirilmesine (*manipülasyon*) neden olduğu için birçok ülkede yasaklanmıştır.

Resim 7'de yer alan reklamda numara değiştirmeden telefon şebekesini değiştirebileceğini açıklayan sesler eşliğinde çok sayıda rakam bir yerlerden reklamı veren GSM operatörüne doğru gitmektedir. Ancak çok sayıda rakam arasında rakiplerden birinin kullandığı numaralar da geçmekte ve çoğu tüketicinin bilinçli olarak fark edemeyeceği bir mesaj verilmektedir.

Reklamda Korkutucu Unsurlar Kullanma

Bazı reklamlarda ikna ediciliği artırmak için ürünü kullanmama durumunda oluşabilecek bir tehlike gösterilerek tüketiciler, ne denli risk altında oldukları vurgusuyla korkutulabilmektedir. Satın alınacak ürün ile reklamda belirtilen olumsuz sonuçlarının azaltılması vaat edilmekte, aksi takdirde reklamda belirtilen risk ile karşılaşılabileceği ifade edilmektedir. Bu tür reklamlarla, tüketicinin ailesini, mallarını, parasını, sağlığını, işini kaybedebileceği ima edilerek tüketici bir tür tehditle korkutulmakta ve şantajı çağrıştıran bir yöntemle ikna edilmeye çalışılmaktadır. Resim 8'deki reklamda tüketiciler için korkutucu mesajlara bir örnek verilmiştir. Reklam mesajında eğer Volkswagen marka bir otomobil almazsanız yakıt kullanımının ölümcül bir boyuta ulaşabileceği düşüncesi, adamın yakıt pompasını kafasına bir silah gibi dayaması şeklinde, "korku" ile verilerek etkisi artırılmaya çalışılmıştır.

Resim 6. Reklamda Korkutma
Kaynak: Pinterest, (2017a).

Reklamda Ürünü Kullanmayan Bir Ünlünün Yer Alması

Reklamda ünlü kullanımı yöntemiyle, markayı bilinir hâle getirmek için zaten ünlü olan kişi ya da kişilerle ürün özdeşleştirilerek markanın kısa sürede tanınması sağlanmaktadır. Reklamlarda uygulanan bu stratejiyle, *ünlüye yönelen ilgi* ürüne aktarılmakta, ürün hafızalarda ünlünün adı ile bütünleşmektedir. Ünlülerin havasının kullanılarak şirketlerin kendi adlarını ya da ürünlere ilişkin markalarını parlatmak istemeleri (Doğru, Avşarlıgil ve Kıtlık, 2013, s. 56) ürünü kullanan bir ünlü söz konusuysa anlayışla karşılanabilir. Ancak ürünü kullanmayan hatta bazı medyalarda başka ürünlerle görüntülenen ünlülerin varlığı, reklamdaki ünlü ile tüketicinin kandırılmaya çalışıldığının bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

!

Ürünü kullanmayan, ürünün temsil ettiği yaşam tarzını benimsemediğini açıkça ifade eden bir ünlünün yer aldığı reklamın, ahlaki açıdan sorunlu olup olmadığı dikkatle değerlendirilmelidir. Bu durum, tüketiciye yalan söylemekten ne kadar farklıdır? Bu reklamdaki problemden reklamveren mi, reklam ajansı mı, yoksa manken mi daha büyük ahlaki sorumluluk taşımaktadır?

Reklamlarda Çocukların Kullanılması

Çocukların kullanım alanlarında bulunan eşyaların, oyuncakların ya da daha çok çocuklara hitap eden (çikolata gibi) ürünlerin hedef kitlesinin de çocuklar olması doğaldır. Ancak çocuklara yönelik reklamlarda kullanılan unsurlarla çocukların nasıl etkilenmeye çalışıldığı dikkatle incelenmelidir. Çünkü kişiliği oturmamış, doğru ile yanlışı ayırabilecek yetenek ve yeterlilikten uzak çocukların reklamlar kanalıyla manipüle edilmesi mümkündür.

Reklamlar, aileler kadar çocukların görüşlerinin gelişmesinde etkilidir. Reklam mesajları çocuk üzerinde olumlu etki yapabileceği gibi olumsuz etki de oluşturulabilmektedir. Hem reklamcıların hem reklamverenlerin rekabeti ve kazanç elde etme isteklerinin büyüklüğü (hırs) düşünüldüğünde çocuklar üzerinde olumsuz etki yaratabilme potansiyeli olan reklamlarla daha çok karşılaşma potansiyeli olduğu ifade edilebilir. Aile içi iletişim, reklamın çocuklar üzerindeki etkisini azaltabilir. Çünkü çocuklar, ailelerinin karar alma sürecinden etkilenip, aileleri gibi karar almayı öğrenirler (Karaca, Pekyaman ve Güney, 2007, s. 236).

Bir çocuk giysisi reklamında kullanılan "çocuk kafası çocuk modası" sloganı ile çocuklar birer çocuk gibi değil birer yetişkin gibi gösterilmeye çalışılmıştır.

!

Reklam Kurulu 11 Kasım 2014 tarih ve 230 sayılı toplantısında, çocuklara yetişkin tavrı verilerek ve yetişkinlerin dünyasına ait olması gereken moda kavramı zihinlerine sokularak bu sayede kendi yaşıtlarından "ayrıcalıklı" olacakları fikrinin verildiği, bu durumun çocukların zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişimlerini olumsuz etkilediği gerekçesi ile reklamı yayından kaldırmış ve şirkete idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir (Reklam Kurulu Basın Bülteni, 2015).

Reklamlarda tüketicilerin dinî hassasiyetlerinin kullanılarak onların bir karara doğru yönlendirilmeleri istismar olarak kabul edilebilir.

Reklamda Dinî Unsurların Kullanılması

Toplumun yapısını koruyan ve sürdüren önemli dinamiklerden birisi olan dinî değerler, toplumun bireyleri tarafından sahiplenilmektedir. Farklı dinî inançlara mensup olan bireylerin tercihlerinde ve tüketim kalıplarında dinî inançları etkili olabilmektedir. Bunu bilen reklamverenler

ve reklam ajansları hedef kitlesinde yer alan bireylerin dinî inançlarını da hesaba katarak ürün üretmekte ve pazarlama iletişimi kurmaya çalışmaktadır. Reklamverenler, reklam ajansları ve tüketiciler tüketim davranışlarında farklı düzeylerde dini referans olarak kabul etmektedirler. Reklamlarda tüketicilerin dinî hassasiyetlerinin kullanılarak onların bir karara doğru yönlendirilmeleri istismar olarak kabul edilebilir.

Dinî sembollerin ticari bir amacı elde etmede bir araç olarak kullanılması, dinin araçsallaştırılması ve dinin samimiyetten uzaklaştırılması sorununu doğurabilmektedir.

Küresel düzeyde faaliyet gösteren işletmelerin stratejileri arasında ürünlerinde ve pazarlama iletişimlerinde faaliyette bulundukları ülkenin duyarlılıklarını dikkate alarak düzenlemeler yapmak (adaptasyon stratejisi) yer almaktadır. Adaptasyon stratejisi gereği işletmeler reklamlarını, yayımladıkları toplumların dinî unsurlarını göz önünde bulundurarak yapmaktadırlar. Örneğin kola firmaları Müslüman toplumlarda "Ramazan sofralarının vazgeçilmez içeceği" şeklinde ürünlerinin reklamını yaparlarken, Hristiyan toplumlarda ise Noel haftalarına ait reklamları yayımlamaktadırlar. Burada dikkat çekici olan konu, bir markanın, dinî değerleri kullanarak pazarda kendine yer bulmaya çalışmış olmasıdır. Gıda, temizlik, giyim, iletişim, bankacılık gibi dinî duyarlılıkla ilgi kurulabilecek alanlarda işletmelerin reklamlarında, dinsel sembollerin kullanımın var olduğu (Öztürk, 2014) bilinmektedir. Hedef kitleye verilmek istenen mesaja göre dinsel semboller reklamlarda kullanılmaktadır. Dinî sembollerin ticari bir amacı elde etmede bir araç olarak kullanılması, dinin araçsallaştırılması ve dinin samimiyetten uzaklaştırılması sorununu doğurabilmektedir. Reklamveren ve reklam -bizzat dinin kendisine zarar verememiş olsa bile- dinî anlayışa bir zarar verecek ve toplumsal dinamiklerin dinden uzaklaşması ya da dini referansların daha az ciddiye alınmasıyla sonuçlanabilecek değişimlere yol açabilecektir.

Reklamda Milliyetçilik Duygularının Kullanılması

Milliyetçilik insanın içinde doğduğu ırkı sevmesi, içinde yer aldığı toplumun değerlerini sevmesi ve onun değerlerini paylaşması olarak düşünülmesi durumunda oldukça masumdur. Hatta insanların kendilerini tanımalarını sağlayan bir araç olduğu için gereklidir.

Resim 7. Milliyetçilik Duygularının Kullanılması
Kaynaklar: Canatasever (2007) ve Eğlenceliklam (2015).

Bireylerin tüketim ile ilgili olarak milliyetçi davranışlar sergilemesine etnosentrizm denmektedir. Bu bağlamda reklamlarda ya-

Bireylerin tüketim ile ilgili olarak milliyetçi davranışlar sergilemesine etnosentrizm denmektedir.

yımlanan mesajların milliyetçilik duygularına hitap etmesi durumunda, mesaj bireyin etnosentrik duygularına hitap etmektedir.

Medyada yayımlanan reklamlar bireylerin milliyetçi boyutuyla bir bağ kurarak dikkat çekici ya da etkili hâle getirilmeye çalışılmaktadır.

!

Sadece milliyetçilik duygularının kullanılarak ortak tarih, egemenlik, birlikte var olabilme, romantizm duygularını harekete geçiren reklamlar bir ölçüde ahlaki sınırlar içinde kabul edilebilir. Irkçılık, şovenizm gibi noktalara görülen reklamlar ise ahlaki sınırların dışına çıkmış olmaktadır.

Etnosentrik eğilime sahip olan tüketiciler, yabancı ürünleri satın almak için ilgili ya da istekli değillerdir. Hatta bazı durumlarda, tüketicinin daha düşük kalitede olsa bile ithal ürün yerine yerli ürün satın almalarına neden olmaktadır. Bu duyguları bilen reklamverenler ve reklam ajansları, tüketicilerin bu yönlerine hitap eden reklam mesajları ile tüketicileri ikna etmeye çalışabilmektedir.

ÇALIŞMA HAYATI

Milliyetçilik duygularının en çok kullanıldığı reklamlardan birisi Cola Turka'nın pazara girdiği dönemde kullandığı bir reklamdır. Resim 9'da reklam filminden bir kare gösterilen reklamda Cola Turca, 2003 yılında Amerika ile ülkemiz arasında yaşanan siyasi ve askeri kriz nedeniyle Antiamerikancılık düşüncesinin yükseldiği dönemde pazara "Newyork'ta bir morning" reklam filmiyle girmiş ve yükselen Türk milliyetçiliği duygularını kullanarak Türkiye kola pazarına kısa sürede iyi bir başarı yakalamıştır. İsmi bile Türk milliyetçiliğini çağrıştıran bu markanın 2015 yılında bir Japon firmasına satılmış olması ironik bir durum oluşturmaktadır.

Reklamda daha çok tüketimin özendirilmesi, ahlaki sorun yanında, tüketicilerde obezite gibi sağlık problemlerinin tetiklenmesine de neden olabilmektedir.

Benzer duyguları Mavi Jeans, 1997 yılında yayımladığı "Çok oluyoruz" ve 1999 yılında yayımladığı "Çok ileri gittik" reklam kampanyalarında kullanmıştır.

Reklamda Daha Çok Tüketimi Özendirme

Reklamlarda kullanılan "daha fazlasını iste", "bir alana bir bedava" gibi söylemler tüketimi arttırmaya yönelik mesajlardır. Örneğin bir hamburgercide " 1 TL fark ile büyük boy" veya "şu menüyü alana bu sadece 4 TL" gibi ifadeler de tüke-

ticinin isteği olmasa da onu o ürünleri tüketmeye yönelten reklam kampanyalarıdır. Bilinçli ya da bilinçsiz olarak daha çok olana yönlenme sonucunda aşırı tüketim ya da israf söz konusu olabilmektedir. Reklamda daha çok tüketimin özendirilmesi, ahlaki sorun yanında, tüketicilerde obezite gibi sağlık problemlerinin tetiklenmesine de neden olabilmektedir.

Reklamda Abartma

Ürünün ve özelliklerinin gerçekte olduğundan daha fazla anlatılması ve gösterilmesi, reklamda abartmayı ifade etmektedir. Yapılan araştırmaya göre (Özdemir ve Yaman, 2015) abartma, reklamda ahlaki bakımdan sorunlu olarak görülme açısından son sıralarda yer almaktadır. Ürünün fark ettirilmesi için aşırıya kaçmadan yapılan abartmalar reklamın etkisini artırmaktadır. Ancak abartmanın aşırısı artık abartma olmaktan çok aldatma olarak düşünülmelidir.

Resim 8. Abartma
Kaynak: Pinterest (2017b)

Resim 10'da bir kozmetik firmasına ait ürün reklamı yer almaktadır. Reklamda ürünün kullanımı öncesi ve sonrası kıyaslanmış ve bu da tüketiciye abartılı bir biçimde iletilmiştir. Özellikle çocukların büyüme isteklerini kullanan ve kullanıldığında çocukların çabuk büyüyeceğini ima/ifade eden ürünlerin reklamları çocuklar üzerinde olumsuz etki potansiyeline sahiptir.

Ürünün fark ettirilmesi için aşırıya kaçmadan yapılan abartmalar reklamın etkisini artırmaktadır. Ancak abartmanın aşırısı artık abartma olmaktan çok aldatma olarak düşünülmelidir.

Sonuç

İşletmelerin görülen yüzlerini oluşturan pazarlama çabaları, ahlaki açıdan eleştiriye açık ve hatta çok sayıda ahlaki problem potansiyeline sahip uygulamaları içerebilir. Rekabet ederken pazarlama ahlakı konularını gözeten ve gözden kaçan pazarlama ahlakı problemleri fark edildiğinde iyi niyetle düzeltici çaba içinde olan işletmelerin ayakta kalma şansı diğerlerine göre daha yüksektir. Bu yüzden pazarlama ahlakı konularının önem ve özenle üzerinde durulması gereken işletme konuları olduğu unutulmamalıdır. Aksi tutum bugüne kadar olduğu gibi bundan böyle de çok sayıda işletmenin işletmecilik tarihinde olumsuz olarak anılmasına ve iş dünyasından silinmesine yol açabilir.

Rekabet ederken pazarlama ahlakı konularını gözeten ve gözden kaçan pazarlama ahlakı problemleri fark edildiğinde iyi niyetle düzeltici çaba içinde olan işletmelerin ayakta kalma şansı diğerlerine göre daha yüksektir.

Pazarlama çabaları ve özelde reklamlar, iş dünyasında rekabet edebilmek için kullanılması gereken bir rekabet aracıdır. Ticari anlamda rekabet edebilmek, var ola-

bilmek ve varlığını sürdürebilmek için gerekli rekabetin bir kısmı reklam ile sağlanmaktadır. Reklamla rekabetin yaşandığı iş dünyasında, rakibin kullanmasıyla diğer işletmelerin de reklamları kullanması bir tür zorunluluk hâline gelmektedir. Rakibin yaptığından geri kalmak, rekabette yenik düşmek anlamını taşıyabileceği için işletmeler arası rekabet, sonu gelmez bir yarış olarak sürüp gitmektedir.

!

Çok sayıda reklam arasından sıyrılarak mesajını ulaştırmaya çalışan reklamlar giderek daha çok bağıran pazar satıcıları gibi, daha uç noktalara yaklaşarak mesaj vermeye çalışmakta, mesajlarının mesaj yığınları içinden ayrılarak farkına varılmasına çalışmaktadır. Uç noktalara gitme düşüncesi, mesajların ahlaki sınırları da zorlamasını beraberinde getirmektedir.

Reklamla ilgili ahlaki standartlar, toplumun değer yargılarındaki değişimlere göre şekillenmektedir. Bu sebeple, reklamın ahlakiliği bir ölçüde alıcı ve satıcı ilişkilerindeki karşılıklı etkileşimin ahlaki sınırlarına bağlıdır. Bu sınırların da toplumsal değer yargıları içinde olması gerekmektedir (Torlak, 2007, s. 264).

Reklamı yapılan ürünün maliyet fiyatını arttırması, tüketicilerin var olmayan ihtiyaçlarını ortaya çıkarması, tüketiciyi gösteriş tüketimine sevk etmesi, tekelci etkiler oluşturması, tüketicide marka bağımlılığı oluşturması gibi nedenler sebebiyle bazı yazarlar reklamın toplumu olumsuz etkilediği (Karabağ, 1998, s. 48) eleştirileri yapmaktadır.

Reklamlar doğru kullanıldığı zaman, toplumsal bilincin artmasına yardımcı olabildiği gibi, ahlaki değerlerden yoksun olduğunda da kitlesel yanılsamalara neden olabilmektedir (Tayfur, 2008, s. 201). Ahlaki değerlerden yoksun reklamlar yanlış algılamalara ve ahlaki dejenerasyona neden olabilmektedir.

Reklamcılık işini yapan iletişimciler, kitle iletişimi için kullandıkları araçlarla çok büyük etkiler yapabilecek güçtedir. Beyin yıkama, örtülü (bilinçaltı) mesaj verme konusunda ustalaşmış insanlar topluluğunun sahip oldukları imkânları kötüye kullanmalarının önündeki iki engel yasalar ve vicdandır. Yasaların boşlukları olmakta veya zaman zaman yaptırımlar küçük kalabilmektedir. Bu durumda esas beklenti sektörde yer alan reklamveren, reklam ajansı, medya, tüketici paydaşlarının ahlaki sorumluluğu üstlenmelerine kalmaktadır. Bu tür sorumluluğun sürekli olarak hissedilmesini sağlayacak içsel güç ise ahlaki anlayış ve sorumluluk bilincine sahip olmaktır.

Reklam ajansları, sadece reklamverenlerin amaçlarına odaklanmaktadır. Bu durum onların kendi ahlaki duyarlılıklarını göz ardı etmelerine neden olabilmektedir.

Reklam ajansları, sadece reklamverenlerin amaçlarına odaklanmaktadır. Bu durum onların kendi ahlaki duyarlılıklarını göz ardı etmelerine neden olabilmektedir.

Reklamlar tek tek düşünüldüğünde her reklamın içinde bir veya iki unsurun ahlaki sınırları zorlaması olağan gibi gözükmektedir. Ancak peş peşe gelen çok sayıda reklamın çoğunda ahlaka aykırı durumların bulunması, tüketici üzerinde âdeta bombardıman etkisi yaratmaktadır. Bir reklamda görülen ahlak sınırlarını zorlayan bir unsur önemsenmeyebilir. Bir reklam kuşağında çıkan 50 reklamdan 30'unda ahlaki sınırları zorlayan durum varsa bir süre sonra izleyicilerin ahlak anlayışı bu reklamlara göre şekillenecektir (Özdemir ve Yaman, 2015).

İnternet üzerinde gezinmeyi sağlayan tarayıcılar, dijital kimlikten hareketle herkes hakkında dijital izler yardımıyla ayrıntılı kayıtlar tutmaktadır. Milyonlarca insanın davranışlarını içeren bu bilgiler mahrem konular da içerebilmektedir. Tarayıcılar davranışlarını takip ettikleri tüketicilere kişiselleştirilmiş reklamlar sunmaktadır. Artık hedef, "kitle" değil "birey" hâlini almıştır. Bir başka ifadeyle, büyük tüketici kitlelerinden oluşan pazar artık bireylere indirgenmiş ve mikropazarlara dönüşmüştür.

!

İnternet servis sağlayıcılar, tarayıcı programların sahipleri, arama motorları ya da ziyaret edilen ve interaktif içerik sunan tüm internet hizmetleri bu mahrem bilgileri toplamakta ve pazarlama stratejileri geliştirmek için kullanmaktadır. Bu durum tüm bu hizmetleri verenlerin yasal sorumluluklarının yanında ahlaki sorumluluklarını da artırmaktadır.

Reklam ahlakı, kısaca reklamın hazırlanmasından yayımlanmasına kadar her aşamasında ahlaka uygun davranmaktır. Ahlaka uygun reklam;

i. Reklamın amacının açık ve meşru olmasını,
ii. İçerik olarak toplumun genel ahlak ilkelerine uygun olmasını,
iii. Mevzuata uygun olmasını,
iv. Meslek ilkelerine uygun olmasını,
v. Karar vermeyi tüketiciye bırakmasını,
vi. Mecra ve zaman olarak uygun hedef kitleye yönelmeyi,
vii. Dürüst olmayı,
viii. Rakipleri kötülememeyi,
ix. Aşırı olmamayı,

x. Yanıltmamayı,
xi. Ürün güvenliğini,
xii. Tüketicilerin değerlerini değiştirmeye dönük olmamayı kapsamaktadır.

Reklam, toplumu olumlu da olumsuz da etkilese günlük hayatımızın vazgeçilmezi olmuştur. Reklamın olumsuz etkilerinden korunabilmek için reklamın tüm paydaşlarının üzerine düşeni yaparak reklam ahlakı konusunda iş birliği ve iyi niyetle hareket etmeleri gerekmektedir.

ÖRNEK OLAY Reklamcının İdealisti Olur mu?

Fakülte yıllarından tanışan dört eski arkadaş, bir dostlarının sahibi olduğu kafeteryada oturmuş çay içiyorlar ve sohbet ediyorlardı. Arkadaşların ikisi öğretmen, ikisi de reklamcılık sektöründe çalışan iş adamlarıydı. Konu dönüp dolaşıp reklamlardaki uygun olamayan içeriklerin kullanılmasına gelmişti. Öğretmenler reklamcıları idealist bir duruş göstermedikleri için eleştiriyordu. Çocuklar ve toplum üzerindeki olumsuz etkilerden bahsediyor, ahlaka uygun olmadığını düşündükleri reklam örneklerini anlatıp reklamcıları köşeye sıkıştırmaya çalışıyorlardı.

Reklamcılardan uzun saçlı olanı reklamın içeriğinde gördüğü yanlış davranışlarla mücadelesini anlatıyordu. Bunun için "bazı işleri geri çevirmeyi göze bile aldığını" vurgulayarak aslında reklamcılık sektöründe nasıl bir duruş sergilenmesi gerektiğini açıklamaya çalışıyordu. Kendi hayatından örneklerle aslında "reklamcılık sektöründeki herkesin aynı kefeye konmaması gerektiğini" anlatmaya çalışıyordu.

Kısa saçlı olan diğer reklamcı daha rahat bir tarza sahipti. "Ben kazanacağım paraya bakarım." diyordu. "Reklamın parasını veren reklamveredir, o ne isterse ben onu yaparım." diyordu. "Bunun ahlaki olup olmadığına bakmam." diyordu. Tartışma bu eksende yaklaşık bir saat sürmüştü.

Kafeteryanın sahibi olan iş adamı dışarıdan yeni gelmişti. Eski dostlarının koyu bir sohbet içine girmiş olduklarını görünce bir sandalye de o çekti masanın yanına oturdu ve bir süre dinledi. Sohbetin konusunu ve kimin neyi savunduğunu anladıktan sonra reklamcılara dönerek "Para benim değil mi? Reklamcı benim işimi yapıyor. Ahlakı gerekçe göstererek 10 bin liraya yapmayı reddediyorsa aynı paraya yapacak olanı bulur ona yaptırırım. Olmazsa 50 bin lira verir yine de işimi yaptırırım." dedi.

Reklamcılardan kısa saçlı olanı hemen atıldı ve "Ben 50 bin liraya bakarım. Bu paraya reklamın içeriği ahlaka uygun olacakmış olmayacakmış düşünmem, işi yaparım." dedi.

O anda az önce reklamcılık sektöründe yaptığı güzel davranışları anlatan uzun saçlı reklamcı söze girerek "Bu paraya aynı şeyi ben de yaparım." dedi.

İki öğretmen şaşkınlıkla birbirine baktı. İkisinin bakışında da aynı soru gizliydi. "İdealist davranan reklamcı gerçekte bir efsane miydi? Yoksa gelirin miktarına göre hemen her reklamcı ahlaki ilkelerinden vazgeçebilir miydi?"

Kaynakça

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu. (2011). *Resmî Gazete*, 27846, 14 Şubat 2011.

Akbulut, N. ve Balkaş, E. (2006). *Adım adım reklam üretimi*. İstanbul: Beta.

Altun, F. (2009). Kork! Kutsal Kitaptaki kadar kork! *Marketing Türkiye*, *Ekim*, 58-64.

Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2016). *Pazarlama ilkeleri ve yönetimi* (2. basım). İstanbul: Beta.

American Marketing Association. (2013). *Definition of marketing*. Retrieved January 16, 2017, from https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx.

Atakan, B. (2017, 7 Şubat). 2016'da Reklam Kurulu ceza yağdırdı. *Milliyet*. http://www.milliyet.com.tr/2016-da-reklam-kurulu-ceza-yagdirdi-ekonomi-2391625/ adresinden 07 Şubat 2017 tarihinde edinilmiştir.

Babacan, M. (2008). *Nedir bu reklam*. İstanbul: Beta.

Canatasever (2007). *Cola Turka - New York'ta Bir Morning 1*. https://www.youtube.com/watch?v=UWbEbCE1Pvg, adresinden 24.10.2017 tarihinde edinilmiştir.

Doğru, E., Avşarlıgil, N. ve Kıtlık, H. Ö. (2013). Reklamlarda oynayan ünlülerin banka tercihleri üzerine etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, *5*(2), 51-62.

Eğlenceli reklamlar. (2015). *Cola Turka (Newyork'ta Bir Morning 2)*. https://www.youtube.com/watch?v=EzNESsu5ZKE adresinden 24.10.2017 tarihinde edinilmiştir.

Ekici, K. M. ve Şahım, T. Z. (2013). *Reklamcılık*. Ankara: Savaş Yayınevi.

Elden, M. ve Ulukök, Ö. (2006). Çocuklara yönelik reklamlarda denetim ve etik. *Küresel İletişim Dergisi*, *2*, 1-23.

Engin, A. (1999). Medya ahlakı, gazetecinin kendi ahlakından ibarettir. *Birikim Dergisi*, *117*, 26-29.

Googlog. (2009). *Reklamı durdurdu ve 134.400 TL para cezasına çarptırdı*. https://forum.shiftdelete.net/threads/reklami-durdurdu-ve-134-400-tl-para-cezasina-carptirdi.115848/ adresinden 24.10.2017 tarihinde edinilmiştir.

Gürgen, H. (1990). *Reklamcılık ve metin yazarlığı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Hatip, M. (2008). *Turkcell'den Bilinçaltı Reklamcılık Örneği*. https://marketrend.wordpress.com/2008/11/02/turkcellden-bilincalti-reklamcilik-ornegi/ adresinden 24.10.2017 tarihinde edinilmiştir.

Karabağ, A. (1998). *Reklamcılığa yeni bakış*. İstanbul: Akba Yayıncılık.

Karaca, Y., Pekyaman, A. ve Güney, H. (2007). Ebeveynlerin televizyon reklam içeriklerinin çocuklar üzerindeki etkilerini etik açıdan algılamalarına yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *IX*(2), 233-249.

Mengü, M. M. (2006). Reklam sloganları ve tüketici zihni. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, *25*, 109-121.

Özdemir, Ş. ve Yaman, F. (2015), *Türkiye'de reklam ahlakı sorunlar ve çözüm önerileri*. İstanbul: İLKE Yayınları.

Özkaya, T. (2011). *Audi Reklamı*. https://www.youtube.com/results?search_query=pe4GEqmlVVg adresinden 24.10.2017 tarihinde edinilmiştir.

Öztürk, G. (2014). Reklamlarda dinsel sembollerin kullanımı. M. Çamdereli (Ed.), *Medya ve din* içinde (s. 289-324). İstanbul: Köprü Yayınları.

Pinterest. (2017a). *Bu fikirleri ve daha birçoğunu keşfedin!* https://tr.pinterest.com/pin/40180621651795543/ adresinden 24.10.2017 tarihinde edinilmiştir.

Pinterest. (2017b). *Bu fikirleri ve daha birçoğunu keşfedin!* https://tr.pinterest.com/pin/334040497336094998/ adresinden 24.10.2017 tarihinde edinilmiştir.

Reklam Kurulu Bülteni (2015). http://tuketici.gtb.gov.tr/reklam-kurulu/reklam-kurulu-kararlari?#search, 11.11.2014 tarihli 230 Sayılı Reklam Kurulu Toplantısı Basın Bülteni.

Şenuslu, S. S. (1998). *Reklamcılık ve reklam*. İstanbul: Nesil Basım Yayın.

Tayfur, G. (2008). *Reklamcılık* (3. basım). Ankara: Nobel.

Torlak, Ö. (2007). *Pazarlama ahlakı* (4. basım). İstanbul: Beta.

Türkülivestream. (2013). *20 Adımla 90'larda Gazete Kuponu Biriktirme Çılgınlığı.* https://onedio.com/haber/xx-tuhaf-urunle-gazete-kuponu-biriktirme-cilginligi-217172 adresinden 24.10.2017 tarihinde edinilmiştir.

Yalsızuçanlar, S. (2008). *Medya ve ahlak*. http://www.sadikyalsizucanlar.net/elestiriler/medya-ve-ahlak.html adresinden 4 Mart 2017 tarihinde edinilmiştir.

Yaman, F. (2014). *Reklamın 5 M'si*. Ankara: Nobel.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Akan, P. (1995), "Reklâmcının Toplumsal Sorumluluğu", *Pazarlama Dünyası,* 9(51), 18-23.

Chonko, L. B. (1995), *Ethical Decision Making in Marketing,* Thousand Oaks, CA: Sage.

Hunt, S. D. ve S. J. Vitell (1993), "The General Theory of Marketing Ethics: A Retrospective and Revision", (Eds.) N. C. Smith ve J. A. Quelch, *Ethics in Marketing,* Homewood, IL: Irwin, 775-784.

Hunt, S. D. ve S. Vitell (1986), "A General Theory of Marketing Ethics", *Journal of Macromarketing,* 6(1), 5-16.

Laczniak, G. R. ve P. E. Murphy (1993), *Ethical Marketing Decisions - The Higher Road,* New Jersey: Prentice-Hall.

Murphy, P. E., G. R. Laczniak, N. E. Bowie ve T. A. Klein (2005), *Ethical Marketing,* New Jersey: Prentice Hall.

Özdemir, Ş. ve F. Yaman (2015). *Türkiye'de Reklam Ahlakı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri.* İstanbul: İGİAD Yayınları.

8

İnsan Kaynakları Yönetimi ve İş Ahlakı

Ali Osman Uymaz

Tartışma Soruları

- Adaylarla örgütün ilk irtibat noktası olması dolayısıyla insan kaynakları yönetiminin iş ahlakı açısından nasıl bir sorumluluğu bulunmaktadır?
- İş ahlakında fırsat eşitliğinin anlamı nedir?
- Herkese eşit ücret iş ahlakına uygun mudur?
- Performans değerlendirme sürecinde iş ahlakı ilkelerini ihlal nedenleri nelerdir? İnsan kaynakları yönetiminin örgüt genelindeki iş ahlakı ile ilgisi nedir?
- İş ahlakı ilkeleri yalnız örgüt tarafından mı ihlal edilir? Ya adaylar ve çalışanlar?

Giriş

İş ahlakını, verilen kararların, yapılan davranışların doğru veya yanlış olarak nitelendirilmesi amacıyla tanımlanmış değerler, ilkeler bütünü olarak tanımlayabiliriz. Örgüt üyeleri açısından ise iş ahlakı, en temelde tüm örgütsel faaliyetler ve ilişkilerde dürüstlüğü, adaleti, güveni, saygıyı, hak ve hukuku göz ardı etmeyen bir yaklaşımı benimsemektir. Günümüzde örgüt yönetiminde sürdürülebilir kalkınmanın yanında şeffaflık, dürüstlük ve adalet gibi iş ahlakı ilkeleri örgüt kültüründe önemli bir yer edinmektedir (Şahin ve Yıldırım, 2008).

Örgüt yönetimi tarafından tanımlamış iş ahlakı ilkeleri, başta çalışanlar olmak üzere tüm paydaşlara karar vermelerinde, uygulamalarında ve faaliyetlerinde rehberlik etmektedir. Öncelikle yönetimin iş ahlakı ilkelerini açıklamasının, kendi kararları, tutum ve davranışlarında bu ilkelere bağlı olmasının, üyelerin ilkeleri kabullenmeleri ve onlara bağlılıkları üzerinde büyük önemi ve etkisi vardır. Bunun anlamı örgüt içi iş ahlakı ilkelerinin belirlenip, ilan edilmesinin ötesinde örgüt içinde yaşatılmasıdır.

İnsan kaynakları yönetimi açısından ise öncelikle kendi faaliyet ve uygulamalarında iş ahlakı ilkelerine bağlı olması örgüt üyelerine verilen mesaj özelliği taşıması dolayısıyla hayati öneme sahiptir. Çünkü bu ilkeler çalışanların nasıl seçildiği, hangi şartlarda çalıştırıldığı, nasıl yönetildiği, değerlendirildiği, ödüllendirildiği, iş akdinin hangi şartlarda ve nasıl sonlandırıldığı gibi birçok faaliyeti, dolayısıyla çalışanın iş ve özel hayatını doğrudan etkilemektedir. Yönetimin duyarlılığı ve desteği, insan kaynakları yönetimi çalışmaları ahlaki açıdan güçlü bir çalışan profilinin oluşmasını ve iş ahlakının örgüt kültürü içinde kurumsallaşmasını sağlamaktadır (Ardichvili ve Jondle, 2009).

İnsan kaynakları yönetimi çalışmaları ahlaki açıdan güçlü bir çalışan profilinin oluşmasını ve iş ahlakının örgüt kültürü içinde kurumsallaşmasını sağlamaktadır.

Araştırmacıların hemfikir olduğu şey, örgütsel etkinlik ve verimlilik kadar örgütün geleceği açısından örgüt üyesinin esenliğinin sağlanmasıdır. Çünkü insan kaynağı diğer üretim faktörlerini yönettiği için örgüt açısından en önemli üretim faktörüdür. Bu nedenle insan kaynağı örgütün önemli, en stratejik rekabet gücü olarak görülmektedir. Bireyin esenliğinin sağlanması için iş ahlakına uygun çalıştırılması ve muamele edilmesi gereklidir (Buckley ve diğerleri, 2001).

Örgütlerde insan kaynakları yönetimi her düzeyde çalışanın verimliliği kadar örgüt içi ve hatta iş dışındaki tutum ve davranışlarının, akitlerinin kısaca iş ve özel hayatının ahlak ilkelerine uygun olmasını hedeflemekte ve beklemektedir. Yani, insan kaynakları yönetimi çalışanların yüksek üretkenliğe ve verimliliğe ulaşması için örgütlerde çeşitli çalışmalar yaparken, iş ahlakına ve sosyal sorumluluk bilinci ile toplumun örgüt ve çalışanlarla ilgili beklenti ve kaygılarına duyarlı olmalıdır (Mirze, 2010). Ne pahasına olursa olsun, tek hedef kârlılık ve başarı demek, başta örgüt olmak üzere tüm paydaşların ve toplumun varlığını tehdit etmektedir. Bu durumun ve tehdidin farkında olan Tabipler Birliği, Basın Konseyi, Türkiye Bankalar Birliği gibi bazı meslek odaları ve dernekler, ilgili sektörün geneli için iş ahlakı ilkelerini belirlemekte ve bu sektörde faaliyet gösteren kurum ve meslek erbabının bu ilkelere uymasını beklemekte, hatta zorlamaktadır (Sökmen, 2016). Çünkü bir kurumun veya meslek erbabının yapmış olduğu hata veya ahlaki olmayan davranış tüm sektöre mal edilebilmekte, sektörün itibarını zedeleyebilmektedir.

ÇALIŞMA HAYATI

Tabipler Birliği, Basın Konseyi, Türkiye Bankalar Birliği gibi bazı meslek odaları ve dernekler, ilgili sektörün geneli için iş ahlakı ilkelerini belirlemekte ve bu sektörde faaliyet gösteren kurum ve meslek erbabının bu ilkelere uymasını beklemekte, hatta zorlamaktadır (Sökmen, 2016).

Örgütün belirlediği iş ahlakı ilkeleri birçok başlığı kapsayabilir. İnsan kaynakları yönetimi açısından bakıldığı zaman kendi ana faaliyet alanına giren işe alım, atama ve yükseltme, eğitim ve gelişim, çalışma şartları, ücret ve sosyal haklar ve iş sözleşmesinin sonlandırmasını öncelikle içermektedir.

Örgütün iş ahlakı ilkelerini belirleyip kamuoyuna açıklaması, çalışanlarının iş ahlakına uygun çalışması kadar örgüt içinde de çalışanlara iş ahlakı ilkelerine uygun davranılması, çalışanların bu ilkeler doğrultusunda çalıştırılması kamuoyunun algısını olumlu yönde etkilemektedir. Bu açıdan iş ahlakı ilkelerinin belirlenmesi, bu ilkelere bağlılık açısından örgütün dış çevresine gösterilen hassasiyeti örgüt içinde de göstermesi örgütün işveren markasına büyük katkı yapmaktadır (Sullivan, 2008). Aynı zamanda yapılan tüketici eğilimi araştırmaları, örgütün iş ahlakına uymasının maddi boyutunun bulunduğunu göstermektedir. Bir araştırmaya göre "*Eğer kalite ve fiyat farkı olmazsa toplum için iyi şeyler yaptığına ve sorumluluk taşıdığına inandığım işletmenin ürününü tercih ederim.*" diyenlerin oranının üç yıl içinde %55'ten %65'e yükseldiğini göstermektedir (Çelik, 2010). Bu araştırma sonuçları, ahlaki değerler doğrultusunda hareket etmenin ticari olarak da karşılığı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle örgüt açısından iş ahlakına bağlı faaliyet göstermek hem kamuoyu hem de çalışanlar açısından önem arz etmektedir.

Örgütün belirlediği iş ahlakı ilkeleri birçok başlığı kapsayabilir. İnsan kaynakları yönetimi açısından bakıldığı zaman kendi ana faaliyet alanına giren işe alım, atama ve yükseltme, eğitim ve gelişim, çalışma şartları, ücret ve sosyal haklar ve iş sözleşmesinin sonlandırmasını öncelikle içermektedir. İnsan kaynakları yönetimi politika ve uygulamaları öncelikle insan hakları, hukuk ve örgüt yönetimi tarafından belirlenen iş ahlakı ilkelerine uygun olmalı ve uygulama sürecinde tüm örgüt üyelerine eşit davranılmalıdır. Örneğin, ExxonMobil petrol şirketi insan haklarına saygılı olduğunu, istihdam, ücret, yükseltme ve gelişme olanakları açısından fırsat eşitliği ilkelerini global düzeyde benimsediğini web sitesinde duyurmaktadır (ExxonMobil, 2017). Benzer şekilde birçok ülkede havalimanı işletmeciliği yapan TAV global web sayfasında istihdamda, eğitim ve geliştirmede, değerlendirmede ve uygulamalarda fırsat eşitliği sağladıklarını ilk ilke olarak açıklamıştır. TAV Havalimanları web sayfalarından İngilizce versiyonu seçildiğinde seçme yerleştirme, ücret sistemi, sosyal haklar ve iş sözleşmesinin sona erdirilmesinin şartlarının ayrıntılı bir şekilde kamuoyuna duyurulduğu görülmektedir (TAV Airports, 2017). İnsan kaynakları yönetiminin tüm faaliyet ve uygulamaları çalışanın iş ve özel hayatını direkt etkilediği için büyük önem arz etmektedir.

ÇALIŞMA HAYATI

ExxonMobil petrol şirketi insan haklarına saygılı olduğunu, istihdam, ücret, yükseltme ve gelişme olanakları açısından fırsat eşitliği ilkelerini global düzeyde benimsediğini web sitesinde duyurmaktadır.

ÇALIŞMA HAYATI

TAV global web sayfasında istihdamda, eğitim ve geliştirmede, değerlendirmede ve uygulamalarda fırsat eşitliği sağladıklarını ilk ilke olarak açıklamıştır. TAV Havalimanları web sayfalarından İngilizce versiyonu seçildiğinde seçme yerleştirme, ücret sistemi, sosyal haklar ve iş sözleşmesinin sona erdirilmesinin şartlarının ayrıntılı bir şekilde kamuoyuna duyurulduğu görülmektedir.

İş ahlakı ilkelerinin belirlenmesi kadar uygulamaya geçirilmesi hayati öneme sahiptir. İnsan kaynakları yönetiminin iş ahlakı açısından sorumluluğu kendi faaliyetleri ile sınırlı olmayıp örgüt genelindeki faaliyet ve uygulamaların iş ahlakına uygunluğunun kurumsallaşması, denetimi ve sorunların çözülmesi hakkında görev ve sorumluluk verilebilmektedir. Örneğin kalem üretici Pilot global düzeyde iş ahlakı ilkelerini belirlemiş ve bu ilkelerin uygulanmasının görev ve sorumluluğunu insan kaynakları yönetiminden sorumlu genel müdür yardımcısına vermiştir (Pilot Pen, 2008).

İnsan Kaynakları Yönetimi Faaliyetlerinde İş Ahlakı

Günümüz rekabet ortamında insan kaynağının, rekabette öne geçirecek en önemli faktör olduğu artık tartışılmaz gerçektir. Bu yüzden Türkiye'deki birçok örgüt, çalışanlarının çok önemli olduğunun ifadesi olarak *insan kaynakları* yerine *insan kıymetleri*ni kullanmaya başlamıştır. Bunun için insan kaynakları yönetiminin önemi her geçen gün artmaktadır.

İnsan kaynakları yönetiminin temel amacı örgüt hedeflerini gerçekleştirecek niteliklere sahip iş gücünü planlamak, organize etmek, yönetmek için sistemler kurmak ve bu sistemleri işletmektir.

İnsan kaynakları yönetiminin temel amacı örgüt hedeflerini gerçekleştirecek niteliklere sahip iş gücünü planlamak, organize etmek, yönetmek için sistemler kurmak ve bu sistemleri işletmektir. Ayrıca örgütün sahip olduğu insan kaynağı potansiyelini optimum düzeyde kullanılabilir hâle getirerek örgütsel etkinlik ve verimliliği artırmayı hedefler. Bu açıdan insan kaynakları yönetiminin temel faaliyetlerini şu şekilde sıralayabiliriz:

i. Örgüt misyon, vizyon ve stratejilerinin oluşturulmasına ve hedeflerin gerçekleştirilmesine katkı sağlamak,

ii. İş gerekliliklerine ve örgüt kültürüne uygun çalışanları temin etmek,

iii. Örgütsel değerleri benimseyen ve bu değerlere uygun çalışan bir iş gücünün oluşmasını sağlamak,

iv. Rekabet avantajı sağlayacak iş kültürü ve ortamının oluşmasını sağlamak,

v. İş gücünün potansiyelini en üst düzeyde kullanılabilir hâle getirecek politika, uygulama ve sistemleri oluşturmak ve çalıştırmak,

vi. Yeni ihtiyaçlara göre mevcut çalışanların bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirmek,

vii. Değişen piyasa şartlarına uygun olarak iş gücünde değişimi planlamak ve yönetmek,

viii. Örgüt üyelerinin çalışma kalitesini yükseltmek, iş tatmini ve bağlılığı oluşturmak,

ix. Örgüt üyelerinin iş sağlığı ve güvenliğini sağlamak,

x. Örgüt ve üyeleri arasındaki işe alım, çalışma ve işten ayrılma süreçlerinde hukuki ilişkileri düzenlemek, çıkan sorunları çözmek, tüm paydaşlar için adaletin tesis edilmesini sağlamaktır.

İnsan kaynakları yönetimi, iş ahlakını benimsemiş ve ahlaka uygun çalışan bir iş gücünün oluşmasını hedefler (De Silva, Opatha ve Gamage, 2016). İnsan kaynakları yönetimi kurguladığı sistemler ile iş ahlakının örgüt kültürünün bir parçası olmasını, ahlaklı bir çalışan profilinin oluşturulmasını sağlayabilir. Bu bir süreç ve kurgudur. Bu durum insan kaynakları yönetiminin stratejik özelliğine derinlik kazandırmaktadır (Dessler, 2012).

İnsan kaynakları yönetimi ve iş ahlakı arasındaki ilişkiye iki açıdan yaklaşılmaktadır. Birincisi insan kaynakları yönetiminin uygulama ve faaliyetlerinde iş ahlakının yeridir. Seçme yerleştirme, eğitim ve gelişim imkânları, performans, ücret ve terfi açısından değerlendirme, motive etme, çalışanların işte kalmalarını sağlama (bağlılık) ve işten çıkarma faaliyetlerinin iş ahlakına uygun yürütülmesidir. İkincisi yaklaşım ise örgütün diğer faaliyet ve uygulamalarının iş ahlakına uygun gerçekleştirilmesi için insan kaynakları yönetiminin katkı sağlamasıdır. Her iki yaklaşımda iş ahlakının örgüt içinde etkin olmasını sağlamak amaçlanmaktadır.

İnsan Kaynakları Planlaması ve İş Gören Seçiminde İş Ahlakı

Örgütün ihtiyaç duyduğu zamanda ve nitelikte (bilgi, beceri ve yeteneklere sahip) çalışanları istihdam etmek, insan kaynakları yönetiminin en önemli hedeflerinden biridir. Çalışanların adaylar arasında seçilerek istihdam edilmesine iş gören seçimi de diyebiliriz. İş gören seçimi, işletmenin ihti-

yaç duyduğu uygun niteliklere sahip kişilerin araştırılması, seçilmesi ve işe alınmasına yönelik faaliyetleri içerir. İş gören seçimi ayrıca insan kaynakları yönetiminin diğer faaliyetlerini ve örgütsel başarıyı etkileyen en önemli işlevdir (Acar, 2008).

Seçme sürecinin istenilen sonuçları verebilmesi için öncelikle işlerin ve bu işlerde çalışacak profilin doğru tanımlanması gerekir. İşleri ve çalışan profilini tanımlama verileri, iş analizi çalışmasının sonucu ortaya çıkmaktadır. İş analiziyle, yapılacak işler ve iş gereksinimleri yani ihtiyaç duyulan iş gücünün nitelikleri, asgari düzeyde hangi bilgi, beceri ve yeteneğe sahip olması gerektiği tanımlanır (Uyargil, 2008a). Bu tanımlamalardan sonra seçme süreci, çalışanların iş yerine kazandırılması, iş ile bu işi yapacak niteliklere sahip kişilerin buluşturulmasını kapsamaktadır.

İş gören seçimi genellikle iş ilanı ile başlar. Bu adım, örgütle aday arasında ilk kez ilişki kurulduğu için önemli bir aşamadır. Bu adımda amaç, aranan niteliklere sahip aday kitlesinin dikkatini çekmektir. İlan sürecinin iyi yönetilmesi gerekir çünkü örgütün işveren-çalışan arasındaki ilişkiye verdiği önemin bir göstergesidir. Bunun için doğru içerik ve iletişim kanallarının kullanılması, örgütün itibar ve saygınlığının oluşturulması ve korunması açısından önemlidir.

İş ilanlarında işin tanımı, pozisyonun unvanı, adaylarda aranan bilgi, beceri ve mümkünse işin nerede, ne zaman ve ne kadar süre için olduğu, çalışma şartları hakkında doğru ve tutarlı bilgilendirme yapılmalıdır. İş ilanlarındaki tutarsızlık örgütün ciddiyet ve itibarının sorgulanmasına, daha da ötesinde tutarsızlıklar içeren iş ilanları dolayısıyla sosyal medyada alay konusu olmasına, güven ve itibar kaybetmesine neden olmaktadır. Benzer şekilde pazarda büyüyoruz mesajını verebilmek için sahte iş ilanlarının verilmesi, başvurulara geri dönülmemesi belirli bir süre sonra işletmenin ciddiyetinin sorgulanmasına, ahlaksızlıkla suçlanmasına sebep olmaktadır.

İş ilanlarındaki tutarsızlık örgütün ciddiyet ve itibarının sorgulanmasına, daha da ötesinde tutarsızlıklar içeren iş ilanları dolayısıyla sosyal medyada alay konusu olmasına, güven ve itibar kaybetmesine neden olmaktadır.

Adaylara olumlu ya da olumsuz dönüş yapılması örgüt açısından özellikle dikkat edilmesi gereken noktalardan birisidir. İlanlarda aranan niteliklere sahip adaylar başvurdukları hâlde hiçbir şekilde olumlu veya olumsuz bir dönüş yapılmadığından şikâyet etmektedirler. Bu durum örgütün itibarını olumsuz etkilerken uygun adayları da uzaklaştırmakta, piyasada *çalışılmaz şirket* olarak tanımlanmasına neden olmaktadır.

Günümüzde en temel insan haklarından birisi *eşit istihdam fırsatı*dır. Uluslararası Çalışma Örgütü ([ILO], 2015) 1958 tarihli 111 sayılı Ayrımcılık (İş ve Meslek) Sözleşmesi'nde, ayrımcılığı "*Irk, renk, cinsiyet, din, siyasal inanç, ulusal veya sos-*

Ayrımcılık (İş ve Meslek) Sözleşmesi'nde, ayrımcılığı "Irk, renk, cinsiyet, din, siyasal inanç, ulusal veya sosyal menşe bakımından yapılan iş veya meslek edinmede veya edinilen iş veya meslekte tabi olunacak muamelede eşitliği yok edici veya bozucu etkisi olan her türlü ayrılık gözetme, ayrı tutma veya üstün tutma" olarak tanımlamıştır.

yal menşe bakımından yapılan iş veya meslek edinmede veya edinilen iş veya meslekte tabi olunacak muamelede eşitliği yok edici veya bozucu etkisi olan her türlü ayrılık gözetme, ayrı tutma veya üstün tutma" olarak tanımlamıştır. Yapılacak işin gereklilikleri olan bilgi, beceri ve yetenekler ile iş ilanında tanımlanmış niteliklerin örtüşmesi iş ahlakına uygun bir durumdur. İhtiyaç duyulan bilgi, beceri, yetenekler ve çalışma şartlarının zorunlu kılmadığı hâller dışında ırk, renk, cinsiyet, din, fiziksel özür, yaş ve benzeri kriterler seçim kriteri olmamalı, ayrımcılığa izin verilmemelidir. Aksi takdirde eşit istihdam fırsatı ilkesi çiğnenmiş ve ayrımcılık yapılmış olacaktır.

İşe alım sürecinde yapılan mülakatlarda fırsat eşitliğine engel olabilecek adayın ebeveyn, kardeş ve eşlerinin isimleri, eğitim düzeyleri, yaptıkları işler, çalıştıkları iş yerleri, oturdukları evlerin kira olup olmadığı gibi adayın sosyal sınıfını, dinini veya mezhebini tespit etmeye yönelik sorular sorulabilmektedir. Bazı işletmelerin belirli pozisyonlar için adayların ebeveynlerini evlerinde ziyaret ettiği de gözlenmektedir. Ayrıca bekâr kadın adaylara evlenme planları ya da evli kadınlara ise hamilelik planları da sorulabilmektedir. Tüm bu soruları doğrudan fırsat eşitliğine engel olan, ayrımcılık içeren, iş ahlakına uygun olmayan sorular kapsamında değerlendirebiliriz.

Seçme ve yerleştirme sürecinde farkında olarak ya da olmayarak iş ahlakına aykırı olan durumlar ortaya çıkabilmektedir. Bu duruma örnek olarak yöneticilerin karar verirken adayların bilgi, beceri ve yeteneklerinden öte iş performansı ile ilgisi olmayan, adayın bir özelliğinden etkilenebilmesini gösterebiliriz (Goins ve Mannix, 1999). Adayın seçim sürecinde karar vericiler, birçok kriteri değerlendirmesi gerekirken *hale etkisiyle* (Nisbett ve Wilson, 1977) yani adayın belirgin bir özelliği dolayısıyla (örneğin mezun olduğu okul, hemşehrilik, fiziksel görünümü veya engeli, hitabet yeteneği gibi bir özelliğinden hareketle) hızlı bir şekilde olumlu veya olumsuz karar verebilmektedirler. İnsan kaynakları yönetimi bu tarz eğilim ve sapmaları engelleyecek sistemler kurmalıdır. Örneğin mülakatları yapılandırarak sorulacak soruları netleştirmeli, adayların birden çok kişi ile görüştürülmesini sağlamalı, farkındalık ve duyarlılık oluşturacak, süreci daha sağlıklı yönetmek için ilgili eğitimler vermelidir (Scott, 2005). Çünkü iş gören seçim sürecini her ne kadar insan kaynakları yönetimi kurgulasa da sürece diğer departman çalışan ve yöneticileri dahil olmakta ve iş ahlakı ilkeleri çiğnenebilmektedir.

Günümüzde birçok ülkede dezavantajlı aday ve çalışanları korumaya yönelik yasalar ve toplumsal duyarlılık bulunmaktadır. Bununla birlikte ayrımcılığı engellemeye yönelik yasal mevzuatı güçlü ve toplumsal duyarlılığı yüksek olan, ileri demokrasi ve gelişmişlik düzeyine sahip Batı ülkeleri başta olmak üzere seçme ve yerleştirme sürecinin birinci sırada yer aldığı, örgüt içi birçok

uygulama ve faaliyette de ciddi ayrımcılık yapıldığı gözlemlenmektedir (Bennington, 2007). Öncelikle insan kaynakları yönetimi aranan şartlara sahip tüm adayların başvurabilme eşitliğini sağlamalı ve seçme sürecine dahil edilmeleri konusunda ırk, cinsiyet, renk, din, ulusal ve sosyal menşeye bakmaksızın tüm adaylara fırsat eşitliğini sunmalıdır.

ÇALIŞMA HAYATI

ileri demokrasi ve gelişmişlik düzeyine sahip Batı ülkeleri başta olmak üzere seçme ve yerleştirme sürecinin birinci sırada yer aldığı, örgüt içi birçok uygulama ve faaliyette de ciddi ayrımcılık yapıldığı gözlemlenmektedir (Bennington, 2007).

İstatistikler fırsat eşitliği uygulamasında dünya genelinde sorunlar yaşandığını göstermektedir. Ülkelerin ekonomilerinde kriz belirtileri ortaya çıktığı zaman işe alınacaklar listesinde göçmenler arkaya itilirken; işten çıkarılacaklar listesinde ise ön sıralarda yer almaktadır. Örneğin benzer eğitim, bilgi, beceri ve tecrübeye sahip göçmen olanlar ile olmayanların işe alım oranı 2007 yılında ABD'de %0,7 iken; 2009 yılında %2,1'e yükselmiştir. Benzer şekilde İspanya'da 2007 yılında oran %4,4 iken; 2009 yılında %12,9 olmuştur. Hollanda'da ise %2,8'den %8,1'e yükselmiştir (International Labour Organization [ILO], 2017).

Türkiye'de 4857 sayılı İş Kanunu'nun 30. maddesi ile hem kamu hem özel sektörde 50 ve üstü çalışan sayısına sahip şirketlerin çalışan sayısının %3'ü kadar engelli kişiyi istihdam etme zorunluluğu bulunmaktadır. OECD'nin raporuna (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2017) göre Türkiye'de engellilerin %18,2'si istihdam edilirken; İsviçre'de bu oran %52,1, İngiltere'de ise %45,3'tür. Örgütlerin bu yasaya uymak yerine 2017 yılında çalıştırmaları gereken engelli kişi başına 2.295 TL olan para cezasını ödemeyi yeğledikleri görülmektedir. 2008 yılında 5763 sayılı Kanun ile eski hükümlüler dezavantajlı gruptan çıkarılarak özel sektörün hükümlüleri istihdam etmesi zorunluluğu kaldırılmıştır. Kanun değişikliği öncesi 2007 yılında özel sektör tarafından 13.620 eski hükümlü istihdam edilmişken 2009 yılında bu sayı 0 (sıfır) olmuştur (Göçoğlu, 2015).

Türkiye'de dezavantajlı kişilerin istatistikleri açısından yalnız istihdam edilme sayıları tutulurken; engelli yönetici oranı, sağlanan gelişim ve eğitim, terfi olanakları gibi istatistikler bulunmamaktadır. İnsan kaynakları yönetimi hem kanunen hem sosyal sorumluluk olarak hem de iş ahlakı ilkeleri açısından aranan niteliklere sahip tüm adaylara istihdamda fırsat eşitliği sağlamalıdır.

Dünyada ve Türkiye'de ayrımcılığın yoğun olmasına karşın olumlu, pozitif ayrımcılık projeleri de gerçekleşmektedir. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Ba-

kanlığı ve Avrupa Birliği ortaklığı ile yoksulluk riski altındaki bireyler, engelli bireyler, Romanlar, zorunlu göç mağdurları, eski mahkûmlar gibi hassas veya sosyal dışlanmaya maruz kalan gruplara yönelik projelere Avrupa Birliğinden 30 milyon avroluk hibe sağlanabilmektedir (Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 2016). Perakende ve büyük üretim firmalarının ihtiyaç duyduğu niteliklere sahip iş gücünü yetiştirmek için İŞKUR denetimi ve desteği ile işletmeler üniversitelerle iş birliğine giderek istihdam garantili programlar açmaktadır. İşletme ayağında yürütücü, insan kaynakları yönetimi departmanıdır. İnsan kaynakları yönetimi ihtiyaç duyulan nitelik ve iş gücü analizini ve planlamasını yapmakta, proje kapsamında hem içerik hem de eğitmen sağladığı gibi proje sonunda başarılı olan adayların istihdamını gerçekleştirmektedir. 2016 yılında İŞKUR, üniversite ve sanayi iş birliği ile istihdam garantili meslek edindirme kursları programına katılıp istihdam edilen kişi sayısı, 10.498'i erkek, 13.626'sı kadın olmak üzere toplam 24.124'tür (Türkiye İş Kurumu [İŞKUR], 2016).

Yukarıdaki örnekler insan kaynakları yönetiminin en önemli faaliyet alanlarından seçme, yerleştirme ve istihdam süreçlerinin iş ahlakı açısından ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. İnsan kaynakları yönetimi hem hukuksal hem de iş ahlakı ilkeleri açısından örgütün hukuk davaları ve sosyal sorunlar yaşamasını engellemek için başta üst yönetim olmak üzere tüm yöneticileri bilgilendirmesi ve belirli düzeyde farkındalığın oluşmasını sağlaması gerekmektedir.

İnsan kaynakları yönetimi her ne kadar işi ehline verme ilkesini benimsese de belirli adaylara öncelik tanıması için, örgüt üst yönetimi, siyasi, iş ve arkadaş çevresi gibi dış aktörlerden baskı görebilmektedir. Örneğin JP Morgan Chase Bank üst yönetimi objektif bir seçme ve yerleştirme süreci işletmek yerine; bankaya kolaylık sağlayabilecek milletvekili, senatör ve bürokratların yakınlarını istihdam etmiştir. 2016 yılında bu durumun ortaya çıkması ile iş gören, seçim sürecinde ayrımcılık yaptığı için mahkemeye verilmiştir. Banka mahkemede anlaşma yoluna giderek 264 milyon Amerikan doları ceza ödemeyi kabul etmiştir (Protess ve Stevenson, 2016).

ÇALIŞMA HAYATI

JP Morgan Chase Bank üst yönetimi objektif bir seçme ve yerleştirme süreci işletmek yerine; bankaya kolaylık sağlayabilecek milletvekili, senatör ve bürokratların yakınlarını istihdam etmiştir. 2016 yılında bu durumun ortaya çıkması ile iş gören, seçim sürecinde ayrımcılık yaptığı için mahkemeye verilmiştir. Banka mahkemede anlaşma yoluna giderek 264 milyon Amerikan doları ceza ödemeyi kabul etmiştir (Protess ve Stevenson, 2016).

Referans Kontrolü, Geri Bildirim ve Kişisel Bilgilerin Korunmasında İş Ahlakı

İnsan kaynakları yönetiminin tanımladığı ve yönettiği iş gören seçim süreci, ahlaki duyarlılığa sahip bireylerin seçilmesi ve istihdam edilmesi fırsatı sağladığı için hayati öneme sahip bir süreçtir. İş ahlakına uygun faaliyet göstermek isteyen örgütler ahlaki duyarlılığı yüksek bireyleri istihdam etmek istemektedir. Adaylar, ahlaki açıdan yapılan testlerin sonuçlarına, mülakat esnasında verdiği cevaplara ve referans kontrolüyle elde edilen bilgilere göre değerlendirilmektedir.

Adayın geçmişi onun ahlaki duyarlılığı hakkında önemli bir öngörü sağlamaktadır. Bunun için insan kaynakları yönetimi işe alacağı adayların bilgi, beceri ve yeteneklerine baktığı kadar; bu kişinin ahlaki duyarlılığını değerlendirebilmek için geçmiş iş ve özel yaşamını da kontrol etmelidir. Adayın karakterine ve iş geçmişine ilişkin olarak kişisel ve mesleki referansları olmak üzere iki referans kanalı bulunmaktadır. İş ilanı sitesi CareerBuilder sitesinin yaptığı araştırmaya göre, işe alınan ortalama dört kişiden biri için hiç bir şekilde referans araştırması yapılmamaktadır. %60'ının ise tek bir kişi üzerinden iş veya mesleki tecrübe açısından referans araştırması yapılmaktadır (Poll, 2016).

ÇALIŞMA HAYATI

İşe alınan ortalama dört kişiden biri için hiç bir şekilde referans araştırması yapılmamaktadır. %60'ının ise tek bir kişi üzerinden iş veya mesleki tecrübe açısından referans araştırması yapılmaktadır (Poll, 2016).

İşe alım süreci örgüt tarafından olduğu kadar aday tarafından da yönetilen bir süreçtir. Adaylar da işe alım sürecinde iş ahlakına aykırı davranabilmektedir. Yine CareerBuilder'ın yaptığı araştırmaya göre kriz ortamlarında özgeçmişlerdeki yalan oranı %40'a kadar çıkabilmektedir. Bu yalanların ilk sırasında %57 ile sahip olunan yetkinlikler, daha önceki yetki ve sorumluklar hakkındaki yanlış bilgiler yer almaktadır. İşe alınan kişilerin %36'sının aranan niteliklere sahip olmadığı sonradan tespit edilmiştir (Auerbach, 2014).

ÇALIŞMA HAYATI

kriz ortamlarında özgeçmişlerdeki yalan oranı %40'a kadar çıkabilmektedir. Bu yalanların ilk sırasında %57 ile sahip olunan yetkinlikler, daha önceki yetki ve sorumluklar hakkındaki yanlış bilgiler yer almaktadır. İşe alınan kişilerin %36'sının aranan niteliklere sahip olmadığı sonradan tespit edilmiştir (Auerbach, 2014).

Bir diğer örnek ise aranandan daha fazla niteliklere sahip bir adayın örgütten olumsuz bir dönüş aldığı zaman yaş dolayısıyla ayrımcılığa uğradığı iddiası ile mahkemeye başvurmasıdır (Simpson, 2016). Bu noktada objektif kriterlerle ölçülebilir bir iş gören seçim süreci tanımlamak hem örgüt hem de aday açısından önemlidir. Bunun için örgütsel değerlere uygun objektif seçim kriterleri belirlenmeli, mülakatlar yapılandırılmalı ve referans kontrolü yapılmalıdır. Bilgi, beceri ve yetenek açısından uygun olan bir aday kişilik, kültür ve ahlaki değerler açısından uygun olmayabilmektedir. Bunu tespit etmenin en etkin yolu referans kontrolüdür. Çünkü ahlaki duyarlılığı yüksek çalışanlar örgütün diğer üyelerine rol model olmakta, iş ahlakının örgüt kültürünün güçlü bir parçası olmasını sağlamaktadır (Valentine, 2010).

Hem adayların hem de çalışanların kişisel bilgi ve mahremiyetlerinin korunması konusunda insan kaynakları yönetimi hassasiyet göstermelidir. Özellikle referans kontrolü yapılırken adayın devam eden işine ve özel hayatına zarar vermeyecek şekilde davranılmalıdır. Hâlihazırda çalıştığı örgütte referans kontrolü yapılacaksa insan kaynakları yönetimi yüksek düzeyde duyarlı davranmalıdır. Çünkü aday çalıştığı örgütü iş görüşmesine başladığı hakkında bilgilendirmemiş olabilir. Çalıştığı örgütün yöneticileri adaya tepki gösterip, referans kontrolü çalışma şartlarının ve mevcut iş yerlerindeki ilişkilerinin kötüleşmesine de neden olabilir. Bunun için adayların hem iş hem de özel hayatından referans kişiler listesi istenilerek referans kontrolü yapılmalıdır.

İş gören seçiminin hangi aşamasında olursa olsun adaya, sonucun olumlu veya olumsuz olmasından bağımsız olarak bilgilendirme yapılmalıdır. Aday veya çalışanlar hem insan kaynakları departmanının hem de örgütün diğer departmanlarının sonuç olumsuz olduğu zaman geri dönmedikleri, hatta sordukları hâlde bir bilgi alamadıkları, kendilerinin ciddiye alınmadıkları veya belirsizlik içinde bırakıldıkları hakkında şikâyet etmektedir (Scott, 2005).

Ayrıca geri bildirim verme sürecinde geri bildirimin, kişiye özel ve kişinin mahremiyet hukukuna uygun olarak verilmesine dikkat edilmelidir. Örneğin online ve genele açık yayımlanan değerlendirme sonuçları daha sonra kişilerin iş başvurularında veya başka bir şey için değerlendirilmelerinde sorgulanmalarına neden olabilmektedir.

Adayların veya çalışanların paylaştığı veya araştırmalar sonucu toplanan her türlü bilgi, sağlık raporları, kredi notu, pasaport, vatandaşlık ve sosyal güvenlik numarası gibi kişiye veya ailesine özel olan bilgi ve dokümanlar kişinin yazılı izni olmadan diğer kişi ve kurumlarla asla paylaşılmamalıdır.

Ücret Yönetiminde İş Ahlakı

İş analizi çalışmasında işlerin içerdiği görev, sorumluluk, çalışma koşulları, işleri yapacak kişilerin sahip olması gereken bilgi, beceri ve yeteneklerin belirlendiğini belirtmiştik. İş değerleme ise bir iş yerinde mevcut işler arasındaki değer farklılıklarını ortaya çıkaran bir karşılaştırma yöntemidir. İş değerleme, işi yapacak kişi için doğru ücreti belirlemek, *eşit işe eşit ücret* ilkesini hayata geçirmek ve ücret adaletsizliklerini ortadan kaldırmak için yapılan bir çalışmadır (Atay, 2008). İşin gerektirdiği bilgi, beceri ve yeteneklere sahip aday ve çalışanlara eşit ücret verilmesi, temel insan haklarından eşitlik ilkesinin bir gereğidir. İş değerleme çalışmaları da bu ilkeyi doğru bir şekilde uygulamak için yerine getirilmesi gereken bir çalışmadır.

Eşit işe eşit ücret ilkesinin uygulamasında kadınlar, özürlüler veya azınlıklar gibi dezavantajlı veya taşra üniversitelerinden mezun olmuş kişilere, iş analizi ve iş değerlemesi sonucu belirlenmiş bir ücret aralığı olsa bile daha düşük bir ücret teklif edildiği sıklıkla görülmektedir. OECD tarafından yapılan araştırmaya göre aynı işte çalışan kadınlar erkeklere göre %20 daha az ücret almaktadır. G20 ülkelerinde dezavantajlı kişilere ortalama %15 daha az ücret ödenmektedir (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2016b). İlke gereği eşit pozisyonlardaki tüm adaylara teklif edilen veya verilen ücrette farklılaşma olmamalıdır. Zira eşit işe eşit ücret ilkesi, çalışan bağlılığında çok önemli bir etkendir. Çalışanlarda düşük ücret almalarından daha çok, hangi kriterlere göre ücretlerinin hesaplandığı ve eşit pozisyonlarda bulunan diğer çalışanlardan daha düşük ücret almaları gibi hususların onlarda tatminsizlik oluşturduğu tespit edilmiştir (Bloom, 2004).

Eşit işe eşit ücret ilkesinin uygulamasında kadınlar, özürlüler veya azınlıklar gibi dezavantajlı veya taşra üniversitelerinden mezun olmuş kişilere, iş analizi ve iş değerlemesi sonucu belirlenmiş bir ücret aralığı olsa bile daha düşük bir ücret teklif edildiği sıklıkla görülmektedir.

ÇALIŞMA HAYATI

Aynı işte çalışan kadınlar erkeklere göre %20 daha az ücret almaktadır. G20 ülkelerinde dezavantajlı kişilere ortalama %15 daha az ücret ödenmektedir

İnternetin yaygınlaşması ile benzer işlerde ne kadar ücret alındığı hakkında bilgi edinmek artık çok daha kolaydır. Örneğin profesyonel sosyal ilişki ağı Linkedin, *www.Linkedin.com/salary/* adresinden bu hizmeti tamamen ücretsiz olarak sunmaktadır. Bu hizmetiyle uluslararası olarak benzer işleri yapanların ne kadar ücret aldığı ile ilgili istatistiklere ulaşılabilmektedir. Basın açıklamasında kısa bir dönem içinde yerel düzeydeki ücretler için de bu hizmeti vermeyi hedeflediklerini bildirmişlerdir (Linkedin, 2016).

İşletmeler maliyeti düşürmek amacıyla dezavantajlı kişileri, örneğin yasal olarak çalışma izni olmayan yabancıları, çocukları, yetki ve mesleki uzmanlık belgesi bulunmayan, sağlık sorunları olan kişileri düşük ücretle ve/veya kayıt dışı istihdam etmektedirler. Bu tür çalışmalar hem kanunen yasak olup hem de ciddi cezalara neden olmaktadır. İnsan kaynakları yönetiminin bu gibi durumların önüne geçmesi gerekir. Bu tarz uygulamalar iş ahlakına uygun olmadığı gibi, hukuk açısından suç olan, örgütün ciddi yaptırımlarla karşılaşmasına neden olan uygulamalardır. Bu gibi durumlar aynı zamanda örgütün itibarına ciddi zararlar veren durumlardır. Örneğin, dünyanın en büyük perakendecisi olan Wall, Mart 2005 yılında mağazalarında temizlik hizmeti satın aldığı taşeronlarının çalıştırdığı kaçak göçmenlerden dolayı 11 milyon Amerikan doları cezaya çarptırılmıştır (Greenhouse, 2005). Türkiye'de ise 2015-2016 yıllarında yaklaşın 70 bin işletme denetlenmiş, 45 bin sigortasız çalıştırılan işçi sosyal güvenlik kapsamına alınmış ve yalnız 2016 yılında işletmelere 500 milyon TL sigortasız çalıştırma cezası kesilmiştir (Ateş, 2017).

İş ahlakına uygun çalışma ile ücret arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmanın sonuçlarına göre araştırmaya katılanların %66'sı iş ahlakına uygun çalışmanın ücrete bir etkisinin olmadığını bildirmiştir (Health Care Compliance Association ve Society of Corporate Compliance and Ethics [HCCA ve SCCE], 2016). Fakat, ücrete ek olarak yıllık performans primi ve hisse opsiyonları alan yöneticilerin ise iş ahlakına ve sosyal sorumluluğa daha duyarlı oldukları tespit edilmiştir (Kuratczyk, 2016).

Günümüzde iş ahlakı ve ücret açısından sorgulanan diğer bir nokta ise üst düzey yöneticilerle çalışanlar arasındaki maaş farkıdır.

ÇALIŞMA HAYATI

Amerika'da 1973 yılından 2013 yılına kadar bir genel müdürün maaşı ortalamada %937 oranında artarken; çalışanların maaşları aynı dönemde %100 oranında artmıştır. Çalışan ile genel müdür arasındaki ortalama maaş oranı ise 1968'de 1/20 iken 2013 yılında 1/295,9 olmuştur (Davis ve Mishel, 2016). Türkiye'de ise çalışanlar ile yöneticilerin maaşlarına bakıldığında yöneticilerin çalışanlara göre ortalama 11,1 kat daha fazla maaş aldıkları görülmektedir (Hay Group, 2017).

Performans Yönetiminde İş Ahlakı

Performans değerlendirme sistemi, çalışanların belirli bir dönemdeki fiili başarı durumlarını ve geleceğe yönelik iş ve gelişme potansiyellerini belirlemeye yönelik yapılan değerlendirmedir. Performans değerlendirme sonuçları hem örgüt hem de birey açısından mevcut durumun tespit edilmesi ve geleceğin

planlanması açısından oldukça önemlidir. İnsan kaynakları planlanması, ücret ve maaş, yetenek yönetimi, atama ve yükseltme, çalışanların eğitim ve geliştirme ihtiyaçlarının belirlenmesi ve işten ayırma kararlarında performans değerlendirme sonuçları veri olarak kullanılır (Uyargil, 2008b). Performans değerlendirme sürecinin iş ahlakına uygun tasarlanması ve yürütülmesi, sonuçlarının veri olarak kullanıldığı yerler ve çalışanların iş hayatlarına etkileri dolayısıyla çok önemlidir.

İnsan kaynakları yönetimi performans değerlendirme sistemini kurarken belirlenen kriterlerle objektif bir değerlendirme ve karşılaştırma yapılabilecek şekilde kurgulamalıdır. Kullanılan hedef ve kriterler ölçülebilir, üzerinde uzlaşılan ve yürütülmesinde mümkün olduğunca ön yargıların etkisinin azaltıldığı şekilde tanımlanmalıdır. Hangi verileri nasıl, nereden toplayacağı ve değerlerin nasıl okunacağının net tanımlanması ve öğretilmesi, toplanan veriler ile değerlendiricilerin mümkünse farklı alanlardan olması daha tarafsız, adaletli bir performans sisteminin adaletli bir şekilde yönetilmesini sağlamaktadır (Sillup ve Klimberg, 2010). Aynı zamanda çalışanlar kendilerinden nelerin beklendiğini; performanslarının nasıl, ne kadar sıklıkla, ne zaman ve kimler tarafından değerlendirileceğini bilmelidir. Bunun için insan kaynakları yönetimi performans değerlendirme süreci hakkında ilgili kişilere gerekli bilgilendirmeyi zamanında yapmalı ve ilgili eğitimleri vermelidir.

Performans değerlendirme sistemi hem kurgulanırken hem de uygulanırken hassasiyet gösterilmez ise adalet ve eşitlik ilkesinden uzaklaşılarak ödüllendirme veya cezalandırma için bir intikam aracına dönüşebilmektedir (Scott, 2005). İstenmeyen kişilerden kurtulmak için yüksek puanlar verilerek başarılı gösterilmekte ve başarısız olacakları pozisyonlara terfi ettirilebilmektedir.

Performans değerlendirme sistemi hem kurgulanırken hem de uygulanırken hassasiyet gösterilmez ise adalet ve eşitlik ilkesinden uzaklaşılarak ödüllendirme veya cezalandırma için bir intikam aracına dönüşebilmektedir.

Belirli puanlara yönelerek gerçek performanslar yerine *sıfırcı hocalar* gibi düşük veya ilişkileri bozmama, düşman kazanmama, istenmeyen kişiyi başarılı göstererek başka bir yere gönderebilmek için *bol kepçeden* yüksek puanlar verilebilmektedir (Uyargil, 2008b). Değerlendiricilerin değerlendirdikleri kişilerle kötü olmamak için ortalama puanlar vermeleri başarılı ile başarısız ayrımına engel olmaktadır. Bu esasta ilişkileri bozmamak adına yapıldığı kadar, bölüm veya departman içindeki kirli çamaşırların ortaya çıkmaması, departman hakkında sorular sorulmaması için de yapılabilmektedir. Aynı departmandaki değerlendiriciler departmanın sorgulanmasının kendilerine kadar uzanabileceğini düşündüğü için kendilerini koruma amacıyla değerlendirdikleri düşük performanslı kişilere ortalama puan verebilmektedir.

Değerlendiriciler geçmişte başarılı olan bir çalışanın kişisel problemlerinden dolayı performansı düştüğü zaman onu korumak adına da ortalama puanlar verebilmektedir. Ya da değerlendirilen kişinin şirket kıdeminden veya yaşından dolayı korumacı veya çatışmadan kaçınıcı bir politika izlenebilmektedir.

Değerlendiriciler değerlendirilen kişinin iş hedefleri ve iş sonuçlarını karşılaştırırken kişinin performansını objektif değerlendirmekten öte, kişisel ilişkisinin etkisiyle daha olumlu veya daha olumsuz puanlar verebilmekte; kişisel olay veya ilişki temelli ödüllendirme veya cezalandırma yoluna gidebilmektedir. Performans değerlendirme süreci, değerlendirilmesi gereken hedef ve sonuç ilişkisinin ötesinde kişisel bir durumun rövanşı olabilmektedir.

İşe alımda olduğu gibi performans değerlendirme sürecinde hale etkisi ile değerlendiriciler, değerlendirdikleri kişinin öne çıkan bir özelliği dolayısıyla diğer kriterlere bakmadan kişiyi ya çok başarılı ya da başarısız olarak görebilmektedir. Verdikleri puan ve değerlendirme sonucu değerlendirilen kişinin asıl performansını yansıtmayabilmektedir. Benzer şekilde değerlendirici değerlendirilenin daha önce tanımlanmış iş hedefleri ile sonuçlarını karşılaştırmak yerine değerlendirilen kişileri birbirleri ile karşılaştırabilmektedir. Tanımlanmış iş hedeflerini gerçekleştirilen bir kişi, başka bir kişi ile karşılaştırıldığı zaman başarısız olarak tanımlanabilmektedir.

Performans değerlendirme sürecinde iş ahlakı ilkelerinin çiğnendiği diğer bir alan ise geri bildirim verilme(me)sidir. Gallup tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre çalışanların %81'i performansları hakkında düzenli bir geri bildirim almadıklarını bildirirken; yöneticilerin %58'i ise yeterli geri bildirim verdiklerini belirtmişlerdir. Yapılan araştırmalar özellikle Y kuşağının daha fazla geri bildirim beklediğini göstermektedir. Hatta dönemsel performans değerlemenin ötesinde en az haftalık bir geri bildirim beklediklerini bildirmişlerdir (Adkins ve Rigoni, 2016).

ÇALIŞMA HAYATI

çalışanların %81'i performansları hakkında düzenli bir geri bildirim almadıklarını bildirirken; yöneticilerin %58'i ise yeterli geri bildirim verdiklerini belirtmişlerdir. Yapılan araştırmalar özellikle Y kuşağının daha fazla geri bildirim beklediğini göstermektedir. Hatta dönemsel performans değerlemenin ötesinde en az haftalık bir geri bildirim beklediklerini bildirmişlerdir

Örgüt içinde yöneticiler, olumsuz bir değerlendirme ve sonucu paylaşmayı tercih etmeyebilmektedir. Açık ve yapıcı bir geri bildirim vermek yerine örtülü geri bildirimi tercih etmektedir. Örneğin *hayır* demek yerine görüşme talebine cevap vermemekte; talep eden, cevap bekleyen kişinin mevcut yaşadıkla-

rından yola çıkarak olumsuz cevabı anlaması beklenmektedir. Bu tarz iletişim yöntemi hem çalışanın iş performansını hem de örgüt-üye veya ast-üst ilişkisini yıpratmaktadır.

Gallup tarafından yapılan *performans sisteminin yeniden yapılandırılması* çalışmasında çalışanların %88'i ise performanslarının değerlendirilmesini etkileyen faktörlerin kendi kontrolleri altında olmadığı belirtmiştir. İnsan kaynakları yöneticilerinin %45'i performans değerlendirme sisteminin gerçek performansı değerlendirmediğini, örgüt üst yönetiminin yalnız %15'i performans değerlendirme sisteminin kullanılabilir ve önemli sonuçlar sunduğunu belirtmektedir (Gallup, 2017). Bu durum aslında performans sisteminin hem kurulmasında hem de uygulanmasında ciddi aksaklıklar bulunduğunun ifadesidir.

ÇALIŞMA HAYATI

çalışanların %81'i performansları hakkında düzenli bir geri bildirim almadıklarını bildirirken; yöneticilerin %58'i ise yeterli geri bildirim verdiklerini belirtmişlerdir. Yapılan araştırmalar özellikle Y kuşağının daha fazla geri bildirim beklediğini göstermektedir. Hatta dönemsel performans değerlemenin ötesinde en az haftalık bir geri bildirim beklediklerini bildirmişlerdir

Bununla birlikte giderek artan rekabet ortamında uzun vadeli düşünemeyen ve hedef baskısı altında olan bazı işletmeler, yöneticiler ve çalışanlar ahlaki ilkeleri çiğnemektedir. Hedefler ve kısa vadeli kâr maksimizasyonu önemsenmekte, çalışanlar hedef odaklı değerlendirilmekte ve her nasıl olursa olsun hedefleri gerçekleştirebilmek için iş ahlakı ilkelerini çiğnemeye, göz ardı etmeye yönlendirilmektedirler (Zaim, 2008). Örneğin bir işletme farklı online satış sitelerde farklı isimlerle (asıl markasını koruma amacıyla kullanmayarak) elinde olmayan ürünleri ucuz fiyattan satışa koyabilmekte, alım yapan müşterilerine ilandaki ürün yerine kalitesi düşük veya orijinal olmayan ürünleri gönderebilmektedir. Kargo müşteriye ait olduğu için hiçbir maliyete katlanmadan satış potansiyelini değerlendirebilmektedir. Hem yasal boşlukların bulunması hem de özellikle kurumsal satış sitelerinin satış hedeflerini gerçekleştirebilmek için buna göz yumması, satış sürecinin hem satış hem de aracı olan işletmelerin yöneticilerinin onayından geçmesi iş ahlakı açısından soru işaretlerini beraberinde getirmektedir. Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneğinin (İGİAD) 2013 yılı İş Ahlakı Raporu'na göre bir örgütte iş ahlakının kurumsallaşması ve işlevsel hâle gelmesine etki eden önemli faktörler iş çevresi, örgüt yöneticileri ve patronlardır (Torlak, Özdemir ve Erdemir, 2013). Eğer örgüt yöneticileri iş ahlakına duyarlılık göstermiyorlar ve her ne şartta olursa olsun hedefleri gerçekleştirmek için astlarına baskı yapıyorlarsa birçok yönetmelik, yönerge ve ilke yazılı bir metin olmaktan ileriye gidememektedir.

Yetenek Yönetimi: Eğitim, Geliştirme ve Kariyer Yönetiminde İş Ahlakı

İşe yeni başlayan çalışanların oryantasyon programında örgütün iş ahlakı ilkelerinin paylaşılması, kendilerinden ne beklendiğinin açıklanması yeni üyelerin örgüte uyum sağlamalarını kolaylaştırmaktadır. Bunun için oryantasyon eğitiminde bir bütün olarak şirketin misyonu, vizyonu, kurumsal değerleri, iş ahlakı ilkeleri ve çalışma anlayışının anlatılması önemlidir (Weavera ve TrevinÄo, 2001).

Eğitim günümüzde daha çok yetiştirme kapsamında yapılmaktadır. Genel olarak belirli bir işin yapılabilmesi için sahip olunması gereken bilgi, beceri, yetenek ve davranışları kazandırma programıdır. Geliştirme ise uzmanlık sahibi kişilerin yaptıkları işlerle ilgili diğer işleri de öğrenebilecekleri şekilde rotasyona tutularak örgütlerin daha verimli olmayı sağlayabilecek birer değişim elemanı olarak eğitilmesi şeklinde tanımlanabilir. Geliştirme ile organizasyonlar, seçtikleri çalışanlarına eğitim ve projelerle kazandırdıkları yeni bilgi, beceri ve yeteneklerle gelecekteki ihtiyaçlarını karşılamayı hedefler (Özçelik, 2008). Geliştirme kapsamında kişinin bilgi, beceri ve yetenekleri, mevcutta yaptığı iş için yeterli olsa bile genellikle üst pozisyonlar ve farklı bir işte istihdam için kendisine yeni bilgi, beceri ve yeteneklerin kazandırılması veya mevcutların geliştirilmesi amacını taşır. Eğitim ve geliştirme sürecinin yürütülmesinde fırsat eşitliğinin sağlanması, kişiler arası adaleti sağlayabilmek için değerlendirilen kişilerin mevcut nitelikleri, gelecekteki ihtiyaçları ve performanslarıyla ilgili tarafsız değerlendirmenin yapılması gerekir.

Her ne kadar örgütler fırsat eşitliğine vurgu yapsalar da, yasal düzenlemeler yapılsa da uygulamalar ve rakamlar söylenenlerin iyi niyet ifadesinden öteye geçemediğini göstermektedir. Bu durum kadınlar, azınlıklar ve dezavantajlı çalışanların cam tavan sendromu (Federal Glass Ceiling Commission, 2016) yaşadıklarını göstermektedir. Örgütler, mümkün olduğunca dezavantajlı kişileri istihdam etmek ve fırsat eşitliği sunmaktan kaçındıkları için para cezası gibi alternatif bir yöntemi tercih etmektedirler. Zorunlu kaldıkları durumlarda ise minimum seviyede, kontrollü bir ortam kurgulamaktadırlar.

ÇALIŞMA HAYATI

Türkiye'de kamuda kadın yönetici oranı %9,4'tür.

Örneğin Türkiye'de kamuda kadın yönetici oranı %9,4'tür (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2015a). Buna karşılık denetim ve danışmanlık firması Grant Thornton tarafından 36 ülkede yapılan araştırmaya göre globalde her üç şir-

ketten birinde (%33) üst düzey kadın yönetici bulunmamaktadır. Avrupa birliğinde üst düzey kadın yönetici oranı ise %17'dir (Heidrick & Struggles, 2016). İstatistiklere göre Türkiye'deki işletmelerde 2012 yılında kadın yönetici oranı %31 iken, 2016 yılında bu oran %20'ye inmiştir. Değerlendirmeye Türkiye'den katılan şirketlerin %43'ünde ise hiçbir kadın yönetici bulunmamaktadır. G7 ülkelerinde kadın yönetici oranı ise %27'dir (Grant Thornton, 2016). 7.280 yöneticinin 360 derece değerlendirme yöntemi ile değerlendirildiği araştırma sonuçlarına göre kadın yöneticilerin ilişki yönetimi, başkalarının gelişimine katkı yapma, motive etme ve sonuç odaklılık açısından erkek yöneticilere göre daha etkin liderlik gösterdikleri; yenilikçilik ve teknik uzmanlık açısından ise liderliklerinin eşit düzeyde oldukları tespit edilmiştir (Zenger ve Folkman, 2012). Bu araştırmaların sonuçlarından yola çıkarak kadınların yöneticilikte gerekli bilgi, beceri ve yetenek açılarından eksiklerinin olmadığı fakat başka nedenlerden dolayı yöneticiliğe terfi ettirilmedikleri, fırsat eşitliği için *eşit* kabul edilmedikleri söylenebilir. Fırsat eşitliği ilkesine göre insan kaynakları yönetimi dezavantajlı kişilere, kadınlara, azınlıklara da mesleki ve kişisel gelişimleri için eğitim olanağı sunulmasını sağlamalıdır.

ÇALIŞMA HAYATI

Globalde her üç şirketten birinde (%33) üst düzey kadın yönetici bulunmamaktadır. Avrupa birliğinde üst düzey kadın yönetici oranı ise %17'dir.

ÇALIŞMA HAYATI

Türkiye'den katılan şirketlerin %43'ünde ise hiçbir kadın yönetici bulunmamaktadır. G7 ülkelerinde kadın yönetici oranı ise %27'dir.

Bununla birlikte insan kaynaklarının hem eğitim programı hem de yetenek yönetimi kapsamında seçilen adayların fikrini alarak katılımcı listesini belirlemesi gerekir. Seçilen adayların fikrini almadan zorunlu olarak katılmalarını sağlamak iş ahlakına uymamaktadır.

İş Sözleşmesini Sona Erdirmede İş Ahlakı

İşe alım kadar iş sözleşmesini sona erdirme de insan kaynakları yönetiminin önemli faaliyetlerinden biridir. İş sözleşmesi sona erdirilirken hem işveren hem de çalışan için yasaların zorunlu kıldığı asgari standartlar sağlanmalıdır. Yasa ile düzenlenmiş zorunlu ihbar süresine riayet etmeden başka bir işletmeye başlamak için ayrılan çalışanlar olduğu gibi; çalışanların cep telefonlarına atılan sms mesajları veya sabah işe geldiğinde bildirim yapılıp aynı anda güvenlik görev-

lisi ile binadan çıkartılarak işten çıkarmalar yapılabilmektedir. Olayların kişiselleştirilmesine izin verilmemeli; tarafların mağdur olmasına engel olunmalıdır. Türkiye'de örgütler iş sözleşmesinin iş ahlakına uygun sona erdirilmesi açısından önemli derecede yol katetmişlerdir. İGİAD'ın 2013 İş Ahlakı Raporu'na göre Türkiye'de 2008 yılında sebepsiz yere işten ayırma ile karşılaşma sıklığı %9,4 iken 2013 yılında bu oran %3,1'e gerilemiştir (Torlak ve diğerleri, 2013).

İş sözleşmesinin sona ermesi birçok sebepten olabilmektedir. İş sözleşmesinin hem örgüt ve hem de çalışan açısından yasalara ve iş ahlakına uygun olarak sonuçlandırılması insan kaynakları yönetiminin sorumluluğundadır. İstatistikler iş sözleşmesinin sona erdirilmesinin yasalara ve iş ahlakına uygun yürütülmesinde aksaklıkların yaşandığını göstermektedir. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 2010 yılında açılan işçi-işveren davaları 131 bin iken 2013 yılında bu rakam 190 bin olmuştur. Rakamlar her yıl bir önceki yıla göre yaklaşık %10 oranında daha fazla davanın açıldığını göstermektedir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2015b). Bu istatistiklere göre, daha bilinçli bir çalışan profilinin oluştuğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Açılan davaların %90'ı işveren aleyhine sonuçlanmaktadır (Kurt, 2016). İş akdinin feshinde örgüte karşı çalışanlar tarafından açılan davalarda kayıp oranı göz önüne alındığı zaman, insan kaynakları yönetiminin bu süreci iyi yönetemediğini söylemek yanlış olmayacaktır. İnsan kaynakları yöneticilerinin nihai işten çıkarma kararı veren departman amirlerine ve üst düzey yöneticilere hem örgütün hem de işten çıkarılan çalışanların mağdur olmalarını engelleyecek şekilde süreci yönetmesi, olası sonuçlar hakkında bilgilendirme yapması ve tavsiyelerde bulunması gerekir.

İş Sağlığı ve Güvenliğinde İş Ahlakı

İş yerlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması ve mevcut sağlık ve güvenlik şartlarının iyileştirilmesi için 2012 yılında 6331 sayılı Kanun çıkarılmıştır. Kanun kapsamında işveren ve iş güvenliği uzmanı birinci derece sorumlu görülürken; insan kaynakları yöneticisinin işveren temsilcisi olduğu için iş sağlığı ve güvenliği açısından da sorumluluğu bulunmaktadır. Özellikle iş kazası raporları incelendiği zaman insan kaynakları yönetiminin sorumluluğunda bulunan alanlarda ihmallerin bulunduğu görülmektedir Örneğin elyaf makinesinin kayış kasnağına ayağını kaptırarak uzuv kayıplı iş kazası geçiren işçinin, bilirkişi raporuna göre 3 aydır sigortasız çalıştırıldığı, işçiye yaptığı iş ve kullandığı makine ile ilgili teknik eğitimin, işletmede verilmesi yasal

İş yerlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması ve mevcut sağlık ve güvenlik şartlarının iyileştirilmesi için 2012 yılında 6331 sayılı Kanun çıkarılmıştır. Kanun kapsamında işveren ve iş güvenliği uzmanı birinci derece sorumlu görülürken; insan kaynakları yöneticisinin işveren temsilcisi olduğu için iş sağlığı ve güvenliği açısından da sorumluluğu bulunmaktadır.

olarak zorunlu olan iş sağlığı ve güvenliği temel ve periyodik eğitimlerinin verilmediği tespit edilmiştir. Benzer bir şekilde beton mikseri tamiratında iş kazası geçiren ve ayağı kopan işçinin 14 yaşında bir çocuk olduğu, kaçak ve sigortasız çalıştırıldığı ve iş yerinde ise çalışanlara gerekli eğitimlerin ve teçhizatın verilmediği tespit edilmiştir ("Bilirkişi rapor örnekleri", 2017).

İnsan kaynakları yönetimi iş sağlığı ve güveliği açısından her çalışanın mutlaka işe başladığı andan itibaren sosyal güvenlik kapsamına alınması için gerekli yerlere bildirimleri yapmalıdır. İnsan kaynakları yönetimi çalışan için oryantasyon, teknik, bilgi, beceri kazandırma ve iş sağlığı ve güvenliği temel ve periyodik eğitimlerini düzenlemeli ve takibini yapmalıdır. Bu eğitimler;

i. İşe alım süreci tamamlandığında kişi işe başlanmadan önce,

ii. Çalışanın çalışma yeri veya iş değişikliği yapıldığında,

iii. İş ekipmanlarının değişmesi hâlinde,

iv. Yeni teknoloji transferi gerçekleştirildiği zaman mutlaka verilmelidir.

Birçok işletme yasal olarak yapılması gereken eğitimler yapılmadığı hâlde sahte evrak ile yapılmış gibi gösterebilmektedir.

İşe alınan her çalışanın işe başladığı gün sosyal güvenlik sigortasının yapılmasının, gerekli teknik ve iş güvenliği ile ilgili eğitimlerin verilmesinin, çalışana gerekli giysi ve teçhizatın verilmesinin ve kullanmasının kontrolü bölüm yöneticileri, iş güvenliği uzman ve danışmanları ile insan kaynakları yönetiminin yetki ve sorumluluk alanındadır. İGİAD'ın 2013 yılı İş Ahlakı Raporu'na göre Türkiye'nin rakamlarında iyileşmeler görülmektir. 2008 yılında sigortasız çalıştırma sıklığı açısından sürekli oran %14 iken; 2013 yılında bu oran %3,6'ya gerilemiştir. Asla sigortasız çalıştırmama oranı ise 2008 yılında %23 iken 2013 yılında %30'a yükselmiştir (Torlak ve diğerleri, 2013). İş yerleri, iş sağlığı ve güvenliği temel ve periyodik eğitimlerini mesleğin tehlike sınıflamasına göre planlayıp vermek zorundadır. Birçok örgütte eğitimler verilmemekte, kağıt üzerinde verilmiş gibi gösterilebilmektedir.

Uluslararası İnsan Kaynakları Yönetiminde İş Ahlakı

Günümüzde insan kaynakları yönetimi politika ve uygulamaları açısından evrensel iş ahlakı ilkelerinin belirlenmesi ve uygulanması imkânı tartışılmaktadır. Tartışmalar devam ederken asgari düzeyde evrensel iş ahlakı ilkelerinin uygulanabileceği görülmektedir. Schumann (2001) örnek olaylar üzerinden evrensel iş ahlakı ilke ve uygulamalarının geliştirilebileceği üzerine çalışmalar yayımlamıştır. Tüm çalışan ve adaylara fırsat eşitliği, çocukların çalıştırılmasının

yasaklanması, dezavantajlı kişilerin korunması, çalışma şartlarının iyileştirilmesi, doğruluk, adalet ve dürüstlük gibi ilkelerin evrenselliği hakkında şüphe bulunmamaktadır. Bu evrensel ilkelerin dışında birçok konuda farklı kültür, coğrafi şartlar ve yasalar dolayısıyla uygulamalarda farklılıklar görülebilmektedir.

İnsan kaynakları yönetimi, globalleşmenin artması ile birden fazla ülkenin yasa, kültür, çalışan ve işverenlerini göz önünde bulundurmak zorundadır. İş gücünün istihdamı, çalıştırılması ve hakları açısından insan kaynakları yönetiminin sorumlulukları diğer yöneticilere göre daha kritiktir. Çünkü insan kaynakları yönetiminin, uluslararası uygulama ve faaliyetlerde birçok faktörü dikkate alarak yönetici ve çalışanlara rehberlik yapması beklenmektedir. Ülkelerin yasaları ve kültürleri dolayısıyla bir ülkede yasal olan şey başka bir ülkede yasak veya kültürel olarak olumsuz olarak görülebilmektedir. Birçok ülkede cinsiyet, yaş, doğum tarihi, ırk, medeni durumu ile ilgili yazılı veya sözlü soru sorulması hatta ima edilmesi hukuken yasaktır. Yapıldığı zaman ciddi yaptırımları bulunmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'de 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu'nun (1965) ek 40'ıncı maddesi "*Mesleğe özel yarışma sınavına tabi tutulmak suretiyle alınan ve bu Kanunun 36 nci maddesinin Ortak Hükümler Bölümünün (A) fıkrasının (11) numaralı bendinde sayılan kadrolara atanmak amacıyla kurumlarca yapılacak olan özel yarışma sınavlarına başvurularda üst yaş sınırı; özel mevzuatında yer alan yaş şartına ilişkin hükümlere bağlı kalınmaksızın sınavın yapıldığı tarihte otuzbeş yaşını doldurmamış olmak şeklinde uygulanır.*" ile yaş düzenlemesini devlet kendi kadroları için getirmiştir. Özel sektör ise benzer şekilde yaş sınırı getirebilmekte ve iş ilanlarında bu sınır belirtilmektedir. Bununla birlikte Türkiye'de her geçen gün yabancı çalışan sayısı artmaktadır. 2011 yılında 17.466 yabancı çalışma izini almışken 2015 yılında bu sayı 64.547 kişiye ulaşmıştır. Türkiye'de yasal olarak çalışan yabancı sayısının 650 bin üzerinde olduğu görülmektedir (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2016). İnsan kaynakları yönetiminin hem adaylar hem de örgüt için süreci yönetmesi, tüm paydaşları için faaliyet gösterilen lokasyona göre yasal mevzuat hakkında gerekli bilgilendirmeyi yapması gerekir.

Uluslararası iş gücünün büyümesi ile insan kaynakları yöneticileri ve örgütün diğer yöneticileri daha önce gündemlerine gelmemiş konularla ilgilenmek zorunda kalmaktadır. Kendi ülkelerinde yasal olarak yasak ve iş ahlakı açısından olumsuz olan bir durum, uluslararası faaliyetler kapsamında başka bir ülkede hem yasal hem de ahlak açısından olumlu olabilmektedir. Örneğin, Hindistan ve Tayland gibi ülkelerde üçüncü cinsiyet olarak *translık* yasal olarak tanınmaktadır. İş gören seçiminde adayın cinsiyeti sorulabilmekte ve bu cinsiyete sahip çalışanlar da kendileri için sosyal tesis düzenlenmesini isteyebilmektedirler. Bu durumun da gösterdiği gibi her ne kadar uluslararası iş ahlakından bahsedilse de kültürel farklılıklardan dolayı ikilemler yaşandığı da gözlenmektedir. Hem insan kaynakları yönetimi hem de diğer yöneticilerin hangi ülkenin ahlakına bağlı olarak karar vereceklerinin çatışmasını yaşamaları kaçınılmaz görülmektedir.

Çalışanların İş Ahlakına Aykırı Davranışları

İş ahlakı ihlalleri, yalnız örgüt yönetimi ve faaliyetleri ile sınırlı değildir. Adaylar ve çalışanlar da iş ahlakına aykırı davranabilmektedir. İş ilişkisinin başlangıcı olan öz geçmiş ile başvurma aşamasında adayların bazıları yetkinlikleri, daha önceki iş tecrübeleri hakkında yalan beyanda bulunabilmektedir. CareerBuilder'ın yaptığı araştırma sonuçlarına göre insanların öz geçmişlerdeki yalan oranı %40'a kadar çıkabilmektedir. Örneğin 2012 yılında Yahoo'nun CEO'su olarak işe alınan Scott Thompson birinci yılında yalan beyanda bulunduğu tespit edildiği için istifa etmek zorunda kalmıştır. Yahoo'ya işe alım sürecinde verdiği öz geçmişinde bilgisayar mühendisliğinden mezun olduğu yazdığı hâlde mezun olmadığı ortaya çıkmıştır (Efrati ve Lublin, 2012). Adaylar istedikleri pozisyona kabul edilebilmek için örgütün ihtiyaç duyduğu ve aradığı niteliklere sahipmiş gibi davranabilmektedir. Bir diğer örnek ise aranandan daha fazla niteliklere sahip bir adayın örgütten olumsuz bir dönüş aldığı zaman yaş dolayısıyla ayrımcılığa uğradığı iddiası ile mahkemeye başvurmasıdır (Simpson, 2016). Her ne kadar mahkemeyi kaybedeceklerini bilseler bile örgütü zor duruma sokmak ve özellikle Batı ülkelerinde tazminat kazanmak amacıyla maddi çıkar elde etmek isteyen kişiler mahkemeye başvurabilmektedir.

Adaylar istedikleri pozisyona kabul edilebilmek için örgütün ihtiyaç duyduğu ve aradığı niteliklere sahipmiş gibi davranabilmektedir.

ÇALIŞMA HAYATI

CareerBuilder'ın yaptığı araştırma sonuçlarına göre insanların öz geçmişlerdeki yalan oranı %40'a kadar çıkabilmektedir.

Örgüt üyeleri iş ahlakı ilkelerini bilseler ve onların farkında olsalar bile ilkeleri bilinçli bir şekilde çiğneyebilmektedir. Örneğin Makine Kimya Endüstrisi Genel Müdürü 2016 yılında yeni geliştirilen piyade tüfeğinin planlarını yabancılara satarken yakalanmıştır (Açıl, 2016).

Çalışanlar iş ahlakı ilkelerini ihlal ederken bunun yasal zeminini sağlamaktadır.

Çalışanlar iş ahlakı ilkelerini ihlal ederken bunun yasal zeminini sağlamaktadır.

ÇALIŞMA HAYATI

Örneğin Türkiye'de Anadolu'da kurulmuş üretim tesisinde kışları ortalama devamsızlık oranı günlük %2 iken; yaz aylarında bu oranın %13'e kadar çıktığı insan kaynakları yönetimi tarafından tespit edilmiştir. Devamsızlıklar %95 oranında doktor raporu ile yapılmaktadır. Devamsızlık durumu incelendiği zaman tarım arazisine sahip olan çalışanların yazın hasat döneminde devamsızlıklarının arttığı ve devamsızlıklarından dolayı bir problem yaşamamak için sıklıkla doktor raporu aldıkları görülmüştür.

Ayrıca çalışanlar, örgüt kaynak ve araçlarını kişisel çıkarları için de kullanabilmektedir. Birçok işletme araç takip sistemi kullanmakta, yakıt-kilometre oranı raporları sıkı kontrol edilmektedir. Rüşvet uluslararası bir boyutta kaynak dağılımına dönüşmüş olup diğer ülkelerin kamu çalışanlarının haksız olarak kazanç sağladıkları ve zenginleştikleri tespit edilmiştir (Adalet Bakanlığı Uluslararası Hukuk ve Dış İlişkiler Müdürlüğü, 2016). Uluslararası Şeffaflık Örgütü Rüşvet Raporu'na göre dünya genelinde en çok rüşvet vakası sıklık açısından bankacılık sektöründe ve rüşvetin mali büyüklüğü açısından ise devlet ihalelerinde gerçekleştiği tespit edilmiştir (Hardoon ve Heinrich, 2011).

İş ahlakına aykırı karar ve davranışlar kapsamında işe alımda adayların öz geçmişlerini abartmalarından tutun da performans değerlendirmeden örgüt kaynaklarını kişisel çıkarları için kullanmaya kadar geniş bir yelpazede birçok karar ve davranış yer almaktadır. Çünkü en başta bulunan genel müdürden en alt kademedeki çalışana, örgüt üyesi olmayan adaya kadar örgüt içindeki iş ahlakına aykırı alınan tüm karar ve yapılan davranışlar en temelinde bireyseldir.

Örgüt İçi Uygulamalarda İş Ahlakı Açısından İnsan Kaynakları Yönetiminin Rolü

Son yıllarda iş dünyasında yaşanan birçok skandalın örgütlerin çok ötesinde, tüm dünyayı etkileyebildiği görülmüştür. Bu skandalların sonuçlarına bakıldığı zaman iş ahlakı ilkelerinin ihlal edilmesinin anlık, sembolik olayların ötesinde sistematik olgular olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu sistematik ahlak sorunları ve suçlar, ulusal veya uluslararası krize neden olacak düzeyde olmasa da gündelik iş hayatının içinde iş ahlakına aykırı davranışlar sık görülmektedir.

ÇALIŞMA HAYATI

ABD'de Fortune 500 listesindeki şirketlerden 3.000 çalışanın katıldığı araştırma sonuçlarına göre, son bir yıl içinde katılımcıların %52'si bir suistimal ile karşılaştıklarını; %36'sı ise aynı suistimalin birden daha fazla yaşandığını; %95'i ise iş ahlakı ile ilgili eğitime katıldıklarını ya da aldıkları bir eğitimin içeriğinde iş ahlakının bulunduğunu bildirmişlerdir (Wells ve Schminke, 2001).

ÇALIŞMA HAYATI

Türkiye'de ise İGİAD'ın 2013 yılı İş Ahlakı Raporu'na göre araştırmaya katılan örgüt üyelerinin %70'i örgütlerinde iş ahlakı ilkelerinin olduğunu, yine aynı oranda %70'i iş ahlakının sistematik olarak çiğnenmediğini fakat %97'si örgütlerinde iş ahlakına aykırı uygulama ve davranışlara şahit olduklarını bildirmişlerdir (Torlak ve diğerleri, 2013).

Bu veriler çalışanların iş ahlakı ilkelerini bildiklerinin fakat karar verme sürecinde başka değerlendirme ölçütlerinin ağır bastığının bir göstergesidir. Bu noktada insan kaynakları yönetimi ile iş ahlakı ilişkisine ikinci yaklaşımın önemi ortaya çıkmaktadır. Yani insan kaynakları yönetiminin departman olarak örgütün diğer faaliyet ve uygulamalarının iş ahlakına uygun gerçekleştirilmesi için katkı sağlamasının büyük önemi vardır.

İnsan kaynakları yönetimi ve iş ahlakı arasındaki ilişki "*çalışanların yönetimi hakkında iş ahlakı*" olarak da görülmektedir.

İnsan kaynakları yönetimi ve iş ahlakı arasındaki ilişki "*çalışanların yönetimi hakkında iş ahlakı*" olarak da görülmektedir (Armstrong, 2009). Bunun için öncelikle insan kaynakları yönetimi, üst yönetimin iş ahlakı ilkelerini belirleyip yayımlamasını; ardından da örgüt içinde iş ahlakının kurumsallaşmasını sağlamalıdır. Örgüt yönetimi ve insan kaynakları yönetiminin iş ahlakının kurumsallaşması için yapabileceklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

i. İş ahlakı ilkelerinin belirlenmesi ve ilan edilmesi,

ii. İş ahlakı ile ilgili kurulun kurulması ve işleyiş yönetmeliğinin hazırlanması,

iii. Organizasyon el kitabında ve/veya disiplin yönetmeliğinde iş ahlakı ilkeleri ve bu ilkelere aykırı davranışlarla ilgili yaptırımların belirtilmesi,

iv. Temel insan hakları başta olmak üzere iş ahlakı ilkelerine bağlı çalışıldığını takip etmek için gerekli alt yapının hazırlanması,

v. Çalışanlara yönelik iş ahlakı eğitiminin hazırlanması ve verilmesi,

vi. Çalışanlara ihtiyaç duyduklarında profesyonel destek sağlanması,

vii. İş ahlakına aykırı davranış ve uygulamalara karşı ilgili kişilere ve komisyona ulaşımın kolaylaştırılması.

Yani insan kaynakları yönetimi departman olarak iş ahlakı ilkelerinin örgüt içinde kurgulanması ve uygulanmasının takipçisi olma görevi ile karşı karşıyadır. Bunun anlamı insan kaynakları yönetiminin diğer örgütsel süreç ve uygulamalarının da iş ahlakına göre tasarlanması, işletilmesi ve iş ahlakının örgüt kültürünün bir parçası olması, kurumsallaşması için çalışmasıdır. Bu genel anlamda, örgütün tüm paydaşları için adaletin tecelli etmesi için insan kaynakları yönetiminin görev ve sorumluluğu kabul etmesinin beklentisidir (De Silva ve diğerleri, 2016). Hatta bazı global şirketler bu durumu beklentinin ötesine taşıyıp, yönetmeliklerle tanımlamışlar ve örgüt içinde iş ahlakı ilkelerinin uygulanmasının takipçiliğini, etik kurulun başkanlığını ve sorumluluğunu insan kaynaklarından sorumlu genel müdür yardımcısına vermişlerdir .

İş dünyasında en sık rastlanan problemlere bakıldığı zaman taciz, ayrımcılık, saygısızlık, ödül ve cezada eşitsizlik, çalışanların çalışma şartlarına ve sağlık problemlerine karşı duyarsızlık başta gelmektedir. Çalışanlarda, insan kaynak-

ları yönetiminin örgüt içindeki uygulamalarda ve kaynak dağılımında eşitlik ilkesine riayet etmesi, çalışanların yaşadığı problemler için çözüm merkezi olması veya arabuluculuk yapması beklentilerinin olduğu tespit edilmiştir (Scott, 2005).

Sonuç

Çalışanların iş ahlakına uygun çalışması üzerinde örgüt politikaları ile yöneticilerin tutum ve davranışlarının büyük etkisi vardır (Armstrong, 2009). İlkelerin belirlenmesi, örgütsel faaliyetlerde ilkelere uyulmasının takip edilmesi, iş ahlakının örgüt kültürünün bir parçası olmasına ve kurumsallaşmasına büyük katkı sağlamaktadır. Bu süreç sadece insan kaynakları yönetiminin sorumluluğunda değildir. İş ahlakına uygun çalışmanın ve iş ahlakı ihlallerinin takibinde insan kaynakları yönetiminin büyük rolü olmakla birlikte üst yönetiminin liderliğine, hukuk müşavirliğinin uzmanlığına, diğer departman yöneticilerinin ve tüm çalışanların da desteğine ihtiyaç bulunmaktadır. Üst yönetiminin liderliği ve yönetici desteği olmazsa iş ahlakı ilkeleri açıklandığı hâlde uygulanmamakta ve/veya yok sayılmaktadır. Olaylar ve davranışlar takip edilmez, olumlu ve olumsuz yaptırım ile desteklenmez ise ilkeler inandırıcılık özelliğini kaybetmektedir.

Devletlerin ve uluslararası kurumların iş birlikleri, anlaşmaları ve tavsiye niteliğindeki karar ve yönetmelikleriyle iş ahlakı açısından asgari standartların kabul edilip uygulanması için çalışılmaktadır. Çalışma şartlarının asgari standardı açısından Uluslararası Sosyal Sorumluluk Örgütü, Birleşmiş Milletler ve Uluslararası Çalışma Örgütü sözleşme ve teamüllerinden yola çıkarak SA8000 Standardı'nı geliştirmiştir. Bu standart çocuk işçi ve zorla çalıştırmamayı, sağlık ve iş güvenliğinin sağlanmasını, sendika üyeliği ve toplu sözleşme hakkını, ayrımcılığın engellenmesini, fırsat eşitliğini, disiplin uygulamalarına standart getirmeyi, çalışma saatlerini düzenlemeyi, ek mesaiyi ücretlendirmeyi bir standarda bağlamayı, yönetim sistemleri ve uygulamaları açısından asgari ve uygulama standartları getirmeyi hedeflemektedir. 2016 yılı itibarıyla Türkiye'den dokuz işletme akrediteye sahiptir ve 5.557 çalışan iş ahlakına uygun, düzenli denetlenen ve raporlanan iş ortamında çalışmaktadır (Social Accountability International, 2014). Kurumsallaşma çabaları yalnız Türkiye'nin değil tüm dünyanın gündemindedir. G20/OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri-2016 Raporu (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2016a) dokuz farklı dilde yayımlanmıştır. Bu uluslararası çalışmalar kurumsal yönetim ilkelerinin tüm dünya işletmelerinde uygulanmasını hedeflemektedir.

Her ne kadar uluslararası kurumlar çalışmalar yayınlasa, örgütler iş ahlakı ilkelerini belirlese, kurullar kursa da hâlâ dünyanın birçok yerinden iş ahlakına aykırı olaylar sürekli duyulmaktadır. Türkiye'deki örgütlerin iş ahlakı açısından karnesinde her yıl iyileşmeler olsa da alınacak daha çok yol vardır. Uluslararası

Şeffaflık Örgütü tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre Türkiye, 2015 Yılı Dünya Yolsuzluk Sıralaması'nda 66'ıncı sırada yer almıştır. Bu sıralamada en şeffaf, yolsuzluğun az olduğu ülke olarak 1'inci sırada Danimarka olurken; İngiltere ve Almanya 10'uncu, ABD 16'ncı, Yunanistan 56'ncı, Rusya 119'uncu, 167'nci sıra ile Somali sonuncu olmuştur (Transparency International The Global Coalition Against Corruption, 2016).

Türkiye ekonomisinde 2015 yılında kayıt dışı oranının %27,8 olduğu belirtilmektedir. Avrupa Birliği ortalaması %12'dir (Gelir İdaresi Başkanlığı, 2016). Heidrick & Struggle 2009 yılı Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde Türkiye'nin puanı 100 üzerinden 23 iken, İngiltere'nin 77, Hollanda'nın 71, Avrupa Birliğinin ortamalası ise 56 puandır. Rapora göre Türkiye'deki şirketler kurumsallaşma ve şeffaflık açısından gelişmiş ülkelere göre geri kalmıştır (aktaran Öztürk, 2009). En son rapor 2014 yılında hazırlanmış; yeterli veri toplanamadığı için Türkiye sıralamada yer almamıştır (Heidrick & Struggles, 2016). İş ahlakını düzenleyen ahilik geleneğine sahip Türkiye'de istatistiklerin iyi olmaması, ayrıca gelişmemiş ülkeler sınıfında görünmesi dolayısıyla ciddi bir öz eleştiri yapılmalıdır.

Uluslararası Çalışma Örgütünün çalışmaları, Uluslararası Sosyal Sorumluluk Örgütünün hazırladığı SA8000 Standardı, G20/OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri-2016, Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneğinin Dünyada ve Türkiye'de İş Etiği ve Etik Yönetimi çalışmaları (Türkiye Sanayici İşadamları Derneği [TÜSİAD], 2016), İGİAD yayınları ve raporları aslında iş ahlakının ne olması gerektiği hakkında bir bilgi birikimi ve tecrübenin bulunduğunun bir göstergesidir. Hâlâ yaşanan iş ahlakı ihlallerinin bilgi eksikliğinden değil; yöneticilerin ve çalışanların duyarsızlıklarından, bilinçli bir şekilde yapılmış tercihlerden kaynaklandığını söylemek yanlış olmayacaktır. İş ahlakına uygun faaliyet göstermeyen bireyler ve örgütler toplum ve devletin yaptırımı ile karşılaşabilmekte; örgütler kısa vadede olmasa bile uzun dönemde piyasadan silinmekle karşı karşıya kalmaktadır. Bunun için insan kaynakları, yönetimin hem kendi faaliyet ve uygulamaları hem de diğer örgütsel faaliyet ve uygulamalara verdiği destek ile iş ahlakına duyarlı bir çalışan profilinin oluşması ve iş ahlakının örgüt kültürünün yaşayan ve etkin bir parçası olması için çalışması gerekir.

İnsan kaynakları yönetiminin öncelikle kendi alanındaki işe alımdan, iş akdinin feshine kadar tüm süreç ve uygulamalarında iş ahlakı ilkelerine ve yasalara uygun olmasını temin etmesi, sonrasında örgüt yönetimi başta olmak üzere tüm çalışan ve yöneticilerde bu duyarlılığın oluşması için çalışması gereklidir. Daha sonra hem toplumda hem de örgüt genelinde bulunan iş ahlakı ilkelerinin örgüt genelinde yaşatılması, uygulanması görev ve sorumluluğunu yerine getirmesi gerekir. Kısaca insan kaynakları yönetiminin görev ve sorumluluğunu Şeyh Edebali'nin sözünü yorumlayarak açıklayabiliriz: "*İnsanı ahlaka uygun çalıştır ki, örgüt yaşasın*." İnsan kaynakları yönetimi, iş ilişkisinin başlangıcından bitimine kadar tüm süreçleri iş ahlakı ilkelerine uygun işletmeli; çalışana uygun çalışma ortamı sunmalı ve aynı özveriyi örgüt üyesinden de beklemelidir.

ÖRNEK OLAY Örgütsel Küçülme Vakası

Ahmet Bey altı ay önce başarılı bir aile işletmesinde finanstan sorumlu genel müdür yardımcısı (CFO) olarak işe başlamıştır. Önümüzdeki ay ise genel müdür yardımcılığı devam ederken yönetim kurulu üyesi olarak da atanması planlanmaktadır. Aynı zamanda Ahmet Bey aileden olmayan ilk üst düzey yöneticidir. Şimdi aileden olmayan ilk yönetim kurulu üyesi olacağı için yönetim kurulunun bazı üyeleri Ahmet Bey'in aile kültürüne uygunluğu noktasında endişelerini dile getirmişlerdi. Buna rağmen, şirketin kurucusunun kızıyla evli olan mevcut icra kurulu başkanı ve genel müdür Ahmet Bey'e fırsat verilmesini istemektedir.

Piyasadaki yüksek rekabet ve ekonomik kriz dolayısıyla maliyetleri düşürmek ve üretim sisteminde makineleşmeye kayıldığı için şirket küçülmeye gitme kararı almıştır. Ahmet Bey üst düzey yönetici olarak çalıştığı eski şirketinde benzeri bir süreci yaşadığı için, bu kararın 20 yıllık geçmişi olan bu aile işletmesi için uzun vadede doğru olacağını teyit etmektedir. Genel müdür benzer bir küçülme sürecini yaşadığı için küçülme sürecinin sorumluluğunu Ahmet Bey'e vermiş ve İnsan Kaynakları Departmanı'nı ona bağlamıştır.

Ahmet Bey, daha önceki şirketlerinde yapıldığı gibi, şirket çalışanların yıllık performans değerlendirme skorlarına göre işten çıkarma yapmayı önermeye karar vermiştir. Bu bağlamda, her departman müdüründen son üç yılın değerlendirmelerine göre çalışanların ortalama skorlarının yer aldığı bir liste sunmalarını istemiştir.

Eğer çalışan üç seneden daha az bir süredir şirkette çalışıyorsa veya iki çalışanın skoru aynıysa ya da olağandışı bir durumla karşılaşılırsa bölüm müdürleri bu durumu not edecek ve çalışanın hangi sırada yer alacağına karar verilecektir. Liste oluştuktan sonra Ahmet Bey listeyi ve önerisini yönetim kuruluna sunacak ve yönetim kurulu bir sınır belirleyecektir. Ahmet Bey, performansları bu sınırın altında kalanların işten çıkarılmasını öngörmüştür.

Ahmet Bey kendisine sunulan değerlendirmeleri incelerken, üç departmana ait listenin en alt kısmında yer alan çalışanların ortalama skorunun hiçbir zaman girilmediğini görünce şaşkınlığa uğramıştır. Bu durumu ilgili departmanların yöneticilerine sorduğunda, yöneticiler bu çalışanların şirket kurulduğundan beri çalıştıklarını dile getirmişlerdir. 6 yıl önce kurulan performans değerlendirme sisteminde, şirketin kurucusu da olan o zamanki genel müdür ve icra kurulu başkanının kuruluş aşamasından beri çalışanların performans değerlendirmeye tabi tutulmama taleplerini kabul ettiklerini ve bunca zamandır bu 40 çalışanın performansının değerlendirilmediği belirtilmiştir. Ayrıca bu çalışanlara her yıl şirket zam oranlarının üst diliminde zam yapıldığını, ayrıca yöneticiler bu kararın kendileri tarafından da sorgulandığını, fakat önceki genel müdürün, bu konunun kendilerini ilgilendirmediğini söylediğini aktarmışlardır.

Ahmet Bey bu konuyu şimdiki genel müdüre taşıdığında ise, "Hımm, biliyorum. O çalışanların performansları hiç değerlendirilmedi. Onların emekli olma zamanı geldi de geçti bence. Artık eskisi kadar iyi bir performans sergileyemiyorlardır muhtemelen. Bunca yıl şirket onlara iş vererek çok iyi davrandı. Zaten emekliliklerine 3-5 yıl kalmıştır. Yeterince birikim de yapmışlardır. Onlara vereceğimiz işten çıkarma paketinden bahsetmiyorum bile. Hem onlardan başlamazsak

'Kendi adamlarını koruyorlar.' gibi bir eleştiri gelebilir. Onları çıkartılacaklar listesinin başına yazalım ve yükümüzü hafifletelim. Gençlere iş imkânı sağlayalım. Biliyorsun ki, gençler daha iyi çalışıyorlar hem de evlenecekler paraya ihtiyaçları var." demiştir.

Ahmet Bey "Bu kişiler mahkemeye işe iade davası açabilirler." dediği zaman genel müdürün cevabı "Açılabilecek dava hakkında endişelenme. Bunu yapacaklarını hiç sanmıyorum. Bir daha piyasada iş bulamazlar." şeklinde olmuştur.

Ahmet Bey bu cevabın üzerine "Bu çalışanlar kötü bir performans sergilediklerini biliyorlar mı?" diye sorduğu zaman genel müdür "Bilmiyorum. Fakat bilmek zorundalar. Bu şirkette çalışan, iş dünyasında bulunan herkes bilmeli." diye cevap vermiştir.

Odadan ayrılırken, genel müdür elini Ahmet Bey'in omuzuna koyarak, "Yeri gelmişken, bilmelisin ki, bu görüşmeden çok memnun oldum. Yönetim kurulundakiler senin üyeliğini sorguluyorlardı. Bak göreceksin küçülme için hazırlamış olduğun plan ile onların dostluğunu kazanacaksın. Bu şirket çalışanlarını şirket için ürettiği sürece önemsiyor ve önemsemeye devam edecek." diyerek görüşmeyi sonlandırmıştır. Ahmet Bey ise kafasında sorular ve belirsiz duygular ile odadan ayrılmıştır.

1- Bu durum Ahmet Bey için ahlaki bir ikilem midir?

2- İş ahlakına uygun olmayan kaç tane durum vardır? Uygun olmayan nedir? Doğrusu nedir?

3- Ahmet Bey genel müdürün görüşlerine karşı çıksa, kendi kariyerini ve çıkarlarını nasıl koruyabilir? Bu konuda ne düşünüyorsunuz?

Bu vaka Markkula Uygulamalı Ahlak Merkezi üst düzey yöneticisi Thomas Shanks, S.J. tarafından yazılmıştır ve Türkçeye uyarlanmıştır.

ÖRNEK OLAY Seçme ve Yerleştirme Sürecinde Ayrımcılık

Para Bank son 10 yılda G20 ülkelerinde hızlı bir şekilde büyümüştür. Ülke raporlarındaki rakamlar büyüme stratejisinin doğru bir strateji olduğunu göstermektedir. Gelecek yıllarda benzer şekilde büyümenin devam ettirilmesine karar verilmiştir.

Son icra kurulunda mevcut rakamların hedeflerin de üzerinde olduğu, bu yılı da iyi bir kârlılık oranı ile kapatacaklarını gösteren raporlar sunulmuştur. Bu durum gelecek ocak ayında yeni bir ülkede faaliyet göstermeye başlayacakları için motivasyon kaynağı olmuştur.

İKY'den sorumlu genel müdür yardımcı 1,5 yıldır devam eden *seçme ve yerleştirme sürecinde ayrımcılık* hakkındaki bankaya karşı adayların açmış olduğu davada 275 milyon ABD doları olarak anlaşmaya varıldığını icra kuruluna bildirmiştir. Hukuk müşaviri ise "İşten ayrılmış iki orta düzey yönetici şahitlik yapmasaydı bu dava yıllar sürerdi, kazanma şansları düşüktü. En azından anlaşma yoluna gidip 275 milyon dolar bankanın kasasından çıkmazdı." yorumunu yapmıştır.

Genel müdür İK'dan sorumlu genel müdür yardımcısına dönerek "Daha düzgün adamlar seçmemiz gerekiyor." demiştir.

İK'dan sorumlu genel müdür yardımcısı genel müdüre "Genişleme kapsamında yeni ülkelere girerken aynı yol ve yöntemleri kullanmaya devam edecek miyiz? Olumlu karar verdiklerimizi tekrar değerlendirelim mi? Hâlihazırda birçoğuna resmî olarak bildirmedik." diye sormuştur.

Genel müdür "Evet, bir değişiklik yok. Verdiğimiz bursların bir kısmını kilit noktadaki kişilerin çocuklarına vermeye devam edeceğiz. Stajyer ve işe alımlar da aynı şekilde. Yasal olarak yaptığımız suç değil ve işlerimizin hızlı yürümesine yardımcı oluyor siz de biliyorsunuz. 200 stajyerin 120'sini bu kaynaktan almışız çok mu? Hayır. Zaten bu öğrenciler bizden burs almıyorlar mı? Alıyorlar. O zaman paramızın karşılığını alıyoruz diyelim. Hem referanslı geldikleri için sizin de iş yükünüz azalıyor, mülakatmış, referans kontrolü gibi şeylerle uğraşmıyorsunuz. Hem hak edenleri iyi pozisyonlara atıyorsunuz değil mi? Diğerleri gişe memuru. Burada göçmenlere, lise mezunlarına bile veriyoruz bu işleri." diyerek açıklama yapmıştır.

İnsan kaynaklarından sorumlu genel müdür yardımcısı ise "Efendim, 275 milyon dolarlık anlaşma basında büyük manşet oldu. Hem eğer ceza ödemeseydik 275 milyon dolar bankanın kasasında kalacaktı. Emin olmak istedim." diyerek cevap vermiştir.

Buna karşılık genel müdür "Piyasa bizim başarımızı kıskanıyor. Hem o para operasyonda bize sağlanan kolaylık ve imkânlardan dolayı sağladığımız avantaj ile karşılaştığımız zaman devede kulak... Burada sizin dikkat edeceğiniz nokta daha düzgün yöneticiler işe alın ki daha sonra banka aleyhine şahitlik yapmasınlar. Daha seçici olun. Önümüzdeki hedefleri gerçekleştirmek için iyi adamlara ihtiyacımız var." diye vurgulamıştır.

1- İş ahlakına aykırı olan durumları belirleyiniz. Neden iş ahlakına aykırıdır açıklayınız.

2- Hukuk ile iş ahlakı arasında bir çatışma ihtimali var mıdır? Varsa hangisine öncelik verilmelidir? Neden?

3- Siz İK'dan sorumlu genel müdür yardımcısı olsaydınız sizin tutumunuz ne olurdu?

4- Siz genel müdür olsaydınız ne karar verirdiniz? Neden?

Kaynakça

657 sayılı Devlet Memurları Kanunu. (1965). *Resmî Gazete*, 12056, 23 Temmuz 1965. http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.657.pdf adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir .

Acar, A. C. (2008). İnsan kaynakları planlaması ve işgören seçimi. C. Uyargil, Z. Adal, İ. D. Ataay, O. Özçelik, Ö. Sadullah, G. Dündar ve L. Tüzüner (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde (s. 99-181). İstanbul: Beta Yayınları.

Açıl, S. (2016, 29 Aralık). *Askeri casusluk yapan müdürün cezası belli oldu*. Anadolu Ajansı. http://aa.com.tr/tr/turkiye/askeri-casusluk-yapan-mudurun-cezasi-belli-oldu/716316 adresinden 23 Mart 2017 tarihinde edinilmiştir.

Adalet Bakanlığı Uluslararası Hukuk ve Dış İlişkiler Müdürlüğü. (2016, 29 Ekim). *OECD ticari işlerde yabancı kamu görevlisine rüşvetin önlenmesi sözleşmesi rüşvetle mücadele çalışma*

grubu (wgb) faaliyetleri. http://www.uhdigm.adalet.gov.tr/oecd/ adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Adkins, A., & Rigoni, B. (2016, June 2). *Managers: Millennials want feedback, but won't ask for it.* Retrieved May 30, 2017, from http://www.gallup.com/businessjournal/192038/managers-millennials-feedback-won-ask.aspx?g_source=feedback&g_medium=search&g_campaign=tiles.

Ardichvili, A., & Jondle, D. (2009). Ethical business culture: A litreture review and implication for HRD. *Human Resources Development Review*, *8*(2), 223-244.

Armstrong, M. (2009). *Armstrong's handbook of human resources practice.* Philadelphia, PA: Kogan Page.

Atay, İ. D. (2008). İş değerleme. C. Uyargil, Z. Adal, İ. D. Atay, O. Özçelik, Ö. Sadullah, G. Dündar ve L. Tüzüner (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde (s. 343-397). İstanbul: Beta Yayınları.

Ateş, H. (2017, 11 Temmuz). Sahte sigorta oyunu bozuldu. *Sabah*. http://www.sabah.com.tr/ekonomi/2016/07/11/sahte-sigorta-oyunu-bozuldu# adresinden 13 Ağustos 2017 tarihinde edinilmiştir.

Auerbach, D. (2014, August 7). *Liar, liar! You won't get hired*. CareerBuilder. Retrieved May 30, 2017, from http://advice.careerbuilder.com/posts/liar-liar-you-wont-get-hired.

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu. (2016, 29 Ekim). *Dezavantajlı Grupların Sosyal Entegrasyonu İçin AB Destekli Hibe Programı*. http://www.avrupa.info.tr/tr/bilgi-kaynaklari/haber-arsivi/news-single-view/article/dezavantajli-gruplarin-sosyal-entegrasyonu-icin-ab-destekli-hibe-programina-basvurular-baslad.html adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Bennington, L. (2007). HR managers as ethics agents of the states. In A. H. Pinnington, R. Macklin, & T. Campbell (Eds.), *Human resource management: Ethics and employment* (pp. 137-151). New York: Oxford University Press Inc.

Bilirkişi rapor örnekleri. (2017, 5 Mart). http://www.ismevzuati.com/?page=pages&cat=9 adresinden 12 Nisan 2017 tarihinde edinilmiştir.

Bloom, M. (2004). The ethics of compensation systems. *Journal of Business Ethics*, *52*(2), 149-152.

Buckley, M. R., Beu, D. S., Frink, D. D., Howard, J. L., Berkson, H., Mobbs, T. A., & Ferris, G. R. (2001). Ethical issues in human resources systems. *Human Resources Management Review*, *11*(1), 11-29.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı. (2016, 30 Kasım). *Yabancıların çalışma izinleri-2015.* http://www.csgb.gov.tr/media/3209/yabanciizin2015.pdf adresinden 30 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Çelik, S. (2010). İş ahlakı uygulamalarının çalışan memnuniyeti ile ilişkisi. *İş Ahlakı Dergisi*, *3*(5), 21-40.

Davis, A., & Mishel, L. (2016, November 30). *CEO pay continues to rise as typical workers are paid less.* Economic Policy Institute. Retrieved May 30, 2017, from http://www.epi.org/publication/ceo-pay-continues-to-rise/.

De Silva, V., Opatha, H., & Gamage, A. S. (2016). Towards extending the ethical dimension of human resources management. *International Business Research*, *9*(10), 151-161.

Dessler, G. (2012). *Human resources management.* New York: Prentice Hall.

Efrati, A., & Lublin, J. S. (2012, May 13). Thompson resigns as CEO of Yahoo. *The Wall Street Journal.* Retrieved May 30, 2017, from http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702304192704577402224129006022.

ExxonMobil. (2017, March 19). *Culture, values, diversity and inclusion*. Retrieved May 30, 2017, from http://careers.exxonmobil.com/en/about-us/culture-and-values/diversity-and-inclusion.

Federal Glass Ceiling Commission. (1995, November). *A Solid Investment: Making full useof the nation's human capital*, United State Department of Labor. Retrieved May 30, 2017, from https://www.dol.gov/oasam/programs/history/reich/reports/ceiling2.pdf.

Gallup. (2017, Şubat 20). *Re-engineering performance management.* Retrieved May 30, 2017, from http://www.gallup.com/reports/208811/re-engineering-performance-management.aspx?utm_source=www&utm_medium=copy&utm_content=20170427-opinion-tgb.

Gelir İdaresi Başkanlığı. (2016, 20 Kasım). *Kayıtlı ekonomiye geçiş.* http://www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr/?q=2015-AB-kayit-disi-ekonomi-orani adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir .

Göçoğlu, V. (2015, Şubat). Dezavantajlı gruplar üzerinde yapılan bir kamu politikası sonlandırılmasının analizi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *36*, 846-863.

Goins, S., & Mannix, E. (1999). Self-selection and its impact on tema diversity and performance. *Performance Improvement Quarterly*, *12*(1), 127-147.

Grant Thornton. (2016, Aralık 1). *Haber Bülteni*, *19.* http://www.gtturkey.com/UD_OBJS/PDF/GTHBR/gt_haber_bulteni_19.pdf adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Greenhouse, S. (2005, March 19). Wal-mart to pay U.S. $11 million in lawsuit on illegal workers. *The New York Times* Retrieved May 30, 2017, from http://www.nytimes.com/2005/03/19/business/walmart-to-pay-us-11-million-in-lawsuit-on-illegal-workers.html?_r=0.

Hardoon , D., & Heinrich, F. (2011). *Bribe Payers Index 2011*. Berlin: Transparency International.

Hay Group. t.y. *Türkiye'de üst yönetim ve idari seviyeler arasında 11.1 kat fark var.* http://www.haygroup.com/tr/downloads/details.aspx?id=39634 adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Health Care Compliance Association, & Society of Corporate Compliance and Ethics. (2016, December 1). *Compensation, performance, compliance and ethics.* Retrieved May 30, 2017, from https://www.ubalt.edu/about-ub/offices-and-services/provost/reporting-units/hcpe/EthicsinCompensationSurvey.pdf.

Heidrick & Struggles. n.d. *European Corporate Governance Report: Towards Dynamic Governance 2014*. Retrieved May 30, 2017, from http://www.heidrick.com/~/media/Publications%20and%20Reports/European-Corporate-Governance-Report-2014-Towards-Dynamic-Governance.pdf.

International Labour Office. (2011). *Equality at work: The Continuing Challenge- 2011*. Retrieved May 30, 2017, from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---declaration/documents/publication/wcms_166583.pdf.

Kuratczyk, M. (2016, October 30). *Ethics of executive compensation.* University of Waterloo, Centre for Accounting Ethics: Retrieved May 30, 2017, from https://uwaterloo.ca/centre-for-accounting-ethics/sites/ca.centre-for-accounting-ethics/files/uploads/files/mkuratczyk-estey2007.pdf.

Kurt, R. (2016, 15 Kasım). *İşverenler iş davalarını neden kaybediyor?* http://www.kariyer.net/ik-blog/isverenler-is-davalarini-neden-kaybediyor/ adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Linkedin. (2016, Ekim 29). *In salary: Discover your earning potential*. Retrieved May 30, 2017, from https://www.linkedin.com/salary/.

Mirze, K. (2010). *İşletme.* İstanbul: Literatür Yayınları.

Nisbett, R. E., & Wilson, T. D. (1977). The halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, *35*(4), 250-256.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2016a, May 16). *G20/OECD kurumsal yönetim ilkeleri* (Turkish version). Retrieved May 30, 2017, from http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/261502ve.pdf?expires=1480847029&id=id&accname=guest&checksum=3824E6BECF98C3FACE3A2B8558EC1A39.

Organisation for Economic Co-operation and Development . (2016b, September 17). *OECD - Social policy division - Directorate of employment, labour and social affairs.* Retrieved May 30, 2017, from https://www.oecd.org/els/LMF_1_5_Gender_pay_gaps_for_full_time_workers.pdf.

Organisation for Economic Co-operation and Development . (2017, March 1). *Sickness, disability and work: Breaking the barriers a synthesis of findings across OECD countries.* Retrieved May 30, 2017, from http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/social-issues-migration-health/sickness-disability-and-work-breaking-the-barriers_9789264088856-en#page2.

Özçelik, O. (2008). Eğitim ve geliştirme. C. Uyargil, Z. Adal, İ. D. Ataay, O. Özçelik, Ö. Sadullah, G. Dündar ve L. Tüzüner (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde (s. 187-242). İstanbul: Beta Yayınları.

Özgener, Ş. (2008). İş ahlakının kurumsallaşmasında üst yönetim kademesinin rolü. *İş Ahlakı Dergisi*, *1*(1), 31-54.

Öztürk, M. (2009). Kurumsal verimlilik ve görev ahlakı. *İş Ahlakı Dergisi*, *2*(3), 121-133.

Pilot Pen. (2008, December 15). *Code of ethics and business conduct.* Retrieved May 30, 2017, from https://pilotpen.us/images/custom/CodeofEthics.pdf.

Poll, H. (2016, November 17). *Majority of employers background check employees... Here's why.* Retrieved May 30, 2017, from http://advice.careerbuilder.com/posts/majority-of-employers-background-check-employees.

Protess, B., & Stevenson, A. (2016, November 17). JPMorgan chase to pay $264 million to settle foreign bribery Case. *The New York Times.* Retrieved May 30, 2017, from http://www.nytimes.com/2016/11/18/business/dealbook/jpmorgan-chase-to-pay-264-million-to-settle-foreign-bribery-charges.html.

Şahin, L. ve Yıldırım, K. (2008). İşletmelerde iş ahlakı uygulamaları için genel çerçeve. *İş Ahlakı Dergisi*, *1*(1), 55-66.

Schumann, P. L. (2001). A moral principles framework for human resources management ethics. *Human Resources Management Review*, *11*, 93-111.

Scott, E. D. (2005). The ethics of human resources management. In J. W. Budd, & J. W. Scoville (Eds.), *The ethics of human resources and industrial relations* (pp. 173-203). Champaign, IL: Labor and Employment Relations Association.

Sillup, G. P., & Klimberg, R. (2010). Assessing the ethics of implementing performance appriasal systems. *Journal of Management Development*, *29*(1), 38-55.

Simpson, S. (2016, November 28). *No age discrimination against "overqualified" job applicant*. Retrieved May 30, 2017, from http://www.personneltoday.com/hr/no-age-discrimination-overqualified-job-applicant/.

Social Accountability International. (2014, June). *Social Accountability 8000 International Standard.* Retrieved May 30, 2017, from http://sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/SA8000%20Standard%202014.pdf.

Sökmen, A. (2016). *Meslek etiği.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Sullivan, J. (2008, January 7). *Employment branding: The only long-term recruiting strategy*. Retrieved May 30, 2017, from https://www.eremedia.com/ere/employment-branding-the-only-long-term-recruiting-strategy/.

TAV Airports. n.d. *TAV Our Policy*. Retrieved May 30, 2017, from http://www.tavhavalimanlari.com.tr/en-EN/OurPolicy/Pages/default.aspx.

Torlak, Ö., Özdemir, Ş. ve Erdemir, E. (2013). *İGİAD İş Ahlakı Raporu.* İstanbul: İGİAD - Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği.

Transparency International The Global Coalition Against Corruption. (2015). *Corruption Perception Index 2015*. Retrieved May 30, 2017, from http://www.transparency.org/cpi2015#results-table.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2015a, 5 Mart). *İstatistiklerle kadın, 2014* (Haber bülteni). http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18619 adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2015b, 3 Temmuz). *Tekzipler*. http://www.tuik.gov.tr/basinOdasi/Tekzipler/Tekzip_20150628.pdf adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye İş Kurumu. (2016). *Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü 2016 Yılı Faaliyet Raporu.* Ankara: Yazar.

Türkiye Sanayici İşadamları Derneği. (2016, 30 Kasım). *Dünyada ve Türkiye'de iş etiği ve etik yönetimi - TÜSİAD Etik Kurulu.* www.etik.gov.tr/dosyagoster.ashx?id=38&sayfaid=4 adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Turkey Corporate Social Responsibility, (2010, April). *CSR Turkey Baseline Report.* Retrieved October 25, 2017, from http://kssd.org/site/dl/uploads/csrbaselinereport.pdf

Uluslararası Çalışma Örgütü. (2015, 18 Haziran). *111 No'lu Ayırımcılık (İş ve Meslek) Sözleşmesi.* http://www.ilo.org/ankara/conventions-ratified-by-turkey/WCMS_377273/lang--tr/index.htm adresinden 23 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir .

Uyargil, C. (2008a). İş analizi ve iş dizaynı. C. Uyargil, Z. Adal, İ. D. Ataay, A. C. Acar, O. Özçelik, Ö. Sadullah, L. Tüzüner (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde (s. 55-95). İstanbul: Beta Yayınları.

Uyargil, C. (2008b). Performans yönetimi. C. Uyargil, Z. Adal, İ. D. Ataay, O. Özçelik, Ö. Sadullah, G. Dündar ve L. Tüzüner (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde (s. 243-303). İstanbul: Beta Yayınları.

Valentine, S. (2010). Human resource management, ethical context, and personnel consequences: A commentary essay. *Journal of Business Research*, *63*, 908-910.

Weavera, G. R., & TrevinÄo, L. K. (2001). The role of human resources in ethics/compliance management a fairness perspective. *Human Resource Management Review*, *11*, 113-134.

Wells, D., & Schminke, M. (2001). Ethical development and human resources training: An integrative framework. *Human Resource Management Review*, *11*(1-2), 135-158.

Zaim, H. (2008). İnsan kaynakları yönetimi açısından iş ahlakı . *İş Ahlakı Dergisi*, 2, 97-104.

Zenger, J., & Folkman, J. (2012). Are women better leaders than men? *Harvard Business Review, March*. Retrieved May 30, 2017, from https://hbr.org/2012/03/a-study-in-leadership-women-do.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Bauman, Z. (1999). *Çalışma, tüketicilik ve yeni yoksullar*. İstanbul: Sarmal Yayınları.

Budd, J. W., & Scoville, J. G. (2012). *The ethics of human resources and industrial relations*. Champaing, IL, USA: Cornell University Press.

Hatcher, T. (2002). *Ethics and HRD: A new approach to leading responsible organizations*. Cambridge: Perseus Publishing.

İş ahlakı ve insan kaynakları yönetimi [Özel Sayı]. (2012). *İş Ahlakı Dergisi*, *5*(2).

Pinnington, A., & Macklin, R. (2007). *Human resource management: Ethics and employment*. New York, USA: Oxford University Press.

9

Finans ve İş Ahlakı

M. Abdullah Şahin

Tartışma Soruları

- Finans ahlakı nedir? Örneklerle açıklayabilir misiniz?
- Finans ahlakının kuramsal dayanakları nelerdir?
- Finans sektöründeki ahlaki sorunlar için çözüm önerilerinden bazılarını açıklayabilir misiniz?
- Bu çözüm önerilerinin zayıf noktaları var mıdır?
- İslami finans nedir? Finans ahlakı ile ilgisi nedir?

Giriş

Finans, ihtiyacından fazla parası olanın parasını ihtiyacı olana bir süre için vermesidir. Anlaşmanın şartlarına göre, para süre sonunda miktarı belirlenmiş bir ekle (faiz gibi) veya hesaplanma şekli belirlenmiş bir ekle beraber geri ödenir. Verilen para karşılığında bir şirkete ortak olma söz konusu ise (örn. hisse senedi satın alındıysa) verilen paranın (yatırımın) karşılığı kâr payı ödemeleri veya satın alınan hisse senetlerinin satılmasıdır.

Finans, ihtiyacından fazla parası olanın parasını ihtiyacı olana bir süre için vermesidir.

Finans konusunda ahlaki kaygılar, tarihin eski devirlerine kadar uzanır. Ancak 20. yüzyılın ikinci yarısında küresel ticaretin ve buna bağlı olarak uluslararası finans işlemlerinin hacminin hızla büyümesi, ardından son 30 yılda iletişim teknolojisinin değişimiyle hızlanan finansal küreselleşme, finans ahlakını daha öne çıkarmıştır. 2001 ve 2002 yıllarında büyük şirketlerde ortaya çıkarılan muhasebe ve finans yolsuzlukları ve 2007-2009 küresel finansal krizine se-

bep olan, çok sayıda büyük finans kurumunun sorumsuz davranışları, konunun yoğun şekilde gündeme gelmesine sebep olmuştur. Hâlen finans ahlakı halkın, devlet görevlilerinin ve bilim çevrelerinin dikkatini çekmekte olan bir konudur. Bir taraftan siyaset ve bürokrasi çevreleri ve bilim adamları ahlaklı finansın nasıl olacağını tartışırken; diğer taraftan finans sektörünün büyük bir kesimi finansta ahlakın yeri olamayacağı, sadece menfaatlerin yeri olacağı gibi bir düşünceye sahip görünmektedir. Bu da finansta ahlak ile ilgili tartışmaların ve çözüm önerilerinin önünü kısmen kapamaktadır.

20. yüzyılın ikinci yarısında küresel ticaretin ve buna bağlı olarak uluslararası finans işlemlerinin hacminin hızla büyümesi, ardından son 30 yılda iletişim teknolojisinin değişimiyle hızlanan finansal küreselleşme, finans ahlakını daha öne çıkarmıştır.

İş ahlakını finans bağlamında incelemek için öncelikle bu bağlamda iş ahlakının ne anlama geldiğini bilmek gerekir. Bunun için başlangıçta finans sektörünün çeşitli alanlarında iş ahlakıyla ilgili örnekler verilecektir. Daha sonra finansta ahlakın kuram ve uygulamasına değinilecektir. Kuram kısmında öncelikle iki farklı finans ahlakı çerçevesi çizilecek ve daha sonra ahlaki olmayan davranışlara nelerin sebep olabileceği incelenecektir. Uygulama kısmında veriye dayalı akademik ve saha araştırmalarından bazılarına ve uzman görüşlerine yer verilerek ardından, doğası gereği iş ahlakı ile ilgili olması gereken İslami finans konusu incelenecektir. Önce İslami finansın İslami değerlere dayanan kuramsal temeline değinilecek; daha sonra da İslami finansa yöneltilen eleştirilerden bahsedilecektir. Son olarak, anlatılanların somutlaştırılmasına yardımcı olacak bir örnek olay işlenecektir.

Finans Sektörünün Çeşitli Alanlarında İş Ahlakı

Bireysel Müşteri Hizmetlerinde İş Ahlakı

Kredi kartı olanlar iyi bilirler: Kredi kartı almak için başvuruda bulunduğunuzda, küçük puntoyla yazılmış birkaç sayfa uzunluğunda bir sözleşme imzalamanız gerekir. Bu sözleşmede, çoğunlukla belirsiz ve değişik şekilde yorumlanabilecek birçok madde bulunur. Çoğumuz hukukçu olmadığımız için bu maddelerin olası somut sonuçlarını tam olarak anlamakta zorlanırız. Ancak yine de bizimle kredi kartını veren kurumun (banka diyelim) arasında bir anlaşmazlık olması durumunda bu maddelerin bankanın menfaatlerine daha yakın olduğu hissini ediniriz. Geniş maddi imkânları sayesinde gereken hukuki desteği zaten kolaylıkla sağlayabilecek olan bankaların bir de böyle sözleşmeleri kendilerini kayıracak şekilde hazırlamaları çok yaygındır. Tüketici veya küçük yatırımcı olarak çoğumuz bu durumda bir pazarlık gücüne sahip olmadığımız için, kendimizi bu sözleşmeyi imzalamak mecburiyetinde hissederiz. Her ne kadar imza atarken bir zorlama olmasa da bankaların bu davranışı üstün finans ahlakının bir örneği olarak gösterilemez.

Halka açık bir şirket hakkında henüz kamuoyuna duyurulmamış bir bilgiye sahip bir şirket çalışanı veya yönetim kurulu üyesi veya bunlardan bilgi almış başka bir kişi, bu şirketin hisse senetlerinin alım-satımını kamuoyuna duyurmadan yaparsa içeriden bilgiye dayalı ticaret (insider trading) yapmış olur ve bu genel olarak yasa dışıdır.

Gayrimenkul, taşıt, beyaz eşya gibi yüksek tutarlı alımlarda sıklıkla satıcılar %0 faizle taksit yaptıklarını öne sürerek iddialı reklamlar yayınlarlar. Bunun anlamı şudur: Satıcı müşteriye sattığı gayrimenkulü/ürünü peşin fiyatına taksitle satmaktadır. Bu iddia çoğu zaman doğru değildir çünkü faizin finansal piyasaların merkezinde olduğu bir sistemde peşin fiyatına taksitle satış yapan satıcı her ay faiz oranı kadar zarar etmektedir. Gerçekte olan şudur: Bir sebepten dolayı satış hacmini arttırmak isteyen firma önce fiyatında indirim yapmakta, sonra da taksitten kaynaklanan faizi bunun üzerine eklemekte ve bunun peşin fiyatına taksitli satış olduğunu iddia etmektedir. Ancak bazı istinai durumlarda satıcı gerçekten darboğazdadır ve her ne olursa olsun satış hacmini arttırmak zorundadır. Bu yüzden gerçekten %0 faizle taksitli satış yapar ve bir miktar zarar eder (ya da kârı azalır). Böyle istisnai durumlarda dışında, %0 faizle taksit iddiası en azından çarpıtma olarak adlandırılabilir ve dolayısıyla ahlaklı bir davranış değildir.

Finansal Piyasalarda İş Ahlakı

Halka açık bir şirket hakkında henüz kamuoyuna duyurulmamış bir bilgiye sahip bir şirket çalışanı veya yönetim kurulu üyesi veya bunlardan bilgi almış başka bir kişi, bu şirketin hisse senetlerinin alım-satımını kamuoyuna duyurmadan yaparsa içeriden bilgiye dayalı ticaret (*insider trading*) yapmış olur ve bu genel olarak yasa dışıdır. Ancak bu suçu tesbit etmek çok zordur. Üstelik bunun suç olduğuna ilişkin farkındalık ülkemizde finansal piyasaları gelişmiş olan ülkelerdeki kadar değildir. Onun için de o ülkelerde olduğundan daha sık işlenen bir suç olması ihtimali yüksektir. İçeriden bilgiye dayalı ticaretin suç olmasının sebebi şudur: Bir şirket halka arz edildiği zaman o şirketin hisse senetlerini alan herkes şirketin ortağı hâline gelir. Bir şirket çalışanı içeriden bilgiye dayalı hisse senedi alımı yaptığı zaman, işvereninin ona emanet ettiği iş dolayısıyla edindiği bilgi avantajını kullanarak, şirketin ortaklarından birini veya birkaçını, yani işverenlerinin bir kısmını zarara uğratmış olur. İçeriden bilgiye dayalı hisse senedi satımı yaptığı zaman da bilgi açısından eşit şartlarda alım-satımı ilgili devlet kurumunun sağladığını düşünen bir yatırımcıyı aldatmış olur. Dolayısıyla ahlaki yönden yanlıştır. Yönetim kurulu üyeleri de benzer durumdadır; içeriden bilgiye dayalı ticaret yaptıkları zaman güveni kötüye kullanmış olacaklardır. Kısaca söylemek gerekirse içeriden bilgiye dayalı ticaret, emanete hıyanet etmeye benzer.

İçerden bilgiye dayalı ticaret, emanete hıyanet etmeye benzer.

Halka açık şirketlerin satın alınmasında sıkça karşılaşılan bir durum, satın alınmak istenen şirketin (hedef şirket) yöneticilerinin satın alma girişimine direnmesidir. Satın almak isteyen şirket hedef şirketin toplam piyasa değerinin üstünde bir teklif verse de hedef şirketin yöneticileri bu teklifin şirketin değerini yansıtmadığını, şirketin hisselerini piyasada olması gerektiğinden -her nasılsa- düşük fiyata alınıp satıldığını iddia ederler. Diğer taraftan, hedef şirket satın alındığında büyük ihtimalle bütün üst düzey yöneticiler işlerini kaybedeceklerdir ve bir daha böyle iyi işler bulmaları kolay olmayacaktır. Böyle durumlarda hedef şirketin yöneticileri kendi menfaatlerini gözettikleri için satın almaya direniyor olabilirler. Olayın finansal yönünü biraz daha incelersek, muhtemelen üst düzey yöneticiler hedef şirketi iyi yönetemedikleri için şirketin değerinin düştüğü ve şirketin satın alma hedefi hâline geldiği sonucuna varabiliriz. Durum böyleyse yöneticiler hem şirketi yönetmede başarısız olup ortaklara zarar ettirmiş hem de şirketin satılıp zararın büyümesinin önüne geçilmesini engellemiş olurlar. Bu da ahlaklı bir davranış olmaktan uzaktır.

2007-2009 yılları arasında küresel bir finans krizi yaşandı. Bu kriz çok şiddetli ve çok uzun süreli olduğu için zamanla küresel bir ekonomik krize dönüştü. Her ne kadar finansal kriz (2017 yılında) büyük ölçüde aşılmış ise de sebep olduğu ekonomik kriz dünya ekonomisini "yeni normal" denilen, uzun süreli bir görece durgunluk dönemine itti. *Yeni normal* dönemde, kriz öncesine göre daha düşük hızla büyümek zorunda olan bir küresel ekonominin içindeyiz. Bu krizlerin önemli makroekonomik sebepleri arasında, *(i)* küresel ekonominin ağırlık merkezinin yer değişmesi, *(ii)* en büyük ekonomik güce sahip oyuncuların bu güçlerini sürdürülebilir olanın ötesinde avantaj sağlamak için kullanmaları gösterilebilir. Ancak finansal krizin mikroekonomik sebeplerinin en önemlisi kanaatimizce finans alanındaki iş ahlakının zayıf olmasıdır. Finans kuramının ve uygulamasının en önemli ilkelerinden biri, risk-getiri ödünleşmesidir. Bu ilkeye göre, yatırımcı uzun yıllar içinde yüksek getiri ortalaması elde etmek istiyorsa yüksek risk almalıdır. Diğer bir değişle, fazla risk almak istemeyen yatırımcı, uzun vadede düşük getiri ortalamasına razı olmalıdır. Herkesin finans konusunda uzman olması mümkün olmadığı ve işlem maliyetlerini makul düzeye indirmek için ölçek ekonomisi gerekli olduğu için, birçok yatırımcının tasarrufunu bir araya toplayan büyük finansal kurumlara ihtiyaç vardır. Ahlaki zaafların olmadığı durumda finansal kurum yöneticilerinin, tasarruf sahiplerinin paralarını, kendi paraları gibi yönetmeleri beklenir. Bu durumda, yatırımcıların tasarrufları kendi istedikleri ortalama getiri düzeyi (ve dolayısıyla risk düzeyi) ile uyumlu finansal yatırım araçlarında değerlendirilir ve yatırımcılar zarara uğramazlar. Ancak bu ideal bir durumdur ve 2007-2009 finansal krizinin çıkışında finansal kurumların teşvik sistemlerinin çarpıklığı ve yöneticilerinin iş ahlakı zaafları önemli rol oynamıştır. Bu kurumların yönettiği paranın kazandığı getiriye göre prim alan orta ve üst düzey yöneticiler, kurum

Tasarruf sahiplerinin parasını yönetirken aldıkları risk, maalesef kendi paralarını yönetirken almak isteyecekleri risk seviyesinden çok daha yüksek olabilmekteydi. İşte 2007-2009 finansal krizinin başlıca sebeplerinden biri budur.

para kazandığı zaman para kazanıyor ancak kurum para kaybettiği zaman para kaybetmiyorlardı (primleri azalıyor ama şahsi servetlerinden bir eksilme olmuyordu). Yani bu yöneticilerin teşvik sistemleri, tasarruf sahiplerinin göz önünde bulundurmak zorunda olduğu risk-getiri ödünleşmesini yansıtmıyordu. Bu yüzden, tasarruf sahiplerinin parasını yönetirken aldıkları risk, maalesef kendi paralarını yönetirken almak isteyecekleri risk seviyesinden çok daha yüksek olabilmekteydi. İşte 2007-2009 finansal krizinin başlıca sebeplerinden biri budur.

Daha ayrıntılı şekilde anlatalım: Krize giden süreçte, ABD'de devlet politikaları insanların ev sahibi olmasını kolaylaştırma yönündeydi. Bunun bir parçası olarak geri ödemede güçlüğe düşme ihtimali oldukça yüksek birçok insana da mortgage kredisi (ipotekli borç) veriliyordu. Finans kurumları kredi için başvuranların geri ödeme gücüne sahip olup olmadığını dikkatli şekilde araştırmıyordu çünkü bu kredileri büyük bankalara kolayca satabiliyordu. Üstelik bu kredilerin verilebilmesi için çok yaygın şekilde yolsuzluk yapıldığı sıkça dile getirilen iddialar arasındaydı. Büyük bankalar satın aldıkları kredilerin güvenilirlik derecesinin dikkatlice araştırma ihtiyacı hissetmiyorlardı çünkü bu kredileri çeşitli getiri özelliklerine sahip olacak şekilde bölüp yeniden paketleyerek yatırım araçlarına dönüştürüyorlar ve yatırımcılara satıyorlardı. Kredi derecelendirme kuruluşları bu yatırım araçlarının risk derecelendirmesine gereken önemi göstermiyorlardı ve belki de bu yatırım araçlarının gerçek risk düzeyini bilen çok az sayıda kişi vardı. Bütün bunların olmasının sebebi ise siyasilerin ve bürokratların kısa vade için uzun vadeyi feda etme eğilimleri ve finans sektöründe çalışanların performansının çoğunlukla kısa vadeli başarı ölçütlerine göre değerlendirilmesi idi. Sektör çalışanlarından ahlaki sorumlulukları konusunda zaafı olanlar daha çok maddi kazanç sağlamak amacıyla mortgage kredisi piyasasındaki yanlış işleyişin failleri oluyorlardı. Bu süreç birkaç yıl devam etti. Geri ödeme gücü olmayan çok sayıda insanın kolay mortgage kredisi yoluyla konuta olan talebinden ve başka iktisadi sebeplerden dolayı konut fiyatları aşırı miktarda arttı. Geri ödemede zorluklar ve temerrütler başlayınca konut fiyatları hızla düşerek temerrütlerin daha da artmasına sebep oldu. Sonuçta finans sektörü milyonlarca ipotekli konutu haczetmek ve zararına satmak zorunda kaldı. Yukarıda bahsedilen paketlenmiş yatırım araçları bütün dünyadaki finansal kurumlara satıldığı ve küresel finans sisteminde karmaşık sigorta ve borç ilişkileri olduğu için bu zararlar dünya genelinde büyük bir finansal ve ardından iktisadi krize dönüştü. Bu küresel kriz yaklaşık son 70 yılın en büyük krizidir ve finans sektöründe bile bile yapılan çok sayıda sorumsuzluk ve sahtekârlığın bu krizde çok büyük payı olmuştur. Buna rağmen, Neil Irwin'in (2013) The

Washington Post gazetesindeki yazısına göre, dünyanın en büyük finansal kurumlarının birçoğunun bulunduğu, New York şehrinin Wall Street bölgesinde finansal kurumlardan hiçbirinin icra kurulu başkanı (genel müdür, CEO) hapse girmemiştir. Chris Isidore'un (2016) yazısına göre, yine 2007-2009 finansal kriziyle ilgili olarak sadece 35 bankacı hapse girmiştir.

Ortada kötü bir sonuç varsa birileri hapse girmeli şeklinde bir düşünceye sahip değiliz. Ancak bu kadar çok ve kasıtlı yanlışın ve yolsuzluğun yapılması sonucunda bu kadar büyük bir iktisadi kriz çıkıyorsa hiç kimsenin hapis cezasını hak eden bir şey yapmış olmaması çok muhtemel değildir. Buradan şu sonuç çıkarılabilir: Yanlış olan eylemler kanunlarla yasaklanmış eylemlerin çok ötesine geçmiştir ve kanunları çiğnemeden ahlaki değerleri çiğneyebilen finans sektörü çalışanları dünya çapında büyük zararlara yol açabilmektedir. Bu sebeple finans sektöründe ahlaki değerlerin benimsenmesinin çok önemli bir hâle geldiği görülmüştür.

Finansal Yönetimde İş Ahlakı

Aşağıda daha ayrıntılı açıklanacağı üzere, finans alanındaki çoğu bilim adamı ve meslek sahibi kişi tarafından kabul gören yaklaşım, şirket yöneticilerinin nihai hedefinin hissedarların servetini, yani şirketin piyasa değerini ençoklamak (azami hâle getirmek, maksimize etmek) olduğu yönündedir. Alternatif bir görüş de şirketin bütün paydaşların yani hissedarların, çalışanların, müşterilerin, tedarikçilerin, vergi geliri açısından devletin, çevrenin korunması açısından bütün toplumun vb. yararını gözetmesi gerektiğidir. Bu ikinci görüşe göre, örneğin şirket yöneticisi iş hacmi daraldığı için çalışanların bir kısmını işten çıkarmayı düşünüyorsa onların karşılacağı maddi sıkıntıları göz önüne alıp kararını gözden geçirmeli, şirket adına bir miktar maddi fedakârlığı da göze alarak işten çıkarmayı en aza indirmelidir. Bu davranış tarzını Türkiye'de iş dünyasında sık görmüyorsak da bize tamamen yabancı değildir çünkü çoğumuz böyle davranan yöneticiler veya iş sahipleri görmüş veya duymuşuzdur. Ancak kapitalizmin tamamen benimsendiği toplumlarda, örneğin ABD'de bu davranışa rastlamak çok zordur.

Finans alanındaki çoğu bilim adamı ve meslek sahibi kişi tarafından kabul gören yaklaşım, şirket yöneticilerinin nihai hedefinin hissedarların servetini, yani şirketin piyasa değerini ençoklamak (azami hâle getirmek, maksimize etmek) olduğu yönündedir.

Finansal raporlamanın ve bu raporların denetlenmesinin amacı firmanın mali performansını tarafsız ve doğru şekilde ilgililere sunmak olarak özetlenebilir. İlgililer, firmanın sahipleri (halka açık şirketlerde hisse senedi yatırımcıları), firmaya borç verenler, müşteriler, tedarikçiler, çalışanlar, devlet ve toplum olarak sayılabilir. Bu ilgililerden firma sahiplerinin beklentisi şirketin yüksek kâr elde etmesi ve bunu kâr payı olarak dağıtması ve/veya

bu kârın şirketi büyütmek ve piyasa değerini arttırmak için kullanılmasıdır. Bu beklentiyi karşılayarak maaş, teşvik primi gibi maddi getirilerini arttırmak isteyen yöneticiler, muhasebe kayıtlarıyla ilgili kendilerine kanunen verilen takdir yetkisini kullanarak şirketin mali sonuçlarını olduğundan daha iyi ve istikrarlı gösterebilirler. Buna kâr yönetimi denmektedir. Takdir yetkisinin kullanılmasında geniş bir gri alan olduğu ve insanların niyetini okumak mümkün olmadığı için, kâr yönetimi ustaca yapıldığı zaman anlamak ve ispatlamak çok zordur. Bunun için de yöneticilerin ahlaki yönden zaaf içinde olması durumunda kâr yönetimini engellemek neredeyse imkânsızdır.

Finans Ahlakı: Kuram ve Uygulama

Boatright'a (2010) göre, finansta ahlakın yerinin olamayacağını öne sürenler finansla ilgili kanun ve düzenlemelerin nasıl ortaya çıktığını göz ardı etmektedir. Bu kanun ve düzenlemelerin çoğunun asıl amacı finans piyasalarında ahlaki olmayan davranışların engellenmesidir. Bu kanunlar ve düzenlemeler uzun süredir yürürlükte olduğu için birçok finans sektörü çalışanı bunların asıl amacını fark edememekte ve finansta ahlakın yerinin olamayacağı şeklinde yanlış bir sonuca varmaktadır.

Finansta ahlakın yerinin olamayacağını öne sürenler finansla ilgili kanun ve düzenlemelerin nasıl ortaya çıktığını göz ardı etmektedir.

Kanaatimizce bu yanlışın sebeplerinden biri de finans piyasalarının ve yatırım araçlarının son 30 yılda çok daha karmaşık ve çeşitlilik arz eden bir hâle gelmesidir. Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkânların ve çoğu ülkenin küresel ekonomi dediğimiz büyük bir ekonomik sistemin parçaları hâline gelmesinin sonucu olan bu gelişme, hem kanun koyucuların yetişemeyeceği kadar hızlı olmuş hem de büyük resmi görmeyi zorlaştırmıştır. Bütün iktisadi etkinliklerde olduğu gibi, finans piyasalarında da temel gaye genel olarak maddi kazanımları mümkün olan en üst düzeye çıkarmaktır. Karmaşıklık, büyük resmi görmenin zorluğu, kanuni yaptırımların olmaması ve ahlaki değerler göz ardı edildiğinde kazanılabilecek paranın miktarı bazı insanları finansın ahlaki boyutunu görmezden gelmeye itmiş olabilir. Örnek vermek gerekirse finansal piyasaların en gelişkin olduğu ülkelerde, finans sektöründe üst düzey bir çalışan, şansı yaver giderse bir yılda kazandığı parayla ömür boyu rahat bir emeklilik hayatı yaşayabilir. Ahlaki kaygıları olmadığı takdirde bu kadar yüksek bir kazanca ulaşma şansını arttırabilir. Yukarıda bahsettiğimiz, 2001-2002 ve 2007-2009 yıllarında meydana gelen yolsuzlukların ve sorumsuz davranışların ortaya çıkan ayrıntıları bu görüşlerimizi destekler niteliktedir.

Ahlaki Olmayan Davranışın Sebepleri

Boatright'ın (2013) yararlandığı kaynaklara göre, ABD'de yapılan bir ankette çok iyi işletme eğitimi almış kişilerin birçoğu iş yerinde ahlaki olmayan yollardan iş yapmaları yönünde amirlerinden talimat aldıklarını veya kurumsal baskı hissettiklerini belirtmişler. Benzer bir ankete cevap verenlerin %40'ı ahlaki yönden sorunlu bir işi yaptıklarında ödüllendirildiklerini, %31'i ahlaki olmayan bir işi yapmayı reddettikleri için cezalandırıldıklarını ve %20'si de ahlaki olmayan bir işi yapmayı reddettikleri için ödüllendirildiklerini belirtmişler. Yazara göre, ahlaki olmayan işlerin yapılmasını isteyen amirler veya kurumlar, yozlaşmış olduklarından değil, ellerindeki işi bitirip teslim etmek istedikleri için böyle davranıyor olmalıdırlar. Bizce, bu açıklama pek haklı değildir çünkü sebebin masum olması yapılan işin yanlışlığını ortadan kaldırmaz. Üstelik böyle durumlarda sınırlar çok belirsiz olduğu için, sebebin masumiyeti de her an kaybolabilir.

Boatright (2013) ayrıca kurumsal kültürün de insanların ahlaki olmayan şekillerde iş yapmalarına sebep olabileceğini belirtmektedir. Buradaki etkeni yatılı okulda alt sınıfların üst sınıflardan gördükleri davranışları kendilerinden sonra gelenlere uygulamasına benzetebiliriz. Yalnız bu etken, amir baskısı veya kurumsal baskıdan farklı olarak, kişinin kendi benimsediği bir davranış tarzıdır ve mazur görülmesi de daha zordur.

Kurumsal kültür insanların ahlaki olmayan şekillerde iş yapmalarına sebep olabilir.

Boatright'ın (2013) örneklerle açıkladığı gibi, birçok durumda finansal suistimaller kurum bünyesindeki çalışanlardan bir veya birkaçının şahsi olarak itham edilemeyeceği şekilde olmaktadır. Finansal kurumlar genellikle binlerce kişinin çalıştığı büyük kurumlardır. Böyle kurumlarda karar alma mekanizmaları ve iş bölümü çok dağınık olabilmektedir. Böyle bir durumda hiçbir şahıs tek başına, ortaya çıktığında suistimal olarak adlandırılan olguyu planlamamış, hatta öngörememiş olabilir. Karar alma mekanizmaları, kurumu bu sonuca birçok küçük adımın sonunda taşımış olabilir.

Yine Boatright'a (2013) göre, bazı durumlarda ise teşvik sistemi suistimallere kapı açar. Teşvik sistemi, çalışanların ahlaki olmayan tarzda iş yapınca daha çok para kazanmalarını sağlıyorsa suistimaller şaşırtıcı olmayacaktır. Bunun bazı keskin örneklerini yukarıda verdik. Teşvik sistemi hatalarının en çok bilinenlerinden biri çıkar çatışmasıdır (*conflict of interest*). Bir firmanın veya firma çalışanının geliri, müşteriye verilen hizmette dürüstlükten sapılarak arttırılabiliyorsa bir çıkar çatışması var demektir. Bunun finans sektöründe sıkça karşılaşılan bir örneği, firmanın bir finansal yatırım aracının (hisse senedi, borç senedi vb.) ihraç edilmesinde görev üstlenmesi durumun-

Bazı durumlarda teşvik sistemi suistimallere kapı açar.

da söz konusu olabilir. Aynı firma diğer yandan da yatırım danışmanlığı hizmeti veriyorsa bu hizmeti satın alan müşterilere, ihraç edilen yatırım aracını olduğundan daha iyi gösterecek yanlı bilgiler sunabilir. Bu hareket, firmanın yatırım aracını satmasını kolaylaştırır ama danışmanlık verdiği müşteriyi bilerek zarara uğratmış olur. Böyle bir kasdın olduğunu tesbit etmek zordur; isbat etmek ise neredeyse imkânsızdır.

Finansta ahlaka ihtiyaç duyulmasındaki sebeplerden biri de finansal yeniliklerdir (*inovasyon*).

Boatright'a (2013) göre, finansta ahlaka ihtiyaç duyulmasındaki sebeplerden biri de finansal yeniliklerdir (*inovasyon*). Önce finansal yenilik deyince ne anlaşılması gerektiğine kısaca değinelim: Finansta yenilik yeni bir finansal ürün veya hizmettir. Mesela, kredi kartı ilk olarak bir ürün olarak sunulduğunda büyük bir yenilikti. Yine bugün çok alışılmış bir finansal ürün olan hisse senedi ilk defa ihraç edildiğinde büyük bir yenilikti. Bir finansal yenilik ilk çıktığında finansal piyasalarda sebep olacağı değişiklikler ve sonuçları genellikle çok iyi anlaşılamaz. Üstelik mevcut kurallar da böyle bir yeniliği öngörerek yazılmadığı için, yenilik denetim dışı kalabilir. Finansal kurumların ve/veya sektör çalışanlarının teşviklerini ve sorumluluklarını değiştirebilir. Tehlikeli sonuçları fark etmek zor olduğu için, bu tehlikelere aldırmayanları durdurmak zor olabilir.

Kanunlar, ahlaki değerlerin bir kısmını yaptırıma bağlarlar. Hayatın herhangi bir alanında ortaya çıkan yenilikler ve değişikler, ahlaki değerlerin yeni uygulama alanlarıdır.

Boatright'a (2013) göre kanunlar, ahlaki değerlerin bir kısmını yaptırıma bağlarlar. Hayatın herhangi bir alanında ortaya çıkan yenilikler ve değişikler, ahlaki değerlerin yeni uygulama alanlarıdır. Hukuki altyapısı sağlam olan ülkelerde, hukuk zaman içinde bu yeni uygulama alanlarını da kapsamak/yaptırıma bağlamak üzere genişler. Ancak her yeniliği yaptırıma bağlamak kolay değildir. Finans alanı için bu özellikle doğrudur çünkü mühendislik, hukuk, tıp, muhasebe alanlarının aksine çok çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır ve sürekli yenilikler olmaktadır. Ahlaki değerlerin yeniliklere uygulanması, hem kanunların bu yenilikleri kapsayabilmesi için bir çeşit ön şart/hazırlıktır hem de kanunlar yazılıncaya kadar davranışları düzenleyebilmek için tek çaredir.

Finans İçin Ahlak Çerçeveleri

Bu bölümde finans için iki farklı ahlak çerçevesi çizilecek ve bunlarla ilgili yorumlar yapılacak. Elbette finans ahlakı için başka çerçeveler ve kuramlar da bulunmaktadır. Buradaki amaç bütün kuramları kapsamak değil, örnek olarak iki ayrı çerçeve sunarak bu konu üzerinde değişik şekillerde düşünerek kuramlar geliştirilebileceğini göstermektir.

Dobson (1997) finansta ahlak konusunu erdem ahlakı çerçevesinde incelemektedir. Dobson'ın vardığı sonucu tek cümle ile ifade etmek istersek ahlak bir kısıt değil, işin iyi yapılabilmesi için bir gerekliliktir ve kişi belirli bazı kuralları takip ederek değil, her durumu ayrı ayrı muhakeme ederek bu gereği yerine getirmelidir.

Ahlak bir kısıt değil, işin iyi yapılabilmesi için bir gerekliliktir ve kişi belirli bazı kuralları takip ederek değil, her durumu ayrı ayrı muhakeme ederek bu gereği yerine getirmelidir.

Dobson (1997), kişinin ahlaki kararlar verirken kendini mesleğinden soyutlayıp bazı ahlak kurallarını mevcut duruma uygulaması şeklinde anlaşılan iş ahlakının kafa karıştırıcı olduğunu ve bu yüzden de sonuçlarının istenen şekilde gerçekleşmediğini belirtmektedir. Yazar bunun yerine kişileri esas alan, erdem ahlakı kuramına dayanan bir yaklaşımı tavsiye etmektedir. Bu yaklaşım, ahlaki mükemmellik yoluyla mutluluğa ve insanlığın gelişmesine dayanır. Yazara göre, iş ahlakı bağlamında bu yaklaşımın dört özelliği vardır:

i. İş ahlakı karar alma süreçlerine dâhil edilen bir kısıt olarak değil; insanın içinde olan erdemlerden kaynaklanan bir etken olarak görülür ve bundan dolayı mesleki kararların merkezinde yer alır.

ii. Kurumlar ve toplum erdemli davranışın önünü açan yapılar olmalıdır. Finansta iş ahlakı bağlamında düzenleyici kurumlar ve firmalar, erdemin ve ahlaki davranışın güçlendirildiği yerler olmalıdır.

iii. İnsanların iş yaparken karşılaşması muhtemel, ahlaki açıdan sorular içeren durumlar, yazılı kurallarla kapsanamayacak kadar çeşitli olacaktır. Bu yüzden, kuralları uygulamanın değil ahlaki muhakemenin (doğru düşünüp karar verme yetisi) esas olduğu bir ahlak eğitimi esas alınmalıdır. Bu eğitimi alan kişi karşılaştığı ahlaki soruları, kuralları uygulayarak değil kurallara dayalı muhakeme yeteneğiyle cevaplamalıdır.

iv. Erdem ahlakının hayata geçirilmesinde örnek kişiler çok önemlidir. Bu kişilerin ahlaki sorunlar içeren çeşitli durumlarda nasıl davrandığı kurum çalışanları tarafından görüldükçe ahlaklı davranış öğrenilebilir. Gerekliyse örnek kişilerin davranış tarzlarının diğer çalışanlara aktarılmasını sağlayan atölye çalışmaları da düzenlenerek kurum içinde ahlaklı davranış yaygınlaştırılmalıdır.

Dobson'a (1997) göre erdem ahlakını işler hâle getirmek için meslek sahiplerinin (profesyonellerin) yeniden eğitilmeleri gerekebilir. Bu eğitim, erdemin insanın içini daha iyi yapmak suretiyle kişisel çıkarlarına da hizmet edeceğini içermelidir. Yani kişisel çıkar ahlaki mükemmelliği de içerecek şekilde daha geniş olarak tanımlanmalıdır. Yazar böyle bir değerler sisteminin ilk başta ahlak kurallarıyla (*ethics code*) çalışanlara bildirilebileceğini, daha sonra

yukarıda belirtildiği gibi, kurumun erdemli davranışın benimsenmesinin önünü açması, ahlaki muhakemenin esas alınması ve kurumda örnek kişilerin bulunması yoluyla hayata geçirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu durumda en önemli görev kurumların üst düzey yöneticilerine düşmektedir çünkü onların onayı ve önderliği olmadan bahsedilenlerin yapılabilmesi çok zordur. Dobson (1997) bu eğitime örnek olarak Cummins Motor firmasında kurumsal sorumluluk müdürü olarak çalışmış olan Rion'ın (1982) bu konudaki tecrübelerini anlatmaktadır. Cummins Motor'da eğitimler üç aşamada gerçekleştirilmektedir: *(i)* Karar almada ahlakın öneminin anlaşılması, *(ii)* ahlaki sorunların çözümlenebilmesi için yollar geliştirilmesi, *(iii)* ahlaki sorunlar içeren senaryo çözümlemeleri. En dikkat çekici nokta, Rion'ın (1982), Cummins Motor'un ahlaki hedeflerine tam olarak ulaşamadığını ve ahlaki yönetimi uygulamadaki sık sık sorunlarla karşılaştıklarını itiraf etmesidir. Dobson (1997) bundan hareketle ahlaki muhakemenin kullanımı için sürekli eğitim gerektiği sonucuna varmaktadır.

Erdem ahlakının bir uygulaması olarak Graafland ve Van de Ven'in (2011) çalışmasından bahsedebiliriz. Yazarlar, bankaların ahlak kurallarını inceleyerek erdem ahlakı çerçevesinde banka çalışanları için erdem olarak kabul edilebilecek özelliklerin en önemlilerini üç başlık altında toplamakta ve 2007-2009 küresel finansal krizi bağlamında bankaların bu erdemlere sahip olup olmadığını sorgulamaktadırlar:

i. Şeffaflık: Şeffaflıkla ilgili bazı sorunlar olsa da genel olarak bankaların dürüst ve şeffaf olduğu sonucuna varmaktadırlar.

ii. Gerekli özen: Finansal ürünlerdeki hızlı yeniliklerin, küreselleşmenin ve bunların getirdiği karmaşıklığın sonucu olarak alınıp satılan finansal varlıkların içerdiği risk çoğu piyasa aktörü tarafından doğru anlaşılamamış, bankalar iş hacminin yüksek olması kendi maddi menfaatlerine uygun olduğu için bu konuda müşterilerini uyarmamışladır. Sonuç olarak bankalar görevlerine gerekli özeni göstermemiştir.

iii. Kaliteli ve isabetli uzmanlık: Finansal ürünlerdeki hızlı yeniliklerin, küreselleşmenin ve bunların getirdiği karmaşıklığın sonucu olarak, alınıp satılan finansal varlıkların içerdiği risk çoğu banka tarafından da doğru anlaşılamamış, üstelik bu anlama sorununu aşmak için gereken de yapılmamıştır. Yani bankalar kaliteli ve isabetli uzmanlık hizmeti verebilmek için gerekeni yapmamıştır.

Bizce bu üç erdemin/özelliğin, en azından finans sektör açısından, birbirinden bağımsız düşünülmesi mümkün değildir. Örneğin, bir sektör çalışanı yeterli uzmanlığa sahip değilse işine gerekli özeni gösteremez. Uzmanlığa sahip olmadığını firmanın müşterilerinden gizlediği zaman şeffaflık da ortadan kalkar. Benzer düşünceler yazarlar tarafından da belirtilmiştir.

Yazarlar bu en önemli saydıkları üç erdemin eksikliği dışında, açgözlülük, adaletsizlik, düşüncesizlik, tedbirsizlik ve kibri 2007-2009 küresel krizine sebep olan kusurlar arasında görmektedirler. Bunların yanında, düzenleme ve denetiminin yetersiz olmasının da erdemli davranışın gelişimini olumsuz etkileyeceği; 2007-2009 küresel krizinin sebeplerinden birinin de ABD dâhil olmak üzere finansal piyasaların düzenleme ve denetiminin yetersizliği olduğu sonucuna varılmaktadır.

Finans ahlakı çerçevelerine bir başka örnek olarak, Boatright'ın (2013) kurduğu ahlak çerçevesini özetleyebiliriz. Bu çerçevenin altı unsuru vardır. Bunlar;

i. Refah, yani kişinin yararına yapacağı işlerin başkalarına zarar vermemesi,

ii. Görev ve zorunluluklar, yani kişinin yapmak zorunda olduğu işler,

iii. Haklar, örneğin hissedar hakları, çalışan hakları, müşteri hakları,

iv. Adalet ve eşitlik, örneğin üst düzey yöneticilere sağlanan maddi imkânların adalet hissini zedeleyecek kadar yüksek olmaması, vergi sisteminin adil olması,

v. Dürüstlük, örneğin finansal işlemlerle ilgili verilmesi gereken bilginin doğru, eksiksiz ve anlaşılabilir olması,

vi. Haysiyet ve itibar, yani insanların aşağılanmaması, kullanılmaması, herhangi bir şeyi yapmaya zorlanmaması. Örneğin finansal kurum çalışanları müşterileri kurum amaçlarının gerçekleşmesi için araç olarak gördüğü zaman, müşterilerin haysiyetini gözetmemiş olurlar.

İnsanlar bir firma bünyesinde çalışmaya başladıklarında firmanın yaptığı işle ilgili bir rol almış olurlar ve kendilerini piyasadan (bu bağlamda finans piyasasından) çekmiş olurlar. Her ne kadar piyasada oyuncu (*aktör, economic agent*) olarak uymaları gereken ahlak kuralları varsa da firma bünyesinde çalışan kişiler aldıkları rolden dolayı başka ahlaki yükümlülüklerin de altına girmiş olurlar. Finans için piyasaların çok önemli rolü olduğu ve insanlar ya bireysel olarak ya da firmalar yoluyla alım-satımda bulundukları için Boatright (2013), ahlak çerçevesinde piyasaları ve firmaları da konumlandırmıştır. Yazar, piyasaların iki işlevine dikkat çekmektedir:

i. Refahı arttırma: Piyasalarda gönüllü olarak bir alışveriş gerçekleştiren taraflardan her biri için, alışveriş sonucunda elde ettiği mal veya hizmetin veya varlığın, en az bunların karşılığında verdiği mal veya hizmet veya varlık kadar (veya daha fazla) değerli olduğu bir gerçektir. Bu da toplumun refahını arttırır.

ii. Piyasaların, özgürlükleri güçlendirmesi: Piyasalar mülkiyet haklarının kullanılmasını ve dolayısıyla korunmasını ve güçlenmesini sağlar. Bu da insanların piyasalarda ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini sağlar. Yazar, pi-

yasaların, bireylerin devlet gücünü dengeleyecek güce ulaşabilmelerini sağladığını da belirtmektedir. Bu düşünceyi Batı'nın tarihinde önemli bir yeri olan feodal yönetimlere bağlayabiliriz. Bir çeşit küçük devlet diyebileceğimiz bu feodal yönetimler tarafından köylülerin (serf) birçok haklarının çiğnenmesine tepki olarak ortaya çıkan kendini devlete karşı koruma düşüncesi siyaset teorisinin de önemli yapıtaşları arasında yer almaktadır.

Boatright (2013), firmaların üzerinde kimlerin hak sahibi olduğunu açıklayan üç kuramdan bahsetmiştir:

i. Mülkiyet hakları kuramına göre; anonim şirket üzerinde sadece ortaklar (hissedarlar) hak sahibidir ve kendi aralarında anlaştıkları müddetçe, şirketi istedikleri gibi yönetirler.

ii. Sosyal kurum kuramına göre; anonim şirket kurma hakkı ortaklara devlet tarafından toplumsal fayda amaçlanarak verilen bir ayrıcalıktır ve dolayısıyla kamu da -resmen olmasa bile- gerçekte anonim şirketlerin paydaşıdır.

Günümüzde halka açık anonim şirketlerin ortak sayılarının çok fazla olması bu şirketler hakkında kimlerin söz sahibi olduğunu daha karmaşık hâle getirmektedir.

Günümüzde halka açık anonim şirketlerin ortak sayılarının çok fazla olması bu şirketler hakkında kimlerin söz sahibi olduğunu daha karmaşık hâle getirmektedir. Ülkemizde halka açık şirketlerin birçoğunda hâlen şirketi kuran kişinin veya onun çocuklarının ve torunlarının hisseleri ağırlıklı durumdadır ve dolayısıyla şirketler bu kişiler tarafından yönetilmektedir. Ancak özellikle mali piyasaları gelişmiş olan birçok ülkede halka açık şirketlerin çoğu binlerle ifade edilen ortak sayısına sahiptir ve bu ortaklar fiilen şirket yönetimi üzerinde çok az da olsa söz sahibidir. En büyük güç, şirketlerin üst yönetimlerini oluşturan profesyonel yöneticilerin elindedir. Ayrıca, mevcut hukuk sistemleri içinde ortaklar sahibi oldukları halka açık şirketlerin yaptığı her işten dolayı sorumlu değildirler. Dolayısıyla, şirketin sadece ortaklara ait olduğunu ve dolayısıyla şirketin sadece ortakların menfaatlerini gözetmesi gerektiği iddiası da güçlü desteğe sahip değildir. Bu durum, sosyal kurum kuramını destekleyerek, şirket yöneticilerinin sadece ortakların değil, diğer paydaşların da menfaatini düşünmesi gereken kişiler olarak algılanmasını getirmiştir.

iii. Öte yandan, bugünkü finans teorisi firmayı sözleşmeler ağının bir odağı gibi görmektedir. Sözleşmelerin tarafları firmaya sağladıkları sermaye karşılığında firmanın varlıkları üzerinde söz hakkı elde etmektedir. Bu yaklaşım firmayı ortakların özel mülkü olmaktan çıkarıp sözleşmelere taraf olan paydaşlara da haklar vermektedir.

Yukarıda belirtildiği gibi, değişik finans ahlakı kuramları vardır ve bu kuramların benimsemeyenler tarafından eleştirilmeleri doğaldır. Judy Zhu (2014)

bir makalesinde geleneksel finansın sadece tarafsız analiz içerdiği şeklindeki yaygın kabulü sorgulamakta ve geleneksel finansı, finans ahlakı kuramlarıyla ilişkisi yönünden eleştirmektedir. "Görünmez el"in piyasaları düzenlediği ve her bireyin kendi çıkarlarını ençokladığı (rasyonel davranış) varsayımlarından yola çıkan geleneksel iktisat yaklaşımının aslında normatif olduğunu, yani değer yargıları içerdiğini savunmaktadır. Gerçekten de bu konuda yazılmış birçok kaynak, insanlara bu geleneksel yaklaşımı tarafsız bir matematiksel gerçekler bütünü gibi öğretmek amacını taşıdığı izlenimini vermektedir. Finansı bu kaynaklardan öğrenen kişiler, öğrendiklerini iş dünyasında icra ederken, ahlaki kaygıları bir tarafa bırakmaları gerektiği düşüncesine kapılabilirler. Zhu'nun (2014) da ifade ettiği gibi, bu öğretim ve bilim yapma tarzı eleştirildiğinde iktisat ve finans teorileri üzerine çalışan çoğu kişi geleneksel yaklaşımın varsayımlarının basitleştirici varsayımlar olduklarını, yani sadece iktisadi olayları çözümlenebilecek kadar basite indirgeme amaçlı olup, bazı gerçekleri görmezden gelme amaçlı olmadıklarını söylerler. Geleneksel yaklaşımı savunmak için kullanılan bir başka sav da iktisadi modellerin bileşenleri itibarıyla değil, sonuçtaki tahminleri itibarıyla gerçek dünyaya yakın olmalarının değerli ve yararlı olduğudur. Zhu (2014) ayrıca, finans ahlakı ile uğraşan düşünür ve bilim adamları ile finans sektörü arasında arasında iletişim için gerekli konferans, kongre, yayınlar vb. kanallar mevcut olduğu hâlde düşünce ve eylem temelinde görülen kopukluğa dikkat çekmektedir. Son olarak Zhu (2014) yukarıdaki bahsedilen Boatright'a (2010) benzer şekilde, ahlak olmaksızın finansın var olamayacağını, temel ahlaki beklentiler finans sektörü tarafından büyük çoğunlukla karşılandığı için farkındalık olmadığını savunmaktadır.

Judy Zhu (2014) bir makalesinde geleneksel finansın sadece tarafsız analiz içerdiği şeklindeki yaygın kabulü sorgulamakta ve geleneksel finansı, finans ahlakı kuramlarıyla ilişkisi yönünden eleştirmektedir.

Finansı geleneksel kaynaklardan öğrenen kişiler, öğrendiklerini iş dünyasında icra ederken, ahlaki kaygıları bir tarafa bırakmaları gerektiği düşüncesine kapılabilirler.

Veriye Dayalı Saptamalar ve Uzman Görüşleri

Bu kuramsal altyapıdan sonra veriye dayalı bilimsel çalışmalara ve finans sektöründeki uzman ve uygulamacıların yorum ve önerilerine değinelim:

Ahlaki Değerler Güçlü Olduğu Zaman:

Verschoor (1998) en büyük 500 ABD firmasını incelemiş ve bunların %26,8'inin yıllık raporlarında paydaşlarına karşı ahlaki davranma sözü verdiğini veya mesleki ahlak kurallarına uyacaklarını belirttiklerini ve bu şirketlerin mali performansının diğerlerinden belirgin şekilde daha iyi olduğunu tesbit etmiştir.

Choi ve Jung (2008) Kore firmalarını ele alan çalışmalarında, firmaların ahlaki davranışa bağlılıklarıyla hisse senetlerinin piyasa değeri arasında olumlu bir bağıntı bulmuşlardır. Yazarlar ahlaki davranışa bağlılıkla mali performans arasında (muhasebe verilerinden elde edilen ve firmanın mevcut kârlılığını belirleyen ölçütler) böyle bir bağıntı bulamamışlardır. Ancak gelecekte yüksek mali performans göstermesi beklenen bir firmanın hisse senetlerinin fiyatının bugünden yükselme eğilimine girmesi, finans kuramı tarafından öngörülmekte ve piyasada da sıklıkla gözlemlenmektedir. Yazarlar bunu göz önüne alarak ahlaki davranışa bağlılığın uzun vadede mali performans ile de pozitif bir bağıntıya sahip olabileceği yönünde fikir belirtmişlerdir.

Knill'in (2013) bir ülkedeki ahlak algısı ile girişimcilerin başarısı arasındaki ilişki ile ilgili çalışması ahlakın önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın veriye dayalı sonuçlarını üç cümleyle özetleyebiliriz:

i. Ahlak düzeyi ile girişimcilerin firmalarının mali performansları arasında pozitif bağıntı vardır.

ii. Ahlak düzeyi daha yüksek olduğu zaman, firmasını büyütüp başarılı olan girişimcinin firmayı halka arz veya şirket satın alması yoluyla satarak başarısını paraya dönüştürebilme ihtimali artmaktadır.

iii. Halka arz edilen bir şirketin borsada işlem gördüğü fiyatın kısa sürede ilk halka arz fiyatının çok üzerine çıkması sık rastlanan bir olgudur. Bu durum, halka arzdan önce şirketin sahibi olan kişilerin şirketi değerinin altında sattığını gösterir. Çalışmada kullanılan veri, ahlak düzeyinin yüksek olmasının bu zararı arttırmadığına işaret etmektedir. En basit hâliyle ifade edersek satıcı dürüst davranması sebebiyle zarara uğramamıştır.

Türkiye'de borsanın toplam değeri (halka açık şirketlerin toplam piyasa değeri) ekonominin genel büyüklüğü yanında küçük kalmaktadır. Buna bağlı olarak, gayrimenkul yatırımının dışında yaygın olarak kullanılan bir uzun vadeli yatırım aracı bulunmamaktadır (Son yıllarda bireysel emeklilik fonları durumun değişmesi yönünde bir gelişme ise de henüz istenilen noktada değildir.). Knill'in (2013) çalışma sonuçları, Türkiye'de finansta ve genel olarak iş dünyasında ahlak düzeyinin yükselmesiyle girişimcilik alanında başarının ve dolayısıyla yatırım imkânlarının artacağına ve çeşitleneceğine işaret etmektedir.

O'Boyle, Rutherford ve Pollack (2010) aile şirketi verisiyle yaptıkları çalışmada aile şirketlerinin ahlaka daha çok önem verdikleri ve ahlaka önem vermenin de finansal performansı olumlu etkilediği sonuçlarına varmışlardır.

Öte yandan, Cowton (2004) İngiltere'deki bir yatırım fonunu ele alan örnek olay çalışmasında ahlaki yatırım kısıtlarının finansal performans üzerinde baskı oluşturduğunu tespit etmekle beraber, genel olarak ahlaki etkinlikle finansal performans arasında pozitif bir ilişki kurulabileceği sonucuna varmaktadır.

Jo ve Kim (2008), ikincil halka arz verisiyle yaptıkları çalışmada firmaların ahlaki davranışları ile kamuya yaptıkları bilgi açıklamaları arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin ikincil halka arz sonrası uzun vadedeki finansal performans üzerindeki etkisini incelemektedir. Yazarlar gayriahlaki kazanç yönetimi ile bilgi açıklaması arasında negatif bir ilişki, bilgi açıklaması ile ikincil halka arz sonrası finansal performans arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmekte; bu tespiti sermaye piyasalarının ahlaki finansal raporlamaya ve sosyal sorumluluk çabalarına değer verdiği şeklinde yorumlamaktadır.

Yasal Düzenlemeler ve İktisadi Sistem Ahlaki Değerlerdeki Zayıflamayı Telafi Edebilir mi?

Mele, Rosanas ve Fontrodona'nın (2016) editör takdiminde finans ve muhasebe ile ahlak arasındaki ilişkilere dair çeşitli konulara değindiği *Journal of Business Ethics* dergisinin özel sayısı, finans ve muhasebe alanlarında ahlakla ilgili makalelere ayrılmıştır. Firmaların mali performansının ölçülmesine, finans ve muhasebede gözlemlenen yanlış davranışlara, bu alanlardaki profesyonelliğe (mesleğe önem verme), sorumlu yatırıma ve şirketlerin mali raporlamalarına ve bu konulardaki sorunlarla ahlaki davranış arasındaki ilişkilere değinilmiştir. Sorunların çözülmesinde ahlakın öneminden bahsedilmekle birlikte, ahlaki sorumluluğun insanlara nasıl kazandırılacağına dair birkaç teşvik tedbirinden ve cezai yaptırımdan başka bir şeye değinilmemiştir. Hâlbuki bu tür tedbirler şimdiye kadar da vardı ancak finans ve muhasebe ile ilgili ahlak dışı davranışların sebep olduğu sorunları engelleyememişti. Üstelik takdim yazısında 2007-2009 krizinden de bahsedilmiştir ve özel sayıyı çıkarmaya iten sebebin bu olduğu anlaşılmaktadır.

Arestis, Charles ve Fontana'nın (2015), *Review of Social Economy* dergisinin "Ahlak, Küresel Finans ve Büyük Durgunluk" üzerine özel sayısına giriş makalesi olarak kaleme aldıkları makalede özetlenen çalışmalardan birinde, neoklasik iktisadın çok önemli kavramlarından ve sonuçlarından bazılarına değinilerek, varsayımlarda yanlışlık olduğu için sonuçların da yanlış olduğu öne sürülüyor. Sonuç olarak, neoklasik iktisadın genel olarak öngördüğünün aksine, piyasa mekanizmasının toplumun refahını arttırmasının her zaman mümkün olmadığı belirtiliyor. Bahsedilen diğer iki çalışmada, eldeki verilere dayanılarak yukarıdakilerle uyumlu sonuçlara ulaşılıyor: ABD'de düşük ve orta gelir düzeyindeki insanlardan eğitim düzeyi düşük olanlar 2007-2009 krizi sırasında konut fiyatlarının düşmesinden ciddi şekilde etkilenmişler ve yine ABD'de toplumun zayıf kesimlerinin durumu 2007-2009 krizinden sonra daha kötüye gitmiştir. İlgi çekici olan bir başka şey ise bu tanıtım makalesinin başlığında ahlak kelimesi geçiyor olmasına rağmen, 4 sayfalık metinde ahlak kelimesinin sadece bir kez geçiyor olmasıdır.

Batılı finans çevrelerinin finansa ahlak bağlamında bakışındaki en önemli eksiklik, ahlakın yaptırımının ne olacağı konusunda hemen hemen hiçbir şey söyleyememeleridir.

Batılı finans çevrelerinin finansa ahlak bağlamında bakışındaki en önemli eksiklik, ahlakın yaptırımının ne olacağı konusunda hemen hemen hiçbir şey söyleyememeleridir. Ayrıca, maalesef "Ahlak olmazsa ekonomi çöker/yavaşlar/tıkanır; onun için ahlakı olan finans olmalı." düşüncesi sürekli karşımıza çıkmaktadır. Benzer düşünce tarzı, mikroekononomik düzeyde de ortaya çıkmaktadır: "Ahlaklı olursanız, müşterileriniz size güvenir, daha çok para kazanırsınız." gibi… Bu araçsallaştırma yine yaptırım eksikliğine işaret etmektedir.

Hatta bazı yazarlar genel olarak finansın ahlakı bulunduğunu öne sürmektedirler. Bu iddiaya destek olarak da "Finansın ahlakı olmasaydı, büyük finans skandalları ortaya çıktığında toplumda büyük bir şaşkınlık ve kızgınlıkla karşılanmazlardı." şeklinde özetlenebilecek bir açıklama getirmektedirler. Hâlbuki bize göre finans yolsuzluklarının gelişmiş ülkelerde şimdi olduğundan daha yaygın olmamasındaki en büyük pay, kanunların uygulanmasındaki özen ve cezaların caydırıcı olmasıdır. Mali yolsuzlukların engellenmesi sadece kişilerin ahlaki olgunluğuna kalmış olsa durum şimdikinden çok daha kötü olurdu. Bunun sebebi insanların çoğunun mali yolsuzluğa yatkın olması değildir. Muhtemel bir sebep, yatkınlığı olanların yolsuzluk yapıldığında elde edilecek maddi menfaatin büyüklüğüne bakarak finans sektöründe yükselmek için daha istekli olmaları olabilir. Nitekim büyük çaplı mali yolsuzluklarda çoğunlukla en üst düzeydeki firma yöneticileri ya başrollerde ya da yapılmakta olan yolsuzluğa göz yummuş olabilmektedir.

Avrupa Merkez Bankası Denetleme Kurulu üyesi Ignazio Angeloni (2014) bir konferansta yaptığı konuşmada 2007-2009 krizinden sonra finansal sisteme olan güvenin yeniden tesis edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bunu yaparken sadece kurallara uyumun sağlanmasının yeterli olmayacağını, ahlaklı davranışın da şart olduğunu ifade etmektedir. Angeloni kurallara uymaktan kuralların şekline (lafzına) uymayı, ahlaklı davranmaktan da kuralların ruhuna (özüne, ortaya çıkma sebebine) uygun davranmayı kastetmektedir.

Angeloni birçok kurumun ahlak kurallarının (etik kod) çok genel ve soyut olduğunu, bu yüzden de günlük faaliyetlere uygulanmasının çok iyi olmadığını belirtmektedir. Buna ek olarak şirketlerde ahlak dışı ve hileli işlerde genel olarak iki davranışın etkili olduğunu savunmaktadır:

i. Aslında iyi olmadığını bildiği bir işi yaparken "Herkes böyle yapıyor.", "Burada işler böyle yürür.", "Kimseye bir zararı yok ve kimse de farketmez.", "İşler yürüdüğüne göre fazla kurcalamaya gerek yok." gibi gerekçelerle yaptığı işi haklı çıkarmaya çalışmak.

ii. Yapılan işin iyi olmadığını bildiği için, bu işin başkaları tarafından farkedilmesini engellemek.

Angeloni bu tür yanlış davranışları engellemek için çalışanların "Söz verdiğin işi mi yapıyorsun?", "Bilgini kullanarak ve iyi niyetle mi yapıyorsun?", "Diğer insanlar bu yaptığını bilse, yine de yapar mıydın?" gibi somut sorularla amirleri tarafından yüzleştirilmeleri gerektiğini belirtmektedir.

Finansal piyasaların ve kurumların denetlenmesi açısından bu kadar önemli bir mevkide bulunan birinin finans ahlakı konusundaki fikirleri elbette çok önemlidir. Angeloni, kuralların ruhuna uygun davranmak olarak tanımladığı ahlakın gerekliliğini vurgulamakta ve bunu sağlamanın bir yolunu önermektedir. Önerdiği yol bizce çok etkin bir yol değildir çünkü finans ahlakı ile ilgili diğer birçok kaynakta olduğu gibi, kuralların yetersizliğinden bahsederken yeni kurallarla sorunu çözmeye çalışmaktadır.

Larry Alton (2015) kaleme aldığı bir yazısında Notre Dame Üniversitesi ve Labaton Sucharow LLP adlı hukuk şirketi tarafından hazırlanan bir rapora yer vermektedir. Rapor için toplanan anket verisi, ABD ve Birleşik Krallık'ta çalışan, yatırım bankacılarından yatırım yöneticilerine, genç finans uzmanlarından kıdemli yöneticilere, San Franscisco'dan İskoçya'ya uzanan geniş bir çeşitliliğe sahip, 1200 kişilik bir örneklem oluşturmaktadır ve finans sektöründe iş ahlakının iyiye gitmediğine işaret etmektedir. Bu anketten çarpıcı bazı sonuçlara göz atalım: Ankete cevap verenlerin dörtte biri, tutuklanma ihtimalleri yoksa ve 10 milyon ABD doları kazanacakları kesin ise içeriden bilgiye dayalı ticaret yapacaklarını belirtmişlerdir. Ankete cevap verenlerin %27'den fazlası, finansal hizmet sektörünün müşteri çıkarlarını birinci öncelik olarak görmediğini düşünmektedir. Ayrıca rapora göre, finansal kurumlarda yapılan ahlak dışı ve yanlış işleri kurum çalışanlarının ihbar etmesi önemlidir ve düzenleyici otoriteler de ihbar etmeyi zorlaştırıcı şirket politikalarını engellemeye çalışmaktadır.

Alton (2015) finans sektöründeki iş ahlakı sorununu çözmenin köklü bir zihniyet dönüşümü gerektirdiğini, düzenleyici otoritelerin, şirketlerin, çalışanların ve müşterilerin gayret göstermesi gerektiğini, genç sektör çalışanlarının yeni ve doğru bir yaklaşımla yola koyulup sektörün üst düzey yöneticileri olmalarına kadar sürecek uzun bir yolculuk olacağını ifade etmektedir. Ancak yazar iyimser değildir; geçmiş tecrübelere bakınca bu dönüşümün mümkün olamayabileceğini de düşünmektedir.

Usman Hayat'ın (2015) ABD'de yatırım uzmanlarının (*profesyonel*) en itibarlı meslek örgütlerinden biri olan CFA Enstitüsünün bloğunda, John Hendry ile olan 24 Mart 2015 tarihli söyleşisinde, finans sektöründe ahlaki davranışı sağlamak için çarenin profesyonelleşmekte olduğu sonucuna varılmaktadır. Hendry, profesyonelleşmekten kasdının doktorların, avukatların, mühendislerin sahip olduğu meslek icra ve sorumluluk standartlarına benzer şekilde finans sektörü çalışanlarının uymaları gereken standartlar olduğunu belirtmektedir. Ancak önemli bir uyarıda bulunuyor. Böyle mesleki standartların

yazılı kurallardan ibaret olması durumunda çok faydalı olmayacağını, asıl önemli olanın finans sektörü çalışanlarının bu standartları üstlenmeleri olduğunu belirtiyor.

2014 yılında Londra'da düzenleyicileri, iktisatçıları, akademisyenleri, düşünce kuruluşlarından, bankalardan ve muhasebe firmalarından temsilcileri biraraya getiren bir yuvarlak masa toplantısındaki tartışmalar "Kültür mü, Düzenleme mi: Finansta Ahlakı İyileştirmek İçin Hangisi Gerekli?" başlıklı makalede özetlenmiştir (The Association of Chartered Certified Accountants [ACCA], 2014). Bu toplantıdan çıkan ana fikir; finansta ahlakın tesis edilmesi için yasal düzenlemelerin yanı sıra finansal kurumların kültürünün de içeriden değişmesi gerektiğidir.

Bu çözüm önerilerinde ortak bir görüş öne çıkmaktadır: Ahlaki değerler güçlü olduğunda yasal düzenlemeler daha etkin hâle gelecek, belki ahlaki değerler yasal düzenlemelerden daha etkili olabilecek; ahlaki değerler zayıf olduğunda ise yasal düzenlemelerin etkisi yaptırımlarının caydırıcılığı ile sınırlı kalacaktır. Esasen tıp alanında yanlış tedavi yapıldığında, mühendislikte ayrıntılı teknik şartnamelere uygunsuz iş yapıldığında dava açılması kanuni yaptırımlardır. Finans sektöründe ise ahlak dışı davranış, kasıtlı olması açısından, belki tıp alanındaki yanlış tedaviden ve mühendislikteki şartnameye uygun olmayan işten daha ağır cezayı hak etmektedir. Ne var ki, finans sektöründe böyle bir davranışın ispat edilmesi çok zor olduğu için, yaptırımın caydırıcılığı da daha az olmaktadır. Gelinen nokta yine ahlaki davranışı neyin sağlayacağı sorusudur.

Batı dünyasında son yıllarda yaygınlaşan, "sosyal sorumluluğa sahip yatırım" olarak Türkçeye çevirebileceğimiz yaklaşım, ahlaki değer odaklı olmasından dolayı İslami finansa benzetilebilir.

Batı dünyasında son yıllarda yaygınlaşan, "sosyal sorumluluğa sahip yatırım" olarak Türkçeye çevirebileceğimiz yaklaşım, ahlaki değer odaklı olmasından dolayı İslami finansa benzetilebilir. Bu yaklaşımın sürdürülebilir yatırım, toplumsal bilinçli yatırım, sorumlu yatırım, ahlaki yatırım, etki yatırımı olarak adlandırılan çeşitleri de vardır. Bunlardaki ortak anlayış, yapılacak yatırımın finansal getirisi yanında çevreyi koruyan şirketlere yatırım, geri kalmış bölgelerdeki şirketlere yatırım, kötü alışkanlıklarla ilgili faaliyeti olmayan şirketlere yatırım gibi toplumsal faydayı da gözetmesidir. Ayrıca, hissedar haklarının korunması, şirket yönetişimi, insan haklarının korunması gibi amaçları da bulunabilir.

Finans ahlakından İslami finansa geçilirken ikisi arasındaki bağlantı daha sıkı kurulur ve açıklanırsa metnin bütünlüğü ve iddiası açısından daha iyi olacaktır.

İslami Finans: Kuram

İslami finans dendiğinde akla ilk gelen çoğu zaman faizin olmadığı bir finans sistemidir. Bu görüş doğrudur ancak İslam dininin yasakladığı başka finansal işlemler de vardır. Bunların en önemlilerinden biri, aşırı derecede belirsizlik içeren sözleşmelerdir. Bu belirsizlik, sözleşme gereği ileriki bir tarihte taraflar arasında mülkiyeti değişecek olan varlıkların değerindeki belirsizliktir. Yasaklanan bir diğer işlem türü de kumara benzeyen, yine çok fazla belirsizlik içeren anlaşmalardır.

İslami finans dendiğinde akla ilk gelen çoğu zaman faizin olmadığı bir finans sistemidir. Bu görüş doğrudur ancak İslam dininin yasakladığı başka finansal işlemler de vardır.

İslami finans iş ahlakını en az iki yoldan güçlendirebilir: Bunlardan biri, İslam dini yasakladığı için kaçınılması gereken yukarıdaki işlem türlerinden şeklen değil, öz olarak uzak durulmasıdır. Diğeri ise bu yasaklar gibi somut davranış ve işlemler olarak ifade edilmesi güç olan, fakat İslam dininin hedeflediği ahlaki olgunlukların öğrenilmesi ve edinilmesi ile ilgili bulunan iyi ve kötü hareket tarzlarıdır. Aslında bu tür hareketleri, İslami finansı da içine alan İslam iktisadı çerçevesinde düşünmek daha anlamlı olur. Bu konuyu İslami finansla ilgili kuramsal çalışmaları olan Mehmet Asutay'ın çözümlemesini özetleyerek işleyeceğiz. Daha sonra da İslami finansın uygulanmasındaki sorunlara değinen çalışmalardan bahsedeceğiz.

Asutay'a (2013) göre, İslami finansı anlamak için İslami finans kurumlarının ahlaki temeli olan İslam iktisadının esaslarına da değinmek gerekir. Tek cümleyle, İslam iktisadı sosyal adaleti ve toplum yararını öne çıkarır.

İslam iktisadı sosyal adaleti ve toplum yararını öne çıkarır.

İslami finans kurumları hakkındaki eleştirilerin çok önemli bir kısmı, bunların ortaya çıkış sebebi olan İslami değerlerden uzaklaştıkları yönündedir. Dolayısıyla İslami finans kurumlarının sunacağı finans ahlakı çerçevesini anlayabilmek için İslam iktisadının çerçevesini özetleyeceğiz.

Asutay (2013) konuyla ilgili çalışmaları bulunan düşünür ve bilim adamlarından bazılarının yaptığı İslam iktisadı tanımlarını vermiştir. Bu tanımlar tek bir tanımda özetlenebilir: İslam iktisadı, İslam dininin esaslarına uygun olan adalet ve toplumsal refah amaçlanarak iktisadi kaynakların paylaşılmasını ve iktisadi faaliyetlerin yürümesini sağlayacak bilim dalıdır diyebiliriz.

İslam iktisadı, İslam dininin esaslarına uygun olan adalet ve toplumsal refah amaçlanarak iktisadi kaynakların paylaşılmasını ve iktisadi faaliyetlerin yürümesini sağlayacak bilim dalıdır.

Asutay'ın (2013) tespitine göre İslam iktisadının temel ilkeleri şunlardır:

i. Allah ve ahiret inancından dolayı, kişiler iktisadi faaliyetleri sadece kendilerini değil, diğer insanları da refaha kavuşturmak ve ahirette bunun karşılığını ummak üzere sürdürürler.

ii. Toplum, adaleti ve hayır faaliyetlerini gözeterek sosyal adaleti kurar. Bu ilke sadece aynı zaman diliminde yaşayan insanların birbirine karşı sorumluluğu değildir. Gelecek nesilleri düşünüp iktisadi kaynakları savurganca kullanmamayı da gerektirir.

iii. İlk iki ilkenin sonucu olarak, sosyal ve çevresel kaygıları gözeten, bütün paydaşların katılabildiği ölçülü bir iktisadi büyüme hedeflenir.

iv. Yukarıdaki üç ilkenin sonucu olarak, bütün paydaşların kendilerini geliştirebildiği (tekâmül edebildiği) bir toplumsal ve doğal ortam oluşturulur.

v. Bireylerin ve kamunun sahip olduğu bütün varlıklar beraberinde sosyal sorumluluk getirir.

vi. Bireylerin hür iradesi vardır ve iktisadi faaliyetlerinde bu hür iradeyi kullanırlar.

vii. İnsanların evrensel dayanışması, kaynakların sürdürülebilir kullanımı, mütevazı bir hayat tarzı ve günlük hayatı yaşayabilmek için gerekli özgürlükler hedeflenir.

viii. Yukarıdaki ilkelerin gayesi insanın mutluluğudur.

Asutay'a (2013) göre, İslam iktisadı;

i. Kişisel çıkarların bireylerin iktisadi faaliyetlerinde önemli bir motivasyon olduğunu kabul eder ancak kişinin arınma ve ibadet etme amaçlarını kişisel çıkarlar için ahlaki bir süzgeç olarak görür.

ii. Buna bağlı olarak bireylerin mülk edinme hakkını ve girişimde bulunma hakkını tanır ancak özel mülkün Allah (cc)'ın bir emaneti olduğu bilincini ahlaki bir süzgeç olarak görür.

iii. Yukarıdaki iki kabulü tamamlayıcı olarak da piyasaların iktisadi faaliyetlerdeki önemli rolünü kabul eder ancak toplumsal önceliklerin kâr ençoklama amacıyla bir arada gözetilerek piyasaların ahlaki bir süzgeçten geçeceğini öngörür.

Asutay'a (2013) göre, İslami finans denince ilk akla gelen çoğunlukla faizsiz bir finans sistemi olsa da İslami finans bundan ibaret olmayıp yukarıda özetlenen İslam iktisadı çerçevesinin bir parçasıdır. İslami finansın İslam iktisadı içindeki çerçevesi şu unsurlardan oluşur:

i. Faizli işlemlerden, spekülasyon içeren iktisadi faaliyetlerden, belirsizlik ve kumardan ve İslami değerlere ters olan mal ve hizmetlerin üretiminden uzak durmak gereklidir.

ii. İslami finans İslam ahlakı değerleri üzerinde inşa edilmiş olduğu için, yatırım yaparken ve fon sağlarken ahlaki davranmak da gereklidir. Bundan başka, risk paylaşımı, kâr-zarar ortaklığı ve fiziksel varlıklara dayalı yatırım

yoluyla reel ekonomi (mal ve hizmet üretimine dayalı ekonomi; finansal sektörün dışındaki ekonomi) vurgulanır. Fon kullanımı fiziksel varlıklara dayalı olacağı için tüketici borçlanması da sınırlanır.

iii. İslami finans piyasalara değil topluma hizmet amaçlı olduğu için, fakirlikle mücadele ve iktisadi kalkınma da onun parçalarıdır.

İslami Finans: Uygulama

İslami finansla ilgili buraya kadar anlatılanlar olması gerekenlerdir. Bir de uygulamanın nasıl olduğuna değinelim: Asutay'ın (2013) bahsettiği ve finans alanındaki birçok bilim adamı ve sektör çalışanının da katılacağı gibi, İslami bankacılık ve finansın bugün geldiği nokta geleneksel bankacılık ve finansa çok yakındır. Yatırım ve fon kullandırma konusunda arada fazla fark yoktur. İslami bankalar ve finans kurumları İslam iktisadı çerçevesinin nihai amacını (insanın mutluluğu) bir tarafa bırakmıştır ve çoğu durumda şekle öncelik vermektedir. Yine çoğu durumda geleneksel finansta kullanılan ürünlere çok benzeyen ürünler tasarlanmakta ve İslam hukukuna şeklen uygunluk sağlanmasıyla yetinilmektedir. Asutay'a (2013) göre sonuçta İslami finans iktisadi büyümeye katkı sağlasa da İslam iktisadının kalkınma amacının gerçekleşmesini sağlayamamıştır.

Usman Hayat, yine CFA Enstitüsünün bloğundaki 18 Şubat 2015 tarihli yazısında İslami finans kurumlarının bir eleştirisini yapmıştır. Hayat (2015b) konuyla ilgilenen bilim adamı, gazeteci ve yazarların eleştirel görüşlerini aktardıktan sonra şu gözlemi yapmaktadır: İslami finansın başarılı olduğunu söyleyenler ne kadar hızla büyüdüğüne veya (bizim de yukarıda özetlediğimiz) temel ilkelerinin geleneksel finansa üstünlüklerine vurgu yapmaktadır. Başarısız olduğunu söyleyenler ise İslami finansın temel ilkelerinin uygulamada hayata geçirilememesini, tam tersine İslami finansın geleneksel finansla çok benzeşmesini öne çıkarmaktadır. Hayat, İslami finansın geleneksel finans için tasarlanmış bir sistemin içine sığdırılmaya çalışılmasını bu benzeşmenin önemli bir sebebi olarak ortaya koymaktadır.

İslami finansın başarılı olduğunu söyleyenler ne kadar hızla büyüdüğüne veya (bizim de yukarıda özetlediğimiz) temel ilkelerinin geleneksel finansa üstünlüklerine vurgu yapmaktadır. Başarısız olduğunu söyleyenler ise İslami finansın temel ilkelerinin uygulamada hayata geçirilememesini, tam tersine İslami finansın geleneksel finansla çok benzeşmesini öne çıkarmaktadır.

Aslında bu eleştiriler de finansta ahlaki davranmanın zorluğuna işaret etmektedir. Temel ilkeleri çok az kimsenin itiraz edeceği kadar insanın mutluluğunu amaçlayan bir finans yaklaşımı bile, şekle bağlı kalmakla yetinildiği zaman özünden çok uzaklaşabilmektedir.

Parvez Ahmed (2014) İslami finans kurumlarının 2011 yılı sonu itibarıyla hızlı büyümüş olmalarına rağmen, artık bir duraklama sürecine girdiklerini belirtmektedir. Bu sonucu, şirket yönetişim modellerindeki belirsizliklere ve ahlaki ilkelerden uzaklaşmalarına bağlamaktadır. Yazar bunun sebebinin hem iktisadi anlamda verimliliği yakalamaya hem de İslam hukuku kurallarına uymaya çalışmaktan kaynaklandığını savunmakta ve çözüm olarak da İslam hukukunun asgari şartlarına değil daha yüksek amaçlarına uygun faaliyet yürütmeyi teklif etmektedir. Yazara göre bu hareket tarzı, İslami finans ile geleneksel finans arasında bir fark olmadığını düşünen potensiyel müşteri tabanını bu kurumlarla iş yapmaya ikna edecektir.

Christine Walsh (2007), İslami finansın, dinî ilkelerden alınan bir ahlak sistemine dayandığını belirtmektedir. Öte yandan, ABD'de 2002 yılında çıkarılan Sarbanes-Oxley yasasını firma yönetimi konusundaki sorunları çözmek için bir ahlaki iş modeli olarak yorumlamaktadır. Bu yasa, 2000-2002 yılları arasında büyük firmaların yaptığı yüksek tutarlı mali yolsuzluklar ortaya çıkınca, tepki olarak çıkarılmıştır. Yazar finans dünyasına ahlak kazandırmayı hedefleyen bu iki çaba arasındaki karşılaştırmasında, ilkeler ve kurallar temelinde bir ayırım yapmaktadır. İslami finans ahlakını ilkelerin şekillendirdiğini; ABD'de ise finans sektörünün kurallarla ahlaklı hâle getirilmeye çalışıldığını, bunun ise ilkeler kadar iyi sonuç vermediğini ve sektörün kurallara direnç gösterme eğiliminde olduğunu belirtmektedir.

Habib Ahmed (2011), İslami finans kurumlarının yaptıkları işlemlerin tek başına değerlendirilmeleri durumunda ahlaki olsalar bile topluma etkileri açısından ahlaki olarak sorunlu olabileceklerini belirtmektedir. Örnek olarak İslami kurallara uygun görülen, ancak özü itibarıyla borç alıp vermeye çok benzeyen işlemlerden bahsetmektedir. Yazar, hem borçlu olmanın İslami olarak tavsiye edilmeyen bir şey olduğunu gösteren deliller getirerek borçlanmanın kişiler için iyi bir şey olmadığını belirtmekte hem de çok sayıda kişi borçlandığı zaman toplumun borç stokunun, dolayısıyla finansal ve iktisadi krizlerin ortaya çıkma ihtimalinin artacağını ifade etmektedir. Yazar bu tür ahlaki sorunlara çözüm olarak düzenleyici ve denetleyici kurumların sadece kanunlara değil ahlaki kurallara da uygunluğu denetlemesini önermektedir.

Moghul ve Safar-Aly (2015) çevre koruma duyarlılığının zaten klasik İslam hukuku ve ahlakında mevcut olduğunu, bütün dünyada sürdürülebilir ve çevreci finansa yönelik yükselen bir ilgi varken, İslami finans çevrelerinin de bu duyarlılığa sahip çıkması gerektiğini belirtmektedir. Yazarlar, İslami finans sektörünün bunu yapmakla İslam hukukunda zaten var olan bir erdemi İslami finans uygulamalarının içine alarak ahlaki özüne yaklaşmış olacağı, bu arada da sosyal sorumluluğa sahip fonlarla güç birliği yaparak çevrenin korunmasına katkı sağlayacağı ve daha geniş bir pazara hitap ederek iş hacmini büyüteceği sonucuna varmaktadır.

Benzer şekilde, Nor (2012) sosyal sorumluluk kavramının zaten İslam iktisadında olduğunu, ancak İslami finans kurumlarının bu konuda geleneksel finans kurumlarından geride olduğunu ve bu farkın kapatılması gerektiğini belirtmektedir. Somut bir öneri olarak, sadaka ve zekât vermenin geleneksel yollardan değil, toplumsal gelişimi ve refahı arttıracak şekilde olmasını tavsiye etmektedir.

Pitluck (2008), finansal olmayan bir fon yatırım ölçütünün (Malezya'da İslam hukukunun, ABD'de sosyal sorumluluğun) nasıl olup da Malezya'da bu kadar popüler olduğunu ancak ABD'de olamadığını sorgulamaktadır. Çalışmanın verisi Malezya'da finans sektörü çalışanları ile yapılan etnografik görüşmelerdir. Malezya'da İslami fonların popüler olmasını toplumsal taleplere bağlı olarak oluşan denetleme kurumlarının finans piyasalarını şekillendirmesine bağlamaktadır. Yazara göre Malezya'da toplum, devleti İslami kurallara uyan halka açık şirketlerin fonlar tarafından tercih edilmesine sebep olacak yapı değişikliklerine itmektedir. Yazar İslami hukukuna uygunluk, sosyal sorumluluk gibi yatırım ölçütlerinin fon yöneticilerini kesin olarak kısıtlamaktan çok birer pazarlama aracı olduğu, bu hâliyle şirketlerin davranışlarını değiştiremeyeceği, ancak toplumsal talebin devleti etkilemesi sonucunda toplumsal yapılandırma (*social construction*) ile etkili olabileceğini öne sürmektedir.

Sonuç

İnsanlar veya kurumlar, aralarında çıkan anlaşmazlıkları hukuki yoldan çözmeye çalışırlar. Önce hukukçular (avukatlar) yoluyla bir ortak noktada buluşmaya gayret ederler. Bu olmazsa mahkemeye giderler. Mahkemede hâkim içtihatlara ve kanunları kendi yorumlamasına göre bir sonuca varır. Bahsi geçen türden anlaşmazlıklar çok sık ortaya çıkmadıkları için, avukatlar ve mahkemeler yoluyla giderilmeleri mümkündür. Ancak mali piyasalardaki işlemler için böyle bir anlaşmazlık çözüm yöntemi uygun değildir. Bunun en az dört sebebi vardır:

i. Kanun koyucu (Türkiye'de Türkiye Büyük Millet Meclisi) için öncelik dikkat ve yeterli bilgi ve delilin elde edilebilmesidir ancak iktisadi faaliyetlerde hızlı hareket etmek sonuç almak için daha önemlidir. Bu yüzden, anlaşmazlık çıkmasına sebep olacak ahlak dışı hareketler birçok iktisadi yararın elden kaçmasına sebep olabilir.

ii. Finansal ürünlerin ve hizmetlerin çeşidinin sürekli artması ve özelliklerinin sık sık değişmesi dolayısıyla kanun koyucu kurumların iktisadi gelişmeleri geriden takip etmesi neredeyse kaçınılmazdır. Bu durumda, henüz kanunlarla düzenlenmemiş bir faaliyet alanında iş yapan kişilerin ahlaki değerleri sağlam olursa ileride kanunla yasaklanması muhtemel (yani iyi olmayan) işleri yapmaktan uzak duracaklardır.

iii. Kanun koyucu hayatın her alanını kapsayacak kanunlar yapmaya ne kadar uğraşırsa uğraşsın, bir anlaşmazlık mahkemeye geldiğinde yine de bir insa-

nın (hâkimin) kanunları yorumlamasına ihtiyaç olmaktadır. Ahlaki değerleri sağlam bir finans sektörü çalışanı içinde bulunduğu duruma göre gerekli yorumlamayı en başta yaparsa anlaşmazlık çıkma ihtimali azalacaktır.

iv. Kanunların iktisadi hayatın gerisinde kalmadığı ve yoruma da gerek olmayan bir durumda bile, herkesi takip edecek kadar kolluk kuvveti olamayacağına göre, sağlam ahlaki değerleri olan biri yaptığı işte topluma zarar vermeyecektir.

Kısaca ifade edersek finans sektörü çalışanı elini vicdanına koyarak inisiyatif kullanmalıdır.

ÖRNEK OLAY

Erdemler A.Ş. 55 yıllık bir tekstil üreticisidir. Üç ortak tarafından kurulan Erdemler A.Ş., nesilden nesile ortak sayısının artması ve aralarındaki kişisel sorunların firmanın sürdürülebilirliğini tehdit eder hâle gelmesi sonucunda bir dönüm noktasına gelmiş, sonuçta ortaklar firmanın yönetimini tamamen profesyonellere bırakmaya karar vermişlerdir. Bu kararla birlikte, 5 yıl boyunca firmanın üretim müdürü olarak çalışmış olan Sercan Uyanık genel müdürlüğe getirilmiştir. İyi bir kimya mühendisi olan Sercan Uyanık bu yeni görevin kendine sağladığı yetkileri Erdemler A.Ş.'ye büyük bir atılım yaptıracak fırsat olarak kullanmış, yüksek teknolojiyi tekstil ürünlerinde kullanarak firmanın sektörde dikkat çeker hâle gelmesini sağlamıştır. Aldığı başarılı sonuçlar firmadaki konumunu daha da güçlendirmiş, üst düzey yönetim pozisyonlarına (üretim müdürü, pazarlama müdürü, finans müdürü vb.) gelecek kişileri Sercan Uyanık tek başına seçer hâle gelmiştir. Genel müdürlüğünün ilk yılında mali performans ve diğer teknik konularda son derece şeffaf ve tarafsız olan bilgi aktarımı, daha sonra bu özelliğini kaybetmeye başlamıştır. Ülke ve dünya ekonomisinin genişleme ve daralmalarından doğal olarak etkilenen, bunun yanında kendine has riskleri de olan firmanın faaliyetlerinde sürekli değişkenlik olduğu hâlde, gelir tabloları artık bu dalgalanmaları ve riskleri pek fazla yansıtmaz hâle gelmiş; firmanın ortaklarının firmanın performansı hakkında hep iyimser olmasını sağlayacak bir istikrara kavuşmuştur. Bu değişim Sercan Uyanık'ın Finans Müdürü olarak iş başına getirdiği, liseden arkadaşı Erol Uyar'ın yardımıyla olmuştur. Uyar, işlerin iyi olduğu dönemlerde elde edilen kârın bir kısmının, işlerin daha düşük seviyede olduğu diğer dönemlerde elde edilmiş gibi gösterilmesini sağlayan ama yasaların lafzına (sözüne) aykırı olmayan, masum(!) bazı muhasebe düzenlemeleri yaparak mali tablolarda istikrarlı bir performansın ortaya çıkmasını sağlamış, yani kâr yönetimi yapmıştır. Uyanık ve Uyar sonuçta firmayı (yani ortakları) zarara uğratmadıklarına, yalnızca elde edilen kârın zamanlamasını kâğıt üstünde değiştirdiklerine birbirlerini ikna etmişlerdir. Bu düzenlemeyi sürekli yaptıkları ve firma çok istikrarlı bir mali performans gösterdiği için, performansa dayalı olan yıl sonu primleri de zaman içinde oldukça yükselmiştir. Bu yüksek primler başta Uyanık ve Uyar'ın vicdanını rahatsız etmiş, ancak istikrarlı bir mali performans, satılması durumunda firmanın değerini yükselteceği ve dolayısıyla en çok ortakların işine yarayacağı için kısa sürede vicdanları rahatlamıştır.

Bu şekilde üç yıl kadar süre geçmişken, Genel Müdür Sercan Uyanık'ın kurduğu ARGE takımı, nanoteknoloji kullanımını da içeren, yeni ve piyasadaki benzerlerinden daha üstün bir ürün geliştirmişler; bu ürün sayesinde firmanın geleceği daha parlak hâle gelmiştir. Bu sırada, yukarıda bahsettiğimiz, Uyanık ve Uyar'ın kullanmaya alıştığı muhasebe düzenlemeleri (kâr yönetimi) devam etmektedir. İkili için her şey yolunda giderken, Türkiye'nin önde gelen bir sermaye gurubu olan Çelik Holding'in firmayı satın almak için firmanın ortaklarına oldukça yüksek bir rakam teklif ettiğini, ortakların bu rakamı az bulup sıkı bir pazarlığa giriştiğini ve fiyat konusunda anlaşma sağlanabilmesi durumunda satışın gerçekleşeceğini haber almışlardır. Bu, Uyanık ve Uyar için kötü haber demektir çünkü satılan bir firmanın üst yönetiminin değişmesi çok rastlanan bir durumdur ve tekrar böyle iyi birer iş bulmaları hiç kolay olmayacaktır. Finans Müdürü Erol Uyar'ın aklına bir fikir gelir. Nanoteknolojili yeni ürünün sağladığı kâr artışını mali tablolara olduğu gibi yansıtacaklar, tablolarda istikrara değil kâr artışının dikkat çekmesine önem verecekler, yani kâr yönetimi yapmayı bırakacaklardır. Yüksek kârı gören firma ortakları, firmanın satış fiyatı için yapılan pazarlıkta daha ısrarcı olacaklar ve büyük ihtimalle satış gerçekleşmeyecektir. Sercan Uyanık bu fikri hemen benimseyemez çünkü çifte standart içeren bir davranış tarzına benzemektedir. Fakat Erol Uyar, bunu yapmazlarsa firmanın değerinden düşük bir fiyatla satılabileceğini ve ortakların büyük zarara uğrayacağını söyleyerek Sercan Uyanık'ı kolayca ikna eder.

Finans Müdürü Uyar'ın planı işe yaramış, ortaklar önceden ısrarlı oldukları rakamın da üstünde bir fiyat isteyince Çelik Holding firmayı satın almaktan vazgeçmiştir. Artık Uyanık da Uyar da rahattır çünkü yüksek gelirli işlerini kaybetmekten kurtulmuşlardır. Bir yönetim kurulu toplantısı öncesi Genel Müdür Sercan Uyanık toplantıda sunulacak tabloları incelerken, Finans Müdürü Erol Uyar'ın firmanın satılmasını engellemek için vazgeçtikleri kâr yönetimi tarzına geri döndüğünü fark eder. Uyar'ı çağırıp bu durumdan memnun olmadığını, istikrarlı bir dönemden sonra, hızlı bir kâr artışının ve ardından tekrar istikrarlı bir dönemin dikkat ve şüphe çekeceğini, kâr yönetimi yapılmamış, performansı daha şeffaf olarak gösteren mali tablolar hazırlamasını söyler. Uyar inişli-çıkışlı bir görüntü veren firma performansının kendi gelirlerini olumsuz etkileyeceğini, hızlı kar artışının nanoteknolojili ürünün getirdiği hızlı satış artışı ile, kârın tekrar istikrarlı hâle gelmesinin ise piyasanın doyması ile açıklanabileceğini söyleyerek mali tablolarda değişiklik yapmayı reddeder. Genel Müdür başta bunu kabullenmekte zorlanır. Sonra, ortakların istikrarsız mali tablolardan rahatsız olup yıl sonu primini azaltması durumunda yıllar içinde iyice yükselmiş olan hayat standardının düşeceğini ve ailesinin mutsuz olacağını düşünür; istemeyerek de olsa mali tabloları ortaklara bu şekliyle sunmayı kabul eder.

Yönetim kurulu toplantısı sorunsuz geçmiş, ortaklar mali tablolar hakkında cevaplaması zor sorular sormamıştır. Sercan Uyanık rahatlamış olarak eve doğru yola çıkar. Yolda düşünür; genel müdür olarak yönetimi devraldığı güne göre çok daha varlıklıdır. Çok iyi bir kariyer de yapmıştır. Ama eskiden olduğu kadar huzurlu değildir. Üstelik sadece kendi değil birçok firma çalışanı da kâr yönetimi ile ilgili sürece en azından sessiz kalarak ortak olmuş, belki bir kısmı bunda bir yanlışlık olmadığını, aksine iş yapmanın usulü olduğunu düşünmeye başlamıştır. Eski Sercan olmak istese bile artık bu pek kolay olmayacaktır.

Kaynakça

Ahmed, H. (2011). *Defining ethics in Islamic finance: Looking beyond legality*. In 8th International Conference on Islamic Economics and Finance.

Ahmed, P. (2014). Corporate governance and ethics of Islamic finance institutions. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, *10*(1).

Alton, L. (2015, May 28). Report: 'Unethical behavior' continues to plague financial services industry. Retrieved May 16, 2017, from http://business-ethics.com/2015/05/28/0920-survey-unethical-behavior-continues-to-plague-financial-services-industry/.

Angeloni, I. (2014, September). *Ethics in finance: A banking supervisory perspective*. Conference on The New Financial Regulatory System: Challenges and Consequences for the Financial Sector. Venice. Retrieved May 16, 2017, from https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/speeches/date/2014/html/se140926.en.html.

Arestis, P., Charles, A., & Fontana, G. (2015). Introduction to the special issue on "ethics, global finance and the great recession". *Review of Social Economy*, *73*(4), 311-314. doi: 10.1080/00346764.2015.1100848

The Association of Chartered Certified Accountants. (2014). *Culture vs regulation: What is needed to improve ethics in finance?*

Asutay, M. (2013). Islamic moral economy as the foundation of Islamic finance. In V. Cattelan (Ed.), *Islamic finance in Europe: Towards a plural financial system*: Edward Elgar.

Boatright, J. R. (2010). *Finance ethics: Critical issues in theory and practice (1)*. Hoboken, US: Wiley.

Boatright, J. R. (2013). *Foundations of business ethics: Ethics in finance* (3rd ed.).: Wiley-Blackwell.

Choi, T. H., & Jung, J. (2008). Ethical commitment, financial performance, and valuation: An empirical investigation of Korean companies. *Journal of Business Ethics*, *81*, 447-463. doi: 10.1007/s10551-007-9506-1

Cowton, C. J. (2004). Managing financial performance at an ethical investment fund. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *17*(2), 249-275.

Dobson, J. (1997). Ethics in finance II. *Financial Analysts Journal*, *53*(1), 15-25.

Graafland, J. J., & Van de Ven, B. W. (2011). The credit crisis and the moral responsibility of professionals in finance. *Journal of Business Ethics*, *103*(4), 605-619. doi:10.1007/s10551-011-0883-0

Hayat, U. (2015a, March 24). *Ethics and finance: Candid Insights from John Hendry*. CFA Institute. Retrieved May 16, 2017, from https://blogs.cfainstitute.org/investor/2015/03/24/ethics-and-finance-candid-insights-from-john-hendry/.

Hayat, U. (2015b, February 18). *Is the Islamic Finance Industry a Success or Failure?* CFA Institute. Retrieved May 16, 2017, from https://blogs.cfainstitute.org/investor/2015/02/18/is-the-islamic-finance-industry-a-success-or-failure/.

Irwin, N. (2013, September 12). This is a complete list of Wall Street CEOs prosecuted for their role in the financial crisis. *The Washington Post*. Retrieved May 16, 2017, from https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2013/09/12/this-is-a-complete-list-of-wall-street-ceos-prosecuted-for-their-role-in-the-financial-crisis/?utm_term=.8a71ee593fc3.

Isidore, C. (2016, April 28). 35 bankers were sent to prison for financial crisis crimes. CNN. Retrieved May 16, 2017, from http://money.cnn.com/2016/04/28/news/companies/bankers-prison/.

Jo, H., & Kim, Y. (2008). Ethics and disclosure: A study of the financial performance of firms in the seasoned equity offerings market. *Journal of Business Ethics*, *80*, 855-878. doi:10.1007/s10551-007-9473-6

Knill, A. (2013). The value of country-level perceived ethics to entrepreneurs around the world. In R. Cressy, D. Cumming, & C. Mallin (Eds.), *Entrepreneurship, finance, governance and ethics* (pp. 15-48).

Mele, D., Rosanas, J. M., & Fontrodona, J. (2016). Ethics in finance and accounting: Editorial introduction. *Journal of Business Ethics*, *140*(4), 609-613. doi:10.1007/s10551-016-3328-y

Moghul, U. F., & Safar-Aly, S. H. K. (2015). Green sukuk: The introduction of Islam's environmental ethics to contemporary Islamic finance. *The Georgetown Int'l Envtl. Law Review*, *27*(1), 1-60.

Nor, S. M. (2012). Integrating moral in a dynamic model of corporate social responsibility in Islamic economics and finance. *Asian and African Area Studies*, *11*(2), 137-150.

O'Boyle, E. H., Rutherford, M. W., & Pollack, J. M. (2010). Examining the relation between ethical focus and financial performance in family firms: An exploratory study. *Family Business Review*, *23*(4), 310-326. doi: 10.1177/0894486510375412

Pitluck, A. Z. (2008). Moral behavior in stock markets: Islamic finance and socially responsible investment. In K. E. Browne, & B. L. Milgram (Eds.), *Economics and morality: Anthropological approaches* (pp. 233-255). Lanham: AltaMira Press, Rowman & Littlefield Publishers.

Verschoor, C. C. (1998). A study of the link between a corporation's financial performance and its commitment to ethics. *Journal of Business Ethics*, *17*, 1509-1516.

Walsh, C. (2007). Ethics: Inherent in Islamic finance through shari'a law; resisted in American business despite Sarbanes-Oxley. *Fordham Journal of Corporate & Financial Law*, *12*(4), 752-777.

Zhu, J. (2014, August 11). *The Value of Financial Ethics, Part I*. Seven Pillars İnstitute. Retrieved May 16, 2017, from http://sevenpillarsinstitute.org/ethics-101/value-of-financial-ethics.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Angeloni, I. (2014, September). *Ethics in finance: A banking supervisory perspective*. Conference on The New Financial Regulatory System: Challenges and Consequences for the Financial Sector. Venice. Retrieved May 16, 2017, from https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/speeches/date/2014/html/se140926.en.html.

The Association of Chartered Certified Accountants. (2014). *Culture vs regulation: What is needed to improve ethics in finance?*

Asutay, M. (2013). Islamic moral economy as the foundation of Islamic finance. In V. Cattelan (Ed.), *Islamic finance in Europe: Towards a plural financial system*: Edward Elgar.

Boatright, J. R. (2010). *Finance ethics: Critical issues in theory and practice (1)*. Hoboken, US: Wiley.

Boatright, J. R. (2013). *Foundations of business ethics: Ethics in finance* (3rd ed.).: Wiley-Blackwell.

Hayat, U. (2015a, March 24). *Ethics and finance: Candid Insights from John Hendry*. CFA Institute. Retrieved May 16, 2017, from https://blogs.cfainstitute.org/investor/2015/03/24/ethics-and-finance-candid-insights-from-john-hendry/.

Hayat, U. (2015b, February 18). *Is the Islamic Finance Industry a Success or Failure?* CFA Institute. Retrieved May 16, 2017, from https://blogs.cfainstitute.org/investor/2015/02/18/is-the-islamic-finance-industry-a-success-or-failure/.

10

Kamu Yönetiminde Ahlak

Hamza Ateş

Tartışma Soruları

- Kamu kurumlarında çalışanları nasıl adlandırmalıyız? "Memur, kamu görevlisi ya da kamu hizmetçisi"?
- Toplum olarak yolsuzluğa *hâlâ* karşı mıyız?
- Ahlaklı olmayı öngören kurallar koymak ve memurlara ahlak sözleşmesi imzalatmak onları daha ahlaklı yapar mı?
- Farklı siyasi ve yönetsel kültürlerde farklı yönetsel etik tarzlar var mıdır?
- Az gelişmiş ülkelerde yoksulluk ve yolsuzluk eğilimleri arasında bir bağ var mıdır?
- Kamu hizmeti etiği adına politikacıların ve kamu yöneticilerinin özel hayatlarına müdahale edildiğini düşünüyor musunuz?

"İnsanları sadece ceza ile yönetirseniz, onlar bir daha yanlış yapmazlar; ancak şeref ve utanma duygusuna da sahip olmazlar. İnsanları erdemle ve etik kurallar ile idare ederseniz, o zaman onlar şeref ve utanma duygularına sahip olurlar, hem de doğruyu ve iyiyi yapmaya çalışırlar."

Konfüçyüs

Giriş

Kamu yönetimi, bir yönü ile kamu yararını gerçekleştirmeye çalışan yönetsel bir eylem alanı; diğer yönüyle bu eylem alanını kendisine inceleme nesnesi yapan bir bilim dalı (Dunsire, 1999, s. 360; Waldo, 1955, s. 3) olup temel varlık nedeni,"kamu yararını" gerçekleştirmektir. Kamu yararı ise (*public interest*) ise "kişilerin bireysel faydasından ziyade toplumun bütününün yarar ve çıkarını hedeflemek" olarak tanımlanabilir. Kamu görevlilerinin bu görevlerini yerine getirirken hukuki ve ahlaki bazı ilkelere bağlı kalmaları beklenir (Usta, 2010).

"Kamu görevlileri kamu adına, kamu yararı için, kamunun verdiği yetkilerle kamu gücünü kullanarak hizmet verirler. Kamu görevlilerinin, kamu yararı-

nı ön planda tutmadığı kendi şahsi çıkarlarını ön plana aldığı durumlarda, kamuda yozlaşmalar, suiistimaller ve yolsuzluklar olmaktadır. Tüm bunların sonucunda ise, kamu hizmeti iyi verilememekte, kıt olan kamu kaynakları etkili, ekonomik ve verimli kullanılamamakta, krizler, skandallar ortaya çıkmakta ve sonuçta vatandaşlarımızın devlete olan güveni azalmaktadır." (Karataş, 2013).

Kamu yönetiminde etik davranış ilkeleri ile varılmak veya elde edilmek istenen amaç, devlette ve toplumda yolsuzluğu ve genel olarak yozlaşmayı önlemek ve dürüstlüğü hâkim kılmaktır. Çünkü kamu hizmeti halkın kamu görevlilerine belirli bir amaç için kullanılmak üzere verdiği bir"emanet"tir.

Kamu yönetiminde etik davranış ilkeleri ile varılmak veya elde edilmek istenen amaç, devlette ve toplumda yolsuzluğu ve genel olarak yozlaşmayı önlemek ve dürüstlüğü hâkim kılmaktır. Çünkü kamu hizmeti halkın kamu görevlilerine belirli bir amaç için kullanılmak üzere verdiği bir"emanet"tir (Usta, 2010). Kamu görevlileri, bu emanetin bilincinde olarak kamu hizmetlerini etkin, verimli ve dürüst bir şekilde yürütmeli; görevlerini yerine getirirken ve takdir yetkilerini kullanırken mesleki etik ilke ve standartlara bağlı kalmalıdır.

Kamu yönetiminde etik/ahlak konusu, bir yönüyle kamu görevlilerinin kendilerine tevdi edilen emanetin gereği gibi kullanılması konusunda vatandaşların/halkın beklentilerini gereği gibi karşılamaları ve onların haklarını koruma yükümlülükleri ile ilgilidir. Halkın kamu yönetimi karşısındaki hakları (Eryılmaz, 2008) arasında şu hususlar öne çıkmaktadır:

i. Yönetimle ilgili bütün işlerinde yasalara uygun, adil, tarafsız, eşit ve sosyal adalete uygun muamele görmesi.

ii. Kamu yönetimi aleyhine dava açabilmesi.

iii. Ulusal ve yerel düzeyde yönetime katılabilmesi ve hesap sorabilmesi.

iv. Yönetimin işlemleri, faaliyetleri, politikaları ve kuralları hakkında bilgilendirilmesi (şeffaflık).

v. Maddi ve manevi varlığının gelişmesi için gerekli şartların hazırlanması.

vi. Hizmetlerin etkin, verimli, kaliteli ve ekonomik olarak yürütülmesi.

Kamu görevlilerinin uymaları gereken davranış kurallarının bir kısmı kanuni zorunluluk olarak belirlenip genel çerçevesi mevzuatla çizilirken, bir kısmı da ahlaki ilkeler olarak vicdani sorumluluklar olarak bırakılmıştır. Bazı durumlarda, yasalar ve diğer hukuki düzenlemeler, bir kurumda ortaya çıkan ahlak dışı davranışların tanımlanmasında yetersiz kalabilmektedir. Böylesi yasal boşlukların bulunduğu "gri alanlar"da, karşılaşılan ikilemlerin çözümünde kamu görevlilerine yardımcı olacak etik ilke ve standartlar, en az yasalar kadar önemlidir. Etik-hukuk ilişkisi, Şekil 1'de açıkça görülmektedir.

Şekil 1. Etik-Hukuk İlişkisi
Kaynak: Berkman (2009, s. 40).

Şekil 1'de I. ve IV. bölgeler görece daha sorunsuzdur, çünkü hukuki kurallar ile etik ilkeler daha uyumludur ve birbirlerini desteklemektedir. II. ve III. bölgelerde ise hukuki kural ve düzenlemeler ile etik ilkeler çelişmekte olup, kamu görevlileri etik ilkeler ile hukuki kurallar arasında tercihe zorlanmaktadır. Burada "yasal olmayan" ibaresinden kasıt, hem yasalara aykırı olan eylemleri hem de yasaların kapsamında bulunmayıp hakkında düzenleme olmayan eylemleri içermektedir. Çünkü, zaman zaman toplumda etik olarak kabul edilmeyen bazı eylemlerle ilgili yasalarca getirilmiş yaptırımlar bulunmayabilir. Hatta, her ne kadar demokratik esas ve teamüllere aykırı olsa da bazı durumlarda, toplumun etik/ahlaki değerleri yasa yapıcılar tarafından dikkate alınmayarak, bunların yasalar yoluyla değiştirilmesi de istenmektedir.

Özetle; hukuki kurallar ile etik ilkeler arasında uyumsuzluk varsa bunların giderilmesi gerekir. Etik ve hukuk arasındaki uyumsuzluk ne kadar azaltılırsa toplumsal yaşam ve iş yaşamı o kadar düzenli olacaktır. Öte yandan, kamu yönetiminde ahlak ilkelerine uyumun, büyük ölçüde birbirini besleyen ve etkileyen üç hususa bağlı olduğu kabul edilmektedir (Koçak ve Yüksel, 2010):

i. Kamu yönetimi sisteminin hızlı, etkin ve verimli işlemesi ve kamu görevlilerinin motivasyonlarının yüksek tutulması nedeniyle ahlak dışı eğilimler yoluyla iş yapma/yaptırmaya gerek kalmaması.

ii. Kamu hizmetlerinin alıcısı konumundaki vatandaşların, işlerini daha hızlı yaptırmak gibi bireysel amaçlarla kamu görevlilerine ahlak dışı taleplerde bulunmamaları ve onlardan gelecek talepleri kabul etmemeleri.

iii. Kamu görevlileri arasında kamu hizmetlerinin emanet olduğu bilincinin ve ahlaki erdemlerin yerleşmesi.

Kamu Yönetiminde Ahlaki İlke ve Değerlerin Önemi

Kamu yönetiminde etik/ahlak tartışmaları, devletlerin oluşmaya başladığı zamanlardan itibaren hep toplumların gündeminde olmuştur. Yolsuzluk ve kamu görevlilerinin diğer ahlak dışı davranışlarını önlemeye yönelik mevzuatlar, Hammurabi zamanından itibaren hep var olmuştur. Atina kent devletinde kamu görevlileri, işe başlamadan önce kamusal bilinç ile çalışarak, devleti kendilerine teslim edildiğinden daha da ileri götürme ve ahlak dışı yöntemlere sapmama konusunda yemin etmek zorundaydılar (Tablo 1).

Tablo 1.
Atina Vatandaşlarının Ettikleri Yemin Metni

- Ülkemizi hiçbir zaman korkaklık ve sahtekârlık eylemleriyle utandırmayacağız;
- Ordudaki arkadaşlarımızı yalnız bırakmayacak, ülkemizin kutsal emanetleri ve idealleri için hem yalnız hem de birlikte savaşacağız;
- Ülkemizin kanunlarına itaat edecek ve saygı göstereceğiz.
- Toplumda saygı ve hürmetin yerleşmesini sağlamak yolunda elimizden geleni yapacağız;
- Kamu hizmeti anlayışını daima, canlı tutmak için çabalayacağız;
- Böylece tüm bu yollarla bu ülkeyi, bize bırakıldığından daha az değil, daha iyi ve daha güzel bir şekilde bizden sonrakilere bırakacağız.

Kaynak: Taylor (1918, s.499).

Ancak, yine de tüm çabalara rağmen, Eski Yunan, Babil ve Roma gibi çeşitli antik devletlerde bazı kamu görevlilerinin yolsuzluk ve bazı diğer ahlak dışı davranışlarının gözlendiği bilinmektedir.

Kadim Türk-İslam devlet anlayışına göre, kamu yönetiminin başarısında ahlaki ilkelerin ve değerlerin büyük önemi vardır. Nitekim farklı dönemlerde eserler yazan bazı düşünürler, yöneticilerin görevlerini, onların özel ahlak ve inançlarından ayrı düşünmemişlerdir. Türk-İslam devlet yönetimi tarihinde önemli etkileri olan, Nizâmülmülk'ün *Siyasetname*'si, Koçibey'in *Risalesi*, Farabi'nin *Medînetü'l-Fâzıla*'sı (Erdemli Şehir), Yusuf Has Hacib'in *Kutadgu Bilig*'i gibi birçok eser iyi, sürdürülebilir ve toplumca kabul edilebilir bir kamu yönetiminin nasıl oluşturulabileceği konusuna yoğunlaşmaktadır. Bu eserlerin ortak özelliklerinden birisi, devlet yönetiminde en önemli değerlerden adalet ve ahlaklı yönetime yaptıkları vurgudur. Bu anlayışa göre mülkün yani devletin temeli adalet ve ahlak; devleti yıkan ise kötü yönetim, ahlaki olmayan davranışlar ve haksızlıktır. Kamu yönetiminde ahlakın tesisi, bireyden ve aileden başlar. Kamu yönetimlerinin hareket ettirici temel unsuru insan olduğuna göre, iyi ve adaletli bir insan, iyi ve adaletli bir yöneticiyi o da adaletli bir devlet anlayışını hayata geçirebilir.

Bu anlayışa göre mülkün yani devletin temeli adalet ve ahlak; devleti yıkan ise kötü yönetim, ahlaki olmayan davranışlar ve haksızlıktır. Kamu yönetiminde ahlakın tesisi, bireyden ve aileden başlar. Kamu yönetimlerinin hareket ettirici temel unsuru insan olduğuna göre, iyi ve adaletli bir insan, iyi ve adaletli bir yöneticiyi o da adaletli bir devlet anlayışını hayata geçirebilir.

Bu nedenle, kamu yönetiminde ahlakın geliştirilmesi ve benimsenmesi konusunda Türk-İslam devletlerinde de büyük çabalar sarf edilmiş, bu amaçla birçok idari düzenlemeler yapılarak kanun ve kurallar çıkarılmış, yolsuzlukları önleyip kamu yönetimi ahlakını korumak üzere birçok kurum kurulmuştur. Ancak, tüm bu çaba ve kurallara

rağmen kamu düzeninde etik dışı davranışların yaygın olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin, Divan şairi Fuzuli'nin "Selam verdim, rüşvet değildir deyü almadılar." dizeleri, rüşvet gibi etik dışı uygulamaların kamu düzeninde giderek yaygınlaştığını göstermektedir. Hatta, Osmanlı Devleti'nin çökmesinde kamu yönetimi ve yargıda rüşvet, yolsuzluk ve diğer ahlaksızlıkların yaygınlaşmasının önemli rolü olduğu iddia edilmektedir (Özdemir, 2008, s. 184-185).

Modern devletin oluşmaya başladığı 17. ve 18. yüzyıllardan itibaren Batı ülkelerinde bir kamu yönetimi ahlakı sisteminin geliştirilmesi, kamu görevlilerinin uymak zorunda oldukları ilkelerin ve davranış kurallarının belirlenmesi ve ahlaki değerlerin kamu görevlilerince benimsenmesinin sağlanması amacıyla birçok girişimler gözlenmiştir. Özellikle ABD'de kamu personel sisteminde spoil (*yağma*) sisteminden liyakat sistemine geçiş ile birlikte, kamu yönetimi etiğinin de personel sisteminin önemli bir parçası hâline geldiği görülmektedir. Özellikle geleneksel kamu yönetimi anlayışının yerini, yeni kamu işletmeciliği (*new public management*) yaklaşımına bıraktığı 1980'lerden bugüne, kamu yönetiminde etik ilke ve değerler ile şeffaflık ve hesap verebilirlik mekanizmalarının daha fazla önem kazandığı görülmektedir (Denhardt, 1989, Frederickson, 1993).

Kamu yönetiminde ahlakın son yıllarda toplum ve devlet tarafından giderek daha fazla önemsendiği görülmektedir. Bu durumun temel nedenleri olarak şu gelişmeler gösterilebilir (Aktan, 1999; Nohutçu, 2004; Saylı ve Uğurlu, 2007; Uzun, 2011):

i. Son 30-40 yılda küresel çapta yaşanan ekonomik yeniden yapılanmanın teknolojik, siyasal-sosyal gelişmeler ile birlikte birbirini etkileyerek yoğun bir değişim ortaya çıkarması ve bu değişimden etkilenen kamu yönetiminin de değer sistemleri ve ilkelerinde eksen kayması yaşanması.

ii. Toplumda kamu yönetimine ve kamu görevlilerine yönelik şüphe ve güvensizliğin artması.

iii. Son yıllarda sıkça yaşanan küresel krizleri besleyen siyasal, toplumsal ve ekonomik yapıdaki çöküntülerin nedenleri arasında evrensel düzeyde yozlaşma, ahlaki değerlerden uzaklaşmanın bulunduğunun anlaşılması.

iv. İletişim ve ulaşım teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak yolsuzluk, çürüme ve kamu personelinin etik dışı tutum ve davranışlarının kamuoyu tarafından daha kolay bilinebilir hâle gelmesi.

v. Yolsuzluğun küresel çapta ekonomik kalkınma çabaları için bir engel hâline gelmesi, fakir ülkelere yapılan kalkınma yardımlarının bir kısmının o ülkelerdeki bürokratik mekanizmaların iyi işlememesi ve siyasi/ idari makam sahipleri tarafından bireysel amaç ve yararları için kullanıldığının çeşitli araştırmalarla ortaya çıkmış olması.

vi. Ülke içinde yolsuzluk ve diğer etik dışı tutum ve davranışların, şirketler gibi ekonomik aktörlerin işletme maliyetlerini artırması ve ekonomik aktörler arasında rüşvet gibi etik dışı yollara başvurmadan kamu kurumlarında yeterince hızlı ve kaliteli iş yaptırmanın zor olduğuna dair inancın güçlenmesi.

vii. Eğitim seviyesindeki genel yükselmeye ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişip ahlaki yönetimin güçlendirilmesi amacıyla kullanılmasına paralel olarak, vatandaşlar arasında kamu yönetiminde ahlak bilincinin gelişmekte olması.

viii. Kamu yönetiminde güncel eğilim hâline gelen yeni kamu yönetimi (*new public management*) yaklaşımının, kamu kurumlarında sadece etkinlik, verimlilik ve tutumluluğu sağlamakla yetinmeyip vatandaş odaklılık, hesap verebilirlik ve etik yaklaşımı da amaçlamakta olması ve vatandaş odaklı yönetim ilkesinin gereği olarak vatandaşın kamu hizmetlerinin nesnesi olmaktan çıkarak öznesi olarak algılanmaya başlaması.

Kısaca, kamu yönetimine duyulan güvenin zedelenmesi, büyük ölçüde kamu hizmetlerinin üretimi ve sunumunda ahlaki yönetim eksikliğine bağlanmakta ve çözüm olarak da sadece kamu görevlilerinin bireysel olarak ahlaki davranmaları değil, kamu kurumlarında kurumsal ahlaki sistemin geliştirilmesini de içerecek şekilde bir kamu yönetimi ahlakı önerilmektedir. Günümüzde, pek çok ülkede ve uluslararası kuruluşlarda iyi yönetimin şartlarından ve göstergelerinden birisinin de kamu yönetiminde ahlak ilkelerine uyum olduğu kabul edilmektedir. Kathryn G. Denhardt'ın (1989, s. 187) ifade ettiği gibi, "*Kamu yöneticileri hala meslekleri-nin etik boyutunu kavrama çabası içinde olup bunun nedeni, konunun çok yeni olması değil; meslekleri ve devlet yönetimindeki rollerine ilişkin düşüncelerin son yıllarda büyük ölçüde değişmesidir*".

Kamu yönetimine duyulan güvenin zedelenmesi, büyük ölçüde kamu hizmetlerinin üretimi ve sunumunda ahlaki yönetim eksikliğine bağlanmakta ve çözüm olarak da sadece kamu görevlilerinin bireysel olarak ahlaki davranmaları değil, kamu kurumlarında kurumsal ahlaki sistemin geliştirilmesini de içerecek şekilde bir kamu yönetimi ahlakı önerilmektedir.

Kamu yönetimi ahlakı, Türk kamu yönetimi açısından özel bir öneme sahiptir. Çünkü, yukarıda belirtilen kadim öğretilerin aksine, son birkaç yüzyıldan beri başta rüşvet ve yolsuzluklar olmak üzere birçok ahlak dışı davranış, Türk kamu yönetimini sarmış bulunmaktadır. Bu durum, toplumun kendisiyle beraber kamu kurumlarını da tehdit etmekte ve ekonomik, sosyal, siyasal ve yönetim boyutunu içeren çok yönlü bir hastalığa dönüşmüş bulunmaktadır. Çünkü, bir bakıma toplum ile devlet mekanizması arasındaki görünmez bağı oluşturan şeyler değerler ve ahlaki ilkeler olduğu için, değerlerin yozlaştığı ve ahlaki ilkelere önem verilmediği zamanlarda toplum ile kamu yönetimi arasındaki güven ilişkisi de zedelenmektedir (Frederickson, 1993).

Sadece kamu hizmeti alan vatandaşlar için değil, kamu hizmeti sunan kamu görevlilerinin kendileri için de ahlak esaslı kurum işleyişinin önemli olduğu unutulmamalıdır.

Kamu yönetiminde ahlak esaslı bir yönetim, sadece vatandaşların rüşvet gibi yöntemlerle kullanabilecekleri mali imkânlarının kısıtlanmasını önlemekle kalmayıp; kamu kurumlarının itibarlarının artmasına, kamu görevlileri ve vatandaşlar arasında ahlak dışı davranışlardan kaynaklanan stresin azalmasına yardım etmektedir. Ayrıca, sadece kamu hizmeti alan vatandaşlar için değil, kamu hizmeti sunan kamu görevlilerinin kendileri için de ahlak esaslı kurum işleyişinin önemli olduğu unutulmamalıdır. Çünkü, kamu çalışanları da zaman zaman iş yerlerinde etik dışı uygulamalardan olumsuz etkilenebilmekte ve bu durum iş verimini ve hatta çalışan sağlığını etkileyen bir stres kaynağı hâline dönüşebilmektedir.

Kamu Yönetiminde Etik/Ahlaki Altyapı

Ülkeler istenmeyen davranış biçimlerini önlemek ve olumlu davranışları teşvik etmek amacıyla bir dizi araç ve süreçler geliştirirler. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development, 1996), etkili bir etik/ahlaki altyapının geliştirilmesi için sekiz temel unsur belirlemiş bulunmaktadır. Bunlar; siyasi irade, yasal altyapı, etkin hesap verme mekanizmalarının geliştirilmesi, uygulanabilir davranış kurallarının belirlenmesi; eğitim dâhil olmak üzere mesleki sosyalleşme mekanizmalarının geliştirilmesi, kamu hizmetinde çalışma şartlarının iyileştirilmesi, etik konularda koordinasyon sağlayacak bir kurumun oluşturulması ve kamu görevlilerini denetleyen etkin ve sorgulayıcı bir sivil toplumun-medyanın varlığı olup, bu hususlar Şekil 2'de gösterilmektedir.

Şekil 2. *Bir Ülkede Etik Altyapının Bileşenleri*
Kaynak: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği ([TÜSİAD], 2003, s. 40).

Şüphesiz, ülkeler kendi özel şartlarına uygun ancak uluslararası standartların gerisinde kalmayan bir etik/ahlaki altyapı oluşturmak durumundadır. Bu altyapının bütünüyle oluşturulması ve etik kültürün dönüştürülmesi yıllar alacak bir uğraş gerektirir. Ancak yine de ülkelerin var olan mekanizmalarını iyileştirmek ve eksik olanları kurmak için sürekli ve tutarlı çaba göstermeleri beklenir.

Türkiye'de özellikle 2000'li yılların başından itibaren siyasi irade, giderek bilinçlenen iç kamuoyunun ve uluslararası kurum ve kuruluşların da desteğiyle kamu yönetiminde etik/ahlaki altyapının kurulması için kayda değer çabalar göstermiştir.

Sivil toplumun geliştirilmesi, kamu yönetiminde şeffaflık ve hesap verebilirliğin artırılması, kamu kurumlarında bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygın olarak kullanılarak e-devlete geçilmesi, bürokratik prosedürlerin azaltılması, vatandaşların kamu hizmetinin merkezine alınarak güçlendirilmesi, BİMER gibi ek şikâyet yolları kurulması, kamu kurumlarının hizmet standartlarının belirlenerek internet sitelerinde tüm vatandaşların görebileceği şekilde duyurulması, kamu görevlilerinin haksız ve özellikle ahlaki olmayan yöntemlerle mal edinmelerini önlemek amacıyla mal varlıklarını her beş yılda bir çalıştıkları kuruma açıklama zorunluluğu getirilmesi, etik kültürün geliştirilmesi için bilinçlendirme kampanyaları düzenlenmesi ve ahlak dışı davranışlara olan cezai yaptırımların artırılması gibi önlemler, Türkiye'de etik kültürün geliştirilip kamu yönetiminde ahlak dışı tutum ve davranışların önlenmesi açısından oldukça faydalı olmuştur (Tablo 2).

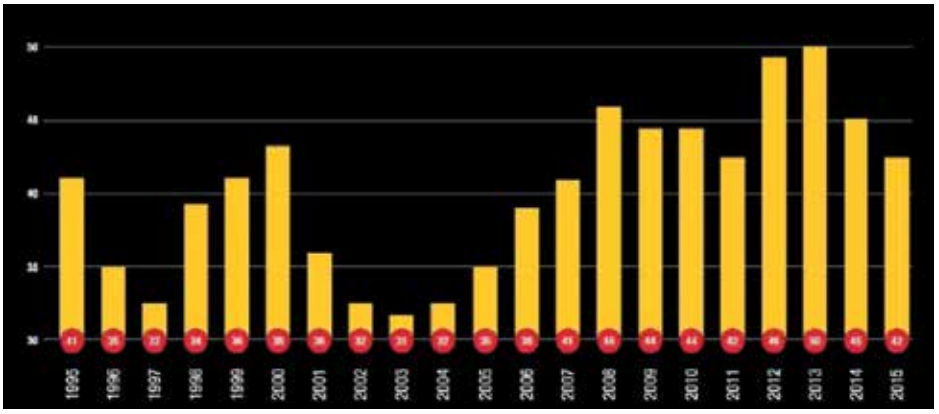
Tablo 2.
Son Yıllarda Kamuda Etik Kültürünün Geliştirilmesi İçin Yapılanlar

- Yasal düzenlemeler (Anayasa, uluslararası kuruluşlar ve anlaşmalar, ceza kanunu, etik düzenlemeler)
- Kurumsallaşma (Kollukta Organize suçlar ve kaçakçılıkla mücadele birimleri; Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK), Kamu İhale Kurumu, iç denetçilik sistemi, Kamu Görevlileri Etik Kurulu vb.)
- Eğitim ve bilinçlendirme çalışmaları
- Hükûmetin yolsuzluk, yoksulluk ve yasaklarla mücadele politikası
- Kamuda Saydamlığın Arttırılması ve İyi Yönetimin Geliştirilmesi Eylem Planı

Nitekim, Uluslararası Şeffaflık Örgütünün yolsuzluk listesinde Türkiye'nin yeri, kamu yönetiminde ahlakın korunması ve geliştirilmesi çabalarının yoğunlaştığı 2005-2013 arasında saygınlık derecesi yüksek ülkelere doğru evrilmiştir.

Bununla beraber, kamu yönetimi etiği/ahlakı konusundaki yukarıda bahsedilen çabaların aynı hassasiyetle sürdürülmesi konusunda son yıllarda bazı sorunların ortaya çıktığı gözlenmektedir. Örneğin, Kamu Görevlileri Etik Kurulu ilk kurulduğu zamanlar kadar aktif olarak çalışmamakta ve kamu kurumlarında ahlaki ilkelerin yerleştirilmesi konusundaki çabaların rutinleşerek etkisini azaltmaya başladığı görülmektedir. Bu durum, Türkiye'nin uluslararası yolsuzluk listesindeki yerinin tekrar düşmeye başlamasına neden olmuştur (Grafik 1). "Endeksin son 5 yılındaki sonuçlar da dikkate alınmalıdır: 2010'da Türkiye 10 üzerinden 4,4 puan alarak 178 ülke arasında 56. sıradaydı. Türkiye aynı puanla beş yıl sonra 168 ülke arasında 66. sırada bulunmaktadır. Bu bulgu, geçen

beş yılda yerinde sayan Türkiye'nin dünyadaki gelişmeler sonucunda yükselen ortalamanın giderek daha da altında kaldığını göstermektedir." (Özarslan ve Görgülü, 2016, s. 18).



Grafik 1. *Türkiye'nin Yolsuzluk Algı Endeksi'nde 1995'ten Bu Zamana Aldığı Puanlar*

Kaynak: Özarslan ve Görgülü (2016, s. 19).

Grafik 2'de ise dünyada 1995'ten 2016'ya kadar Türkiye'nin yolsuzluk algı endeksi sıralamasındaki yeri görülmektedir. Grafik dikkatle incelendiğinde, bu olumsuz eğilimin son yıllarda siyasi iradenin kamu yönetiminde ahlak konusundaki çabalarına rağmen durdurulamadığı anlaşılmaktadır.

Grafik 2. *Türkiye'nin Yolsuzluk Algı Endeksi'ndeki Değişim*

Kaynak: British Broadcasting Corporation ([BBC], 2017).

Grafik 2'ye temel oluşturan Uluslararası Şeffaflık Örgütünün açıkladığı 2016 Yolsuzluk Algı Endeksi'nde Türkiye'nin, araştırmanın gerçekleştirildiği 176 ülke içinde, 2015 yılındaki 66. sıradan 75. sıraya gerilemiş olduğu görülmektedir. Grafikte açık yeşil alan Türkiye'nin yerini, koyu mavi alan ise araştırmanın gerçekleştirildiği ülke sayısını göstermektedir. Endekste kamu hizmetlerine yönelik yolsuzluk algısının yüksekliği 0 puanla nitelenirken algı azaldıkça puan 100'e doğru ilerlemektedir. Türkiye, 2016 yılında son beş yılın en düşük skorunu elde ederek 41 puan aldı. 2015'te 42, 2014'te 45, 2013'te 50, 2012'de 49 puan almıştı.

Kamu yönetiminde etik/ahlaki altyapının iki önemli unsuru olan mevzuat ve örgütsel yapı konusunda Türkiye'de son dönemde meydana gelen gelişmeleri kısaca özetlemekte fayda bulunmaktadır.

Etik Mevzuatı

Başta Anayasa olmak üzere mevzuatta etik davranış kurallarını belirleyen hükümler de mevcuttur. 1982 Anayasası'nın 10., 129. ve 137. maddelerinde bu konuyla ilgili hükümler bulunmaktadır.

Ancak 2004 yılına kadar ülkemizde kamu görevlilerinin uyması gereken etik ilke ve değerlere ilişkin özel bir düzenleme yoktu. Etik ilke ve standartlar, Anayasa'da, çeşitli yasalarda ve ikincil mevzuatta dağınık olarak yer almaktaydı. Örneğin, 657 sayılı "Devlet Memurları Kanunu", oldukça dağınık şekilde de olsa kamu görevlilerinin uymak zorunda oldukları ilkeleri belirlemektedir. Öte yandan, Türk Ceza Kanunu kamu kurumlarında rüşvet, irtikâp, zimmet, ihaleye hile ve fesat karıştırma gibi etik dışı davranışlara yönelik cezai yaptırımları düzenlemektedir.

Türkiye'de etiğe/ahlaka dayalı bir yönetim sisteminin oluşturulmasında dönüm noktası, 2004 yılında çıkarılan 5176 sayılı "Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"dur. Bu kanun ile kurulan Kamu Görevlileri Etik Kurulu, "Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" ile kamu görevlilerinin, görevlerini yerine getirirken uymaları gereken genel etik ilke ve standartları toplu olarak belirlemiş bulunmaktadır. Örneğin, tüm kamu görevlileri, bu Yönetmelik gereği standart bir Kamu Görevlileri Etik Sözleşmesi imzalamak zorundadır. Bu Sözleşme ile, KGEK tarafından belirlenen etik ilkelere uymayı taahhüt etmiş olmaktadırlar (Ek 1).

Türkiye'de etiğe/ahlaka dayalı bir yönetim sisteminin oluşturulmasında dönüm noktası, 2004 yılında çıkarılan 5176 sayılı "Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"dur.

Bunların dışında etik ile ilgili hükümler içeren kanunlardan bazıları aşağıda listelenmektedir:

i. Sayıştay Kanunu

ii. Kamu Görevlerinden Ayrılanların Yapamayacakları İşler Hakkında Kanun

iii. Mal Bildiriminde Bulunulması, Rüşvet ve Yolsuzluklarla Mücadele Kanunu

iv. Memurlar ve Diğer Kamu Görevlilerinin Yargılanması Hakkında Kanun

v. Bilgi Edinme Hakkı Kanunu

vi. Kamu İhale Kanunu

viii. Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu

Türk Kamu Yönetiminde Ahlaka İlişkin Örgütsel Yapı

Bir ülkede kamu yönetiminin ahlaki kural ve ilkelerle çalışmasının sağlanması, sadece belirli bir kurumun değil, devletin tüm kurum ve kuruluşlarının görevi olarak görülmelidir. Nitekim, birçok ülkede yasama, yürütme ve yargı organları, doğrudan veya dolaylı olarak, etik kültürün geliştirilmesi ve yolsuzluk başta olmak üzere etik dışı tutum ve davranışların önlenmesinde yetkili kılınmışlardır.

Türkiye'de yasama organı olan TBMM yürütme organına ilgili konularda soru sorma yetkisine, etik dışı davranışta bulunanlarla ilgili soruşturma ve yolsuzlukların önlenmesi için araştırmalar yapma gibi yetkilere sahiptir. Ayrıca, TBMM bünyesinde bulunan Dilekçe Komisyonu ve İnsan Hakları İnceleme Komisyonu da dolaylı olarak etik dışı davranışlar konusunda denetim yapabilmektedir. Yürütme organı ve kamu kurumları da kurum içinde yapılan denetimler, kurum dışı denetimler yoluyla etik dışı davranışların önlenmesi için yetkilendirilmişlerdir. Her ne kadar Türkiye'de etik dışı davranışlar için özel bir mahkeme mevcut değilse de yolsuzluk ve etik davranış ihlalleri ile ilgili hukuki kovuşturma, adli ve idari mahkemelerce yürütülmektedir. Ayrıca, medya ve sivil toplum kuruluşları aracılığıyla kamuoyu denetimi ve Kamu Denetçiliği Kurumu tarafından yürütülen Ombusdman denetimi de bulunmaktadır.

Türkiye'de kamu yönetiminde etik ilkelerin yerleştirilmesi konusunda önemli bir araç da iç kontrol standartlarıdır. 2003 yılında çıkarılan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile yeni kamu mali yönetim sistemi oluşturulmuş ve bu kapsamda etkin bir iç kontrol sistemi amaçlanmıştır. Bu Kanun'un uygulanmasını sağlamak amacıyla 2007 yılında Kamu İç Kontrol Standartları Tebliği ve 2009 yılında Kamu İç Kontrol Standartlarına Uyum ve Eylem Planı Rehberi yayımlanmıştır. Kamu İç Kontrol Standartları Tebliği'nde yer verilen 5 adet Kamu İç Kontrol Standartları'ndan birisi de 5 ana standart altında 18 standart ve bu standartlar için 79 genel şart olarak öngörmüştür. "Etik De-

ğerler ve Dürüstlük" başlığını taşımaktadır. Kamu İç Kontrol Tebliği uyarınca kamu kurumlarının yöneticileri, etik ilkeler konusunda personele örnek olmalıdırlar. Ayrıca tüm üst düzey kamu yöneticileri, kurumlarında etik kuralların bilinerek tüm faaliyetlerde bu kurallara uyulması ve faaliyetlerde dürüstlük, saydamlık ve hesap verebilirlik sağlanması konusunda azami gayreti göstermekle görevli kılınmışlardır.

Türk kamu yönetimi açısından etik altyapısının önemli bir kurumsal unsurunu ise 2004 tarih ve 5176 sayılı Kanun ile Başbakanlık bünyesinde kurulan "Kamu Görevlileri Etik Kurulu (KGEK)" oluşturmaktadır. Bu Kurul, on bir üyeden oluşmakta olup, üyeleri Bakanlar Kurulu tarafından atanmaktadır. Üyelerin görev süresi dört yıl olup, süresi dolan üyeler Bakanlar Kurulunca yeniden seçilebilir. KGEK, başkanın daveti üzerine, ayda dört defa, en az altı üye ile toplanır ve üye tam sayısının salt çoğunluğunun aynı yöndeki oyu ile karar verir. Bu kurulun oluşmasında, yaygın olarak yaşanan yolsuzluk olayları ve bunun sonucu olarak halkın kamu bürokrasisine olan güven kaybı kadar, kamu yönetimi etiğinde meydana gelen uluslararası eğilimler nedeniyle OECD, Dünya Bankası ve AB gibi bölgesel ve uluslararası örgütlerin etik sorunları ile doğrudan ilgili bir kurum kurulması telkinlerinin de etkili olduğu bilinmektedir.

KGEK; Cumhurbaşkanı, Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeleri, Bakanlar Kurulu üyeleri, Türk Silahlı Kuvvetleri, yargı mensupları ve üniversiteler dışındaki tüm üst düzey kamu görevlileri hakkında etik soruşturması yapmakla görevlidir. KGEK'nun görev alanına girmeyen ve yukarıda sayılan kurumların bir kısmının kendi etik mevzuatları bulunmakta, bir kısmı ise devletin egemenliğini temsil niteliğine sahip siyasi kurumlar olup Anayasa gereği yargı ve yargı benzeri soruşturmalardan muaf tutulduğu için haklarında etik denetimi yapılamamaktadır. KGEK'in başlıca görev ve yetkileri şunlardır:

i. Kamu görevlilerinin görevlerini yürütürken uymaları gereken etik davranış ilkelerini hazırlayacağı yönetmeliklerle belirlemek,

ii. Etik davranış ilkelerinin ihlal edildiği iddiasıyla resen veya yapılacak başvurular üzerine gerekli inceleme ve araştırmayı yaparak sonucu ilgili makamlara bildirmek,

iii. Kamuda etik kültürünü yerleştirmek üzere çalışmalar yapmak veya yaptırmak ve bu konuda yapılacak çalışmalara destek olmakla görevli ve yetkilidir.

KGEK, etik kültürün yerleştirilmesi ve geliştirilmesi konusunda her türlü çalışmayı yapar/yaptırır; araştırma, yayın, anket, kamuoyu yoklaması, bilimsel toplantılar ve benzeri etkinlikler düzenler, kamu görevlileri için eğitim programları hazırlar, koordine eder, yürütür veya bu konularda bakanlıklar, diğer kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, mahalli idareler ve konusunda uzman sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği yapabilir. Bakanlıklar ve diğer kamu kurum ve

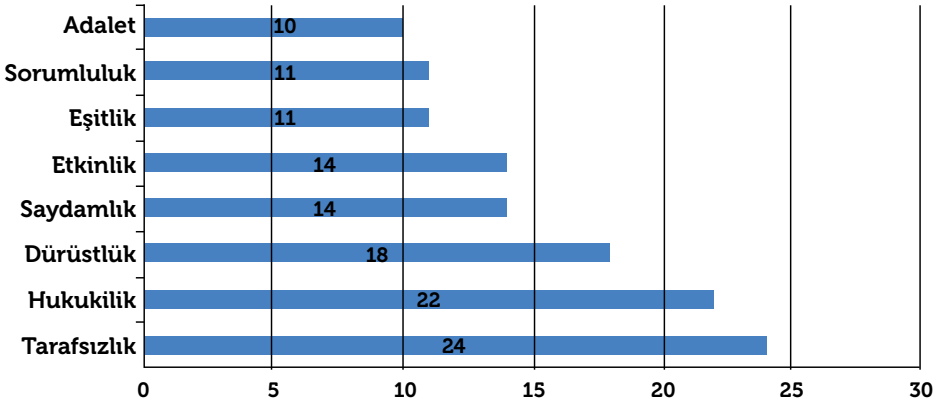
kuruluşları, KGEK'in başvuru konusu ile ilgili olarak istediği bilgi ve belgeleri süresi içinde vermek zorundadırlar. KGEK'in kamu kurum ve kuruluşlarının, etik davranış ilkeleri konusunda uygulamada karşılaştıkları sorunlara yönelik olarak görüş bildirme konusunda da yetkisi bulunmaktadır. Ayrıca, gerektiğinde kamu görevlilerinin mal bildirimlerini incelemek ve kamu görevlilerinin hediye alma yasağının kapsamını belirlemek de Kamu Görevlileri Etik Kurulunun diğer yetkileri arasında bulunmaktadır. Kesinleşen KGEK kararları Başbakanlık makamına sunulur. Kararlara karşı idari yargı yolu açıktır.

KGEK, sadece en az genel müdür veya eşiti seviyedeki kamu görevlileri hakkında ve yargıya intikal etmemiş bulunan hususlarda inceleme yapabilmekte olup, daha alt düzeydeki kamu görevlileri hakkındaki etik şikâyetleri kurumlar bünyesinde bulunan ve kurumun en üst yöneticisi tarafından atanan en az üç kişilik etik komisyonları tarafından incelenmektedir. Etik komisyonları, kurum içinden en az üç kişiden oluşmaktadır. Etik komisyonunun üyelerinin ne kadar süreyle görev yapacağı ve diğer hususlar, kurum ve kuruluşun üst yöneticisince belirlenir. Etik komisyonu, Kurul ile iş birliği içinde çalışır. Ancak, yine de KGEK kamu kurumlarında oluşturulan etik komisyonlarının hiyerarşik amiri değildir. Nitekim, "Kamu Görevlileri Etik Kurulu'nun görev alanı dışındaki kamu görevlilerinin etik ilkelere aykırı davrandığı gerekçesiyle yapılan başvurular, yetkili disiplin kurullarınca 5176 sayılı Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan Yönetmelik çerçevesinde 'etik davranış ilkelerine aykırılık olup olmadığı' yönünden değerlendirilir. Yetkili disiplin kurulları, inceleme sonucunda etik ilkeye aykırı davranışın varlığı veya yokluğu konusunda karar verir; uyarma, kınama vb. bir disiplin cezası veremez. Çünkü etik inceleme ile disiplin soruşturması birbirinden farklıdır. Yetkili disiplin kurullarının verdiği etik ilkeye aykırı davranışın varlığı veya yokluğu konusundaki kararlar ilgili kurum veya kuruluş yetkilisine, hakkında başvuru yapılan kamu görevlisine ve başvuru sahibine bildirilir." (Kamu Görevlileri Etik Kurulu [KGEK], 2014).

Kamu Yönetiminde Ahlaki İlkeler

Şüphesiz kamu görevlilerinin kendilerine emanet olan kamu mal, kaynak ve otoritesinin kullanımında, vatandaşlarla ve kendi aralarındaki ilişkilerde ve iş hayatındaki diğer sosyal durumlarda uymaları gereken birçok kural ve sahip olmaları gereken pek çok değer bulunmakta olup, bunların hepsini burada listelemek mümkün değildir. Ayrıca, farklı ağırlık ve niteliklerde olan ve farklı kategorilerle sınıflandırılabilecek olan bu ilke ve değerlerin hepsinin yasa ve yönetmeliklerle düzenlendiğini de söylemek imkânsızdır. Ayrıca, bu ilke ve değerlerin de hepsi evrensel düzeyde aynı ölçüde kabul görmemekte; ülkeler arasındaki kültürel farklılıklar bu konuda bir evrensel ahlaki olanlar/olma-

yanlar listesinin oluşturulmasını engellemektedir. Grafik 3, OECD ülkelerinin kamu yönetimlerinde en fazla benimsenen ahlaki değerleri, her bir değeri benimseyen ülke sayısını dikkate alarak listelemektedir.



Grafik 3. *OECD Ülkelerinde En Çok Benimsenen Kamu Yönetimi Temel Ahlaki Değerler ve Her Değeri Benimseyen Ülke Sayısı*

Kaynak: Çalık (2012, s. 21).

Amerika Birleşik Devletleri'nde kabul edilen kamu görevlileri ahlak kuralları ise Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3.

ABD Kamu Görevlileri Ahlak Kuralları (Authority of Public Law 96-303, kanunlaşma tarihi: 1980)

1. Kişilerden, siyasi partilerden ve devlet kuruluşlarından önce en üstün ahlak kurallarına ve ülkene itaat göster.
2. Anayasa, yasalar ve mevzuata saygı göster ve koru.
3. Tam gün aldığın ücret için tam gün çalış; görevini yerine getirirken en iyiyi yapmaya gayret göster.
4. Görevlerin yerine getirilmesi için en etkin çözüm yollarını bul ve görevi en iyi yapacak kimseleri istihdam et.
5. Kendine ya da başkalarına özel çıkar sağlayacak şekilde adil olmayan davranışlarda asla bulunma; kamu görevini yaparken kendine veya aile üyelerine önerilen çıkar ve faydaları asla kabul etme.
6. Kamu görevlisi olarak görevini yerine getirirken bir devlet kuruluşunu bağlayacak şekilde hiçbir zaman söz verme.
7. Doğrudan ya da dolaylı olarak devlet ile hiçbir ticari ilişki içinde olma.
8. Kamu görevlisi olarak görevini yerine getirirken sahip olduğun gizli bilgileri özel çıkar sağlamak amacıyla asla kullanma.
9. Gördüğün yolsuzluk ve usulsüzlüklerin ortaya çıkmasını sağla.
10. Kamu görevinin kamu güveni için önemli olduğunun bilincinde olarak bu ilkeleri daima koru ve gözet.

Kaynak: Aktan, (2017)

Türk kamu yönetiminde kamu görevlilerinin uyması gereken ahlaki ilkeler, 18 madde hâlinde Kamu Görevlileri Etik Kurulu tarafından 2005 yılında çıkarılan Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'te sayılmaktadır. Bu ilkeler şunlardır:

i. Görevin yerine getirilmesinde kamu hizmeti bilinci,
ii. Halka hizmet bilinci,
iii. Hizmet standartlarına uyma,
iv. Amaç ve misyona bağlılık,
v. Dürüstlük ve tarafsızlık,
vi. Saygınlık ve güven,
vii. Nezaket ve saygı,
viii. Yetkili makamlara bildirim,
ix. Çıkar çatışmasından kaçınma,
x. Görev ve yetkilerin menfaat sağlamak amacıyla kullanılmaması,
xi. Hediye alma ve menfaat sağlama yasağı,
xii. Kamu malları ve kaynaklarının kullanımı,
xiii. Savurganlıktan kaçınma,
xiv. Bağlayıcı açıklamalar ve gerçek dışı beyan,
xv. Bilgi verme, saydamlık ve katılımcılık,
xvi. Yöneticilerin hesap verme sorumluluğu,
xvii. Eski kamu görevlileriyle ilişkiler,
xviii. Mal bildiriminde bulunma.

Kamu görevlilerinin uyması gereken etik ilkelerin Yönetmelik'te bulunma şeklinin muhatabı belirsiz bir şekilde çoğunlukla mastar olarak bulunmasının, bu ilkelerin yaptırım gücünün yeterince fazla olmamasına işaret ettiği düşünülebilir. Çünkü diğer ülkelerin bazılarında, örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde (Tablo 3), etik kodların kullanımının emir kipinde olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, çeşitli ülkelerin kamu yönetimi sistemlerinde etik kodların sadece kullanım şekilleri hakkında değil, etik ilkelerinin bağlayıcı gücü hakkında da fikir vermektedir.

Kamu Yönetiminde Sık Görülen Etik/Ahlak Dışı Davranışlar

Kamu yönetiminde etik dışı davranışlardan bahsedildiğinde pek çok insanın aklına"yolsuzluk" ve yolsuzluğun yaygın bir türü olan "rüşvet" gelmektedir. Çünkü yolsuzluk, oluşumu ve etkileri en net olarak görülebilen ve hem kamu yönetimini hem de toplumu en fazla etkileyen ahlak dışı davranışlardan birisidir. Dolayısıyla, yolsuzluk ve rüşvet hem literatürde daha fazla incelenmekte hem de başta medya olmak üzere kamuoyunda daha fazla tartışılmaktadır. Günümüzde yolsuzlukla mücadele, tüm siyasi partilerin de en temel vaatleri arasında bulunmaktadır.

Yolsuzluğun pek çok tanımı olmakla beraber, "kamusal yetki, görev ve kaynakların hukuksal, sosyal norm ve standartlara aykırı olarak özel çıkarlar için

kullanılması" (Eryılmaz, 2008, s.3) şeklindeki tanımı daha yaygındır. Ayrıca, kendi başlarına birer ahlak dışı davranış olarak kabul edilen rüşvet, zimmete para geçirme, irtikap ve görevi kötüye kullanma gibi davranışların da aslında yolsuzluk kavramının şemsiyesi altında toplanabileceği iddia edilmektedir (Özdemir, 2008, s. 188).

Kamu kurumlarında en yaygın mali nitelikli ahlak dışı davranış türü olan rüşvet, gelişmiş ülkelere kıyasla az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde daha sık görülmektedir. Rüşvet davranışına teşvik eden nedenler arasında ilk sırayı bir menfaat temin etmek veya kamu görevlilerinin görmekte olduğu bir işi daha hızlı ve zaman zaman da o iş ve işlemdeki eksiklik ve hataları dikkate almadan görmesini sağlamak gelmektedir. Bu vesile ile bir kamu emaneti olan kamu otoritesi, bireysel bir menfaat karşılığı olarak kamu yararına değil bireysel bir yarar için kullanılmış olmaktadır.

Her ne kadar yolsuzluk ve rüşvet kadar yoğun tartışılmasa da kamu kurumlarında zaman zaman şikâyet konusu edilen haksız mal edinme, kaçakçılık, resmî ihaleye fesat karıştırma, görevin gerektirdiklerini yapmaktan kaçınma, yetkiyi kötüye kullanma, gücün istismar edilmesi, kayırmacılık ve ayrımcılık yapmak, ihmal, yaranma (dalkavukluk), *mobbing*, cinsel taciz, hakaret, aracılar yoluyla iş yürütme, sorumluluktan kaçma/sorumluluğu yayma, değişime gönülsüzlük/direnç, verimsizlik, etkinsizlik ve israf gibi toplum tarafından ahlaki kabul edilmeyen birçok davranış türüyle karşılaşılabilmektedir (Özdemir, 2008). Bu davranış türlerinin sayıca çok olması ve zaman zaman ahlak dışı davranış türlerinin bir arada görülmesi, kamu yönetiminde ahlak dışı davranış türlerini kategorize etmeyi gerektirmektedir.

Berkman (2009), kamu yetkisinin kullanımından yola çıkarak, kamu yönetiminde ahlak dışı davranışları yönetsel ve siyasal davranışlar olarak iki ana sınıfa ayırmaktadır. Siyasal karar alma mekanizmalarında bulunan aktörlerin "özel çıkar" elde edebilmek amacıyla ahlaki ilkeler ve temel değerleri dikkate almadan gerçekleştirdikleri eylemler siyasal ahlak dışı davranışları oluşturmakta olup partizanlık, patronaj ve oy ticareti gibi davranışlar bu tür davranışlara örnek gösterilebilir. "Kamu yetkisinin kamu hizmeti sunumu sırasında çıkar gözetilerek yasal ve ahlaki normlara aykırı olarak kullanılması" ise yönetsel ahlak dışı davranışları oluşturmaktadır (Çalık, 2012). Yönetsel ahlak ihlallerine örnek olarak rüşvet, hizmet sunumunda kayırma, aracıya başvurma ve kamu sırlarını sızdırma gibi davranışlar verilebilir.

İlgili literatür incelendiğinde, kamu yönetiminde ahlak dışı davranışların genel olarak dört ana biçimi olduğu kabul edilmektedir: Maddi bedel içerikli, psikolojik içerikli, dayanışma şeklinde gerçekleşen ve diğer maddi içerikli davranışlar. Tablo 4, kamu yönetiminde ahlak dışı davranışların genel kategorizasyonunu göstermektedir.

Tablo 4.
Kamu Yönetiminde Ahlak Dışı Davranışlar

Davranış Türü	Davranış
Maddi Bedel İçerikli Ahlak Dışı Davranışlar	Rüşvet
	İrtikap (Haraç-Zorla Yiyicilik)
	Zimmet ve İhtilas
Psikolojik İçerikli Ahlak Dışı Davranışlar	Ayrımcılık
	Dogmatik Davranma
	Yobazlık - Bağnazlık
	Psikolojik Yıldırma (Mobbing)
	Bencillik
	Şiddet - Saldırganlık
	Bedensel ve Cinsel Taciz
	Sömürü (İstismar)
	Yaranma ve Yakınlığı Kullanma (Dalkavukluk)
	Engelleyici Olma ve Yanlış Yönlendirme
	Dedikodu (Söylenti)
Dayanışma Şeklinde Gerçekleşen Ahlak Dışı Davranışlar	Kayırmacılık (İltimas) (akraba kayırmacılığı, eş dost kayırmacılığı, siyasal kayırmacılık, hizmet kayırmacılığı)
	Patronaj
Diğer Maddi İçerikli Ahlak Dışı Davranış Biçimleri	Kamu Sırlarını Sızdırma ve Vurgunculuk
	Lobicilik
	Rant Kollama (monopol kollama, tarife kollama, lisans kollama, kota kollama, teşvik kollama, sosyal yardım kollama)
	Oy Ticareti (Logrolling)
	Aracılık
	Siyasal Manipülasyon

Kaynak: Çalık'tan (2012) yararlanılarak üretilmiştir.

Kamu Yönetiminde Ahlak Dışı Davranışların Başlıca Nedenleri

Kamu yönetiminde etik dışı davranışların nedenlerine ilişkin olarak da karşımıza çok boyutlu bir fotoğraf çıkmaktadır. Bu konuda kamuoyunda sıkça dile getirilen nedenler, Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5.
Kamu Yönetiminde Ahlaki Olmayan Davranışların Nedenleri

- Toplumda ve kamu kurumlarında adalet duygusunun sarsılması
- Toplumsal çürüme ve ahlaki hassasiyeti giderek azalan nesiller
- Anlayış/mantalite sorunu
- Sürekli yenilenme/inovasyon eksikliği
- İhmalkârlık/nemelazımcılık eğilimi
- Kamu kaynağı ve yetkisinin kullanımında şeffaflık ve hesap verebilirliğin yetersizliği
- Siyasetin finansmanının şeffaf olmaması
- Dış denetim eksikliği
- Cezasızlık kültürü
- Yetersiz kurumsallaşma
- Yeterli uzmanlık ve bilgi birikiminin olmayışı
- Devlet gücünün ekonomideki belirleyiciliğinin optimal düzeyin üstünde olması
- Kamu görevlilerinin çalışma şartlarının elverişsizliği ve ücretlerinin yetersizliği.

Ancak, kamuda ahlak dışı davranışların nedenleri konusundaki popüler anlayış ve yaklaşımların her zaman bu davranışların en önemli nedenleri olmayabileceği, bir başka deyişle algıların olgularla örtüşmeyebileceğini hesaba katmak gerekmektedir. Bu nedenle, ahlak dışı davranışların nedenleri konusundaki bilimsel çalışma ve ampirik araştırma sonuçlarını incelemekte fayda bulunmaktadır.

Türk kamu yönetiminde ahlak konusunda alan araştırması yapan Çalık (2012), kamu yönetiminde ahlak dışı davranışların nedenlerini, boyutları yönünden beş kategoride toplamaktadır. Kişisel özelliklerden kaynaklanan nedenlerin en önemlileri arasında kişinin değerleri, öncelikleri ve tecrübeleri bulunmaktadır. Psikolojik nedenler arasında ise liyakatsiz personel davranışları ile fakirlik ve ücret düşüklüğü dikkati çekmektedir. Toplumsal ve ekonomik nedenler arasında en belirgin olanları; geleneksel yapıların güçlü olması, hediyeleşme geleneği, eğitim eksikliği, bürokrasi dışı toplumsal örgütlenmelerin eksikliği, toplumsal değişimin etkisi, hızlı nüfus artışı ve kentleşme, enflasyon artışı ve devletin ekonomideki ağırlığı ve kayıt dışı ekonomidir. Örgütsel nedenler ise devlet hacmindeki büyüme, merkeziyetçi-hiyerarşik yapı, yönetimde gizlilik/dışa kapalılık/tutuculuk, şekilcilik ve aşırı kurallara bağlılık, takdir yetkisinin gayriahlaki kullanımı, aşırı istihdam, hızlı personel devri, bürokratik ayrıcalıklar, vatandaşların talepleri, denetimin yetersizliği, kamudaki küçülmeler, ör-

gütlenme bozuklukları, siyasilerin kamu yönetimi üzerindeki etkisi, kamuda etik kültürünün yerleşmemiş olması ve kamuda hukuk devleti ilkesinin yerleşmemiş olması olarak özetlenebilir.

Ateş, Güloğlu ve Es (2009), Türk kamu yönetiminde yapmış oldukları bir ampirik araştırma sonucunda, kamu görevlileri ve vatandaşların nezdinde bazı nedenlerin daha önemli görüldüğü sonucuna ulaşmışlardır. Bu nedenler, yedi başlıkta incelenebilir.

Kamu hizmetlerinde kapasitenin yetersiz olduğu durumlarda, yani arz ve talep eşitlenmesi olmadığı takdirde eğer ahlaki değerlerle bezenmiş sağlam bir siyasi irade ve kamu yönetiminde etkili hesap verme sorumluluğu mekanizması da yoksa kamu hizmetlerinin sunumunda ve dağıtımında kayırma başta olmak üzere çeşitli ahlak dışı tutumlar baş gösterebilir.

Birinci olarak, kapasite yetersizliği kamuda etik dışı davranışları hazırlayan etmenlerin başında gösterilmektedir. Kamu hizmetlerinde kapasitenin yetersiz olduğu durumlarda, yani arz ve talep eşitlenmesi olmadığı takdirde eğer ahlaki değerlerle bezenmiş sağlam bir siyasi irade ve kamu yönetiminde etkili hesap verme sorumluluğu mekanizması da yoksa kamu hizmetlerinin sunumunda ve dağıtımında kayırma başta olmak üzere çeşitli ahlak dışı tutumlar baş gösterebilir. Günümüzde ahlak dışı davranışların az gelişmiş ülkelerde daha çok görülmesinin önemli bir nedeni, kentleşme ve hızlı nüfus artışı sürecinde bu ülkelerde kamu hizmetlerinin sunumunda kapasitenin yetersizliği sorununun baş göstermesidir. Bu konu ile ilgili bir diğer husus da aslen kıt olan kaynakların dağılımında da eşitsizlik bulunmasıdır.

İkinci neden olarak, kamu görevlilerinin maaşlarının ve diğer sosyal haklarının özel kesime göre düşük olmasından kaynaklanan motivasyon düşüklüğü gösterilebilir. Düşük maaş birçok kamu görevlisinde görülen kamu hizmeti bilinci ve temel değerlerdeki azalma ile birleştiğinde, işleri savsaklama eğiliminden rüşvet ve hediye kabul etmeye kadar geniş bir çerçevede kamu görevlilerinin ahlak dışı davranışları oluşmaktadır. Ayrıca, kamu görevlilerini daha fazla çalışmaya iten moral gerekçe olan fazla çalışma yolu ile fazla getiri sağlama imkânının bulunmaması, bir başka deyişle kamu personeli maaş politikası ile personelin performansı arasında ilişki kurulmamış olması da kamuda etik dışı davranışları arttırıcı etki yapmaktadır.

Kamu personeli maaş politikası ile personelin performansı arasında ilişki kurulmamış olması da kamuda etik dışı davranışları arttırıcı etki yapmaktadır.

Üçüncü ve önemli bir neden de kamu personelinin işe alımı ve yükseltilmesinde liyakatin esas alınmamasının meydana getirdiği olumsuzluklardır. Personel politikalarının liyakate değil de başta siyasi tercih olmak üzere hemşehrilik, mezhep ilişkisi, etnik yakınlıklar, bireysel akrabalık veya duygusal ilişkiler gibi diğer ilişkilere dayandığı durumlarda etik dışı davranış eğilimi artmaktadır.

Dördüncü neden, etik dışı bir davranışın gerçekleşmesi durumunda yakalanma ihtimali ile yakalanıldığı takdirde alınacak cezanın ağırlığının etik dışı davranış üzerinde ciddi etkisinin bulunmamasıdır.

Beşinci neden olarak kamu kurumlarının iş yüklerinin fazlalığı, işlerin gerektiği kadar hızla yürümemesi, aşırı bürokrasi ve kırtasiyecilik eğilimlerinin bulunması sayılabilir. Çünkü, yeterince hızlı işlemeyen bir idari mekanizmada kendi işlerini hızla yaptırmak isteyen vatandaşların etik dışı davranışlar konusunda kamu görevlilerini zorlamaları ihtimal dışı değildir.

Personel politikalarının liyakate değil de başta siyasi tercih olmak üzere hemşehrilik, mezhep ilişkisi, etnik yakınlıklar, bireysel akrabalık veya duygusal ilişkiler gibi diğer ilişkilere dayandığı durumlarda etik dışı davranış eğilimi artmaktadır.

Altıncı neden, kamu yönetiminde dış denetimin yeterince etkin olmamasıdır. Teftiş gibi hiyerarşik nitelikli idari denetimler, kamu yönetiminde ahlak dışı davranışları önlemekte yeterli olmamakta; başta sivil toplum ve basın olmak üzere, kamuoyunun etkin denetimi gerekmektedir.

Yedinci neden, bir yönüyle ahlak dışı davranış eğiliminin toplumsal boyutuyla ilgilidir. Ahlak dışı davranışların yaygın olması hem vatandaşlarda hem de kamu görevlilerinde sahte bir meşruiyet hissi getirmekte ve başkalarının da bu tür davranışlarda bulunmaları, kendi davranışları için psikolojik bir gerekçe hâline getirilmektedir. Bu, bir bakıma kendini yeniden üreten bir süreç olup ya vatandaşlar ya da kamu görevlileri yönünden bu zincirin bir halkasının kırılması ile bu süreç sonlandırılabilir.

Kamu yönetiminde yozlaşma ve etik dışı tutum ve davranışların önüne geçebilmek için adalet, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi değerlere dayalı bir kültürel altyapının kamu yönetiminde kurumsallaştırılması gerekmektedir. Çünkü, çeşitli kurumsal ve psikolojik nedenlerle birlikte, kamu yönetiminde yolsuzluk ve diğer etik dışı tutum ve davranışların gelişmesinde kültürel etmenlerin de önemli yeri bulunmaktadır. Türk kamu yönetimi özelinde, bu etmenler şu şekilde listelenebilir (Özsemerci, 2005): Çıkarcılık, makam düşkünlüğü, kurum/meslek taassubu, "bu maaşa bu kadar iş" anlayışı, hukukun üstünlüğü anlayışının eksikliği, hizipçilik, ahlaki değerlerde aşınma ve ahlak dışı davranışların ürettiği olumsuz sonuçların farkında olmama. Ayrıca, kamu görevlilerinin daha fazla maddi çıkar veya makam hırsı içinde olmaları, yetersiz eğitim ve bilinçlendirme, ideolojik etkiler, kamu görevlilerinin bazılarında görülen psikiyatrik bozuklular, disiplinsizlik ve denetim eksikliği gibi hususlar da kamu yönetiminde ahlak dışı tutum ve davranışların nedenleri arasında gösterilmektedir.

Kamu yönetiminde yozlaşma ve etik dışı tutum ve davranışların önüne geçebilmek için adalet, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi değerlere dayalı bir kültürel altyapının kamu yönetiminde kurumsallaştırılması gerekmektedir.

Kamu Görevlilerinin Karşılaşabilecekleri Etik İkilemler

Etik ikilem, özellikle karar verme aşamasında önem verilen iki veya daha fazla değerin çatışma hâlinde olmasıdır. Kamu görevlileri, karar verme sürecinde (Tablo 6) bu ikilemlerle az ya da çok karşılaşırlar ve kendilerinden ahlakilikten ayrılmadan bu değerler arasında bir denge gözeterek veya kamu yararı için o anda en faydalı çözümü bularak bir tercihte bulunmaları beklenir. Ancak, bu oldukça zor bir durumdur. Çünkü, kamu görevlisi çatışan bu değerlerden birini korursa diğerini koruyamamaktadır ya da bir veya daha fazlasını koruyabilmek için diğerlerini kısmen de olsa göz ardı etmek zorunluluğu bulunmaktadır (Şen, 2012, 16-20) .

Tablo 6.
Kamu Yönetiminde Etik Karar Alma Süreci

- Adım 1: Karar alma sorununu tanımla
- Adım 2: Paydaşları tanımla ve değerlendir
- Adım 3: Temel ilke, kanun, yönetmelik ve politikaları tanımla
- Adım 4: Alternatif kararları tanımla ve değerlendir
- Adım 5: Farklı bir görüş araştır
- Adım 6: Bir karar alıp eyleme geç

Ayrıca, unutmamak gerekir ki kamu görevlileri de insandır ve onları ahlak dışı kararlar verme konusunda motive eden ve ilk bakışta çekici görünen birçok neden bulunabilir. Bu nedenlerden bazıları, Tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 7
Çalışanları Ahlaki Olmayan Davranışa Yönelten 10 Neden

- Mali sorunlar
- Siyasal görüş
- Kişisel ve ailesel kazanç isteği
- Açgözlü olma
- İyi niyet ve duygusallık
- Kişisel güç kazanma isteği
- Yasaların ve kuralların bilinmemesi
- Kişinin ahlak anlayışı ve ahlak değerleri
- Yöneticilerin davranışı
- Kamu kurumlarının kendilerine özgü kurumsal ahlak anlayışı

Kamu görevlilerinin karşılaşabilecekleri ikilemleri, içerdikleri kombinezonlara göre birçok türe ayırmak mümkün ise de burada en fazla karşılaşılan dört tür üzerinde durulacaktır.

Unutmamak gerekir ki kamu görevlileri de insandır ve onları ahlak dışı kararlar verme konusunda motive eden ve ilk bakışta çekici görünen birçok neden bulunabilir.

Kamu görevlilerinin karşılaştıkları birinci ikilem türü, önlerindeki seçeneklerin hiç birisinin tam manasıyla tatmin edici olmadığı, onların içinden en az kötü ya da diğerlerine göre daha iyi olan seçeneğin belirlenmesi durumudur. Örneğin, yıkılan bir köprünün yenisinin yapılması için açılan ihalede, ihaleye katılmak üzere başvuran firmaların hiç birisi, tam anlamıyla yeterli şartları taşımamaktadır. Ancak, yeni bir ihalenin açılması için gerekli zaman yoktur ve kararın bir an önce verilmesi gerekmektedir. Bu durumda kamu görevlisi, yeterli şartları taşımayan firmalar içinde, diğerlerine göre en iyisini seçmek durumundadır.

İkinci ikilem türü, seçeneklerin birden fazlasının ya da tamamının kendi başına iyi olduğu ve birisinin seçilmesi durumunda diğerinden vazgeçilmesinin gerektiği bir durumdur. Burada kamu görevlisi, "en iyi"ler arasında bir seçim yapmak durumundadır. Örneğin, bir kamu görevine atamada, aynı okuldan ve aynı diploma derecesiyle mezun olan, yapılan sınavlarda da aynı performansı gösteren iki aday arasından birisinin tercih edilmesi, böyle zor bir seçimi gerektirmektedir.

Üçüncü ikilem türü, farklı kişi ve gruplar üzerinde farklı etki ve sonuçlar doğurması muhtemel bir kararın verilmesidir. Burada en fazla kişiyi memnun edecek bir kararın verilmesi gerekmektedir.

Kamu görevlilerinin karşılaşabilecekleri dördüncü ve son ikilem türü, verecekleri kararın muhtemel sonucundan, kendilerinin ya da yakınlarının olumlu ya da olumsuz ve/veya dolaylı ya da dolaysız etkilenmeleri durumudur. Böyle bir durumda, "çıkar çatışması" söz konusu olmaktadır. Yani, karar alıcının bireysel çıkarları ile genel anlamda kamu çıkarı çelişmektedir. Bir kimsenin, kendi çıkarı aleyhine bir karar verebilmesi son derece güçtür. Böyle durumlarda, ilke olarak karardan olumlu ya da olumsuz ve/veya dolaylı ya da dolaysız olarak etkilenebilecek kamu görevlilerinin, karar verme sürecine katılmamaları gerekmektedir.

Seçenekler arasında kararsız kalmak, çoğunlukla olumsuz sonuçlar doğurur. Bu durumu anlatan"Buridan'ın eşeği" diye bilinen felsefi bir örnek vardır.

Tanınmış Fransız filozofu Buridan, aç ve susuz bir eşeğin iki yanına, aynı uzaklıkta bir torba yulafla bir kova su konduğunda, eşeğin hangisini önce seçeceğine karar veremediği için öleceğini yazmıştır. "Önce suyu içeyim de yulafı sonra mı yiyeyim, yoksa önce yulafı yiyeyim de suyu sonra mı içeyim?" derken eşek açlıktan ve susuzluktan ölür.

Sonuç

Kamu politikalarının ahlaki çerçevede belirlenip uygulanması ve kamu yönetiminin de ahlaki bir altyapıya sahip olup kamu görevlilerinin bu temel ahlaki değer ve ilkeleri içselleştirmeleri, bir ülkede erdem ve adalete dayanan toplumsal yaşamın ön şartlarındandır. Kamu yönetiminde ahlaki ilke ve değerlerin yaygınlaştırılması, siyasetçilerin kamu politikalarının dizaynı ve uygulamalarında ahlaki değer ve ilkelere riayet etmeleri, kamu görevlilerinin her türlü eylem ve işlemlerinde ahlaklı olmaları ve kamu hizmetlerinden yararlanan bireyler ve toplumun da işlerini daha kısa sürede ve kolayca yaptırmak veya başka bir nedenle kamu görevlilerini ahlak dışı yöntemlere teşvik etme yerine onların ahlaki davranışlarını ödüllendirmeleri ile mümkün olabilir.

Kamu yönetiminde ahlak dışı davranışlar kamu görevlilerinin ahlak düzeyi, kamu görevlilerinin gelir seviyesi, toplumun bu konudaki bilinçsizliği ve bürokratik mekanizmaların yetersizliğinden beslenmekteyse de bu tür davranışların, her şeyden önce psikolojik bir bozukluk olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Ayrıca, toplumun baskıları sonucunda ortaya çıkan baskılara daha iyi karşı koyabilmek ve daha ahlaki kararlar alabilmek için kişisel değerlerin, ahlaki yapının çok iyi yerleşmiş olması gerekir. Bu değerler bireylerde geliştikçe daha ahlaklı bir toplum, yöneticilerde geliştikçe daha ahlaklı bir kurumdan söz edilebilir.

Kamu yönetiminde ahlaki sorunların çözümü için, bu sorunların tam nedenlerinin bilinmesi önem taşımaktadır. Özellikle Türk kamu yönetimi dikkate alındığında bu nedenlerin en önemlileri arasında toplumun ahlaki yönden yozlaşması ve etik kültürün yeterince yerleşmemiş olması, kamu yönetiminin iç ve dış denetiminin yetersizliği, sivil toplum ve medyanın kamu yönetiminde ahlaka yeterince ilgi göstermemesi, kamuda iyi yönetişim ortamı ile ahlaki hukuki ve kurumsal altyapının kurulmasında gecikme ve kamu çalışanlarının ücret ve sosyal haklarının yetersizliği bulunmaktadır.

Kamu yönetiminde ahlakın yaygınlaştırılması iki yönlü bir çaba ile mümkündür. Bir taraftan toplumda ahlaki yozlaşmaların önüne geçmek ve toplumun

kamu görevlilerine işlerini yaptırmak için baskı yapar durumda olmaktan çıkarılıp kamu yönetiminde ahlakın denetimini yapar hâle getirilmesi; diğer taraftan da kamu yönetiminde iyi yönetim ve yönetişim ortamı oluşturularak ahlaki ilkelerin, bu ilkelere uyulmaması durumunda uygulanacak yaptırımların ve kamu kurumlarında ahlakın yaygınlaştırılması için hangi kişi ve kurumların ne gibi görev yapacaklarının net olarak belirlenmesini içeren ahlaki altyapının oluşturulması gerekmektedir.

Son yıllarda kamu yönetiminde ahlak konusu diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de önemini artırmaktadır. Bu çerçevede, Türk kamu yönetiminde ahlaki altyapıyı geliştirmek amacıyla birçok kanuni düzenlemeler yapılmış, kamu görevlilerinin uymaları gereken ahlaki standartlar bir yönetmelik ile belirlenmiş, Kamu Görevlileri Etik Kurulu ve kurumlardaki etik komisyonları başta olmak üzere birtakım idari mekanizmalar oluşturulmuş ve kamu kurumları ile toplumda ahlaki bilincin artırılması amacıyla birtakım etkinlik ve projeler yapılmıştır. Ancak yine de kamu yönetiminde ahlaki ilkelerin tam olarak yerleştirilebildiğini söylemek zordur. Hatta, son birkaç yıldır Uluslararası Şeffaflık Örgütünün verilerine göre, Türkiye'nin ahlak konusunda diğer ülkeler içindeki yeri giderek düşmektedir. Bu durum, kamu ahlakı konusunda daha fazla ve yeni girişimlere gerek duyulduğunu göstermektedir.

Kamu yönetiminde ahlakın yerleşmesi için alınması gereken en önemli tedbirler şu başlıklar altında özetlenebilir: Zihniyet değişikliği, eğitim ve toplumsal bilinçlendirme, kamu yöneticileri ile birlikte toplumun da ahlaki ilkelere uyulmamasının sonuçları hakkında bilinçlendirilmesi, çalışanların moral, motivasyon, gelir düzeylerinin yükseltilmesi, yöneticilerin tutum ve davranışlarıyla kamu personeline örnek olması, kamu görevlilerinin sadece hiyerarşik üstlerince değil kamuoyu ve sivil toplum tarafından da gözetlenmesi, kurumsallaşma ve iş ahlakına kurumsal duyarlılık, yürürlükte olan yasaların kararlılıkla uygulanması, bazı hassas alanlar için özel ahlaki standartların geliştirilmesi, kamu kurumlarının yeterince hızlı, etkin ve verimli çalışmasının sağlanması, bilgi ve iletişim teknolojileri yardımıyla idari işlem ve süreçlerin basitleştirilerek kamu görevlilerinin takdir yetkilerinin sınırlandırılması ve şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin tam olarak hayata geçirilmesi. Bütün bu tedbirler arasında toplumsal ve bireysel ahlaki bilinç oluşturma kritik bir öneme sahiptir. Çünkü, ahlaki değer ve kurallar kamu yönetimi içerisinde kurumsallaşmaz ve kamu personelince tam olarak benimsenip içselleştirilmez ise ahlak dışı davranışların cezai tedbirler ile önlenmesi oldukça zordur.

ÖRNEK OLAY Hangi davranış daha ahlakidir? Siz olsaydınız nasıl davranırdınız?

1- ABCD kurumunda üst düzey yönetici olduğunuzu varsayalım. Bir sivil toplum örgütü Akdeniz sahillerinde bulunan 5 yıldızlı bir otelde eğitim-değerlendirme toplantısı düzenliyor. 5 gün süresince otelde kalma, yemek ve çok sayıda eğlence size ücretsiz sunuluyor. Gün boyunca da o sivil toplum kurumunun gelecek yılın planlarını tartışacağı oturumlar var. Birkaç yıldan beri ABCD kurumu o STK'nın desteklenmesi için yıllık 500.000 TL katkıda bulunmaktadır. Bütün giderleriniz o STK tarafından karşılanmak üzere etkinliğe çağrıldınız. Bu çağrıyı kabul eder misiniz? Neden?

2- Yıllardan beri siz ve Hulusi Adalı yakın arkadaşsınız. Eşleriniz de iyi arkadaşlar. Son birkaç yıldır H. Adalı ve eşi, evlenme yıl dönümünüzde sizi ve eşinizi yazlıklarında misafir ediyorlar. H. Adalı, sizin müsteşarı olduğunuz ABCD Bakanlığından büyük ihaleler alan bir iş adamıdır. Siz de müsteşar olarak bakanlık ihale komisyonu üyesisiniz. Ama geçen yıl H. Adalı'nın şirketi bakanlığınızdan ihale alamadı. H. Adalı size telefon ederek bu yıl yazlığa yine beklediklerini ve sürpriz ikramları olduğunu söyledi. Kabul eder misiniz? Neden?

3- Dört yıldan beri ABCD Belediyesinde başkan yardımcısısınız. Bu görevde büyük başarı gösterdiniz ve belediye başkanının en gözde yardımcısı durumundasınız. Avukat olan eşiniz size, belediye başkanlığı için partinin kendisine teklif getirdiğini ve kabul ederse başkan seçileceğine kesin gözüyle baktığını söyledi. Eğer eşiniz başkan seçilirse başkan yardımcısı olarak görevinizi sürdürür müsünüz? Neden?

4- ABCD ilçesinde belediye başkanı olduğunuzu varsayalım. Seçim vaadi olarak, ilçenizin merkezî bir bölgesinde bir iş merkezi projesi yapmaya söz verdiniz. Ancak belediye olarak mali imkânlarınız kısıtlı olduğu için projeyi hayata geçiremiyorsunuz. İlçenizde yüksek bir iş hanı ile bir alışveriş merkezi yapmak isteyen bir müteahhit, iş merkezi projesini gerçekleştirip belediyeye bağışlamayı, karşılığında da yapacağı binayı şimdiki imar planı bölge sınırlamalarının izin verdiğinden iki kat daha yüksek olarak yapmayı önermektedir. Müteahhit, bu öneriyi doğrudan size yapmış ve bunu belediye meclisine götürüp götürmemeyi size bırakmıştır. Öneriyi gecikmeksizin meclise götürür müsünüz? Neden?

5- Siz ABCD Belediyesinde mali hizmetlerden sorumlu başkan yardımcısısınız. Ali Güllü ise belediyenizde mali hizmetler müdürü olarak çalışmakta; sorumluluklarının ve görevinin gereği raporlarını size vermektedir. Ali'nin görevi, zabıta tarafından tahakkuk ettirilen toplanan bütün para cezalarının miktarların doğru alınıp alınmadığı ve toplanmış paraların para toplama cezasına dayanıp dayanmadığı yönlerinden denetimini yapmaktır. Ali, gayet çalışkan ve zeki bir çalışandır.

Şehirde bir söylenti dolaşmaktadır. Söylentiye göre kentinizde zengin ve saygın bir iş adamı zabıta tarafından yapılan bir denetimde, bir otelde bir hayat kadınıyla görüntülenmiştir. Otele polis çağrılmış ve polis tutanak tutarak gitmiştir. Ancak, kişi önemli olduğu için olayın gizli tutulması kararı alınmıştır. Bu olay, nedense bir şekilde duyulmuş ve kentte çokça konuşulan bir konu olmuştur Bu olayın faili iş adamı size bu olayla ilgili yakınmasını ilettikten sonra yaptığınız araştırmada, bu öyküyü yerel toplantıda anlatanın Ali Güllü olduğuna kani oldunuz. Polis rapor-

larının gizli olmasına karşın, Ali'yi gerçeklerle yüzleştirdiğinizde bu öyküyü kendisinin anlattığını kabul etti. Ali'yi kovar mısınız? Neden?

6- Veli Berber, ABCD Belediyesinde uzun yıllardır çalışmaktadır ve basamaklarda sürekli yükselerek zabıta müdürü olmuştur. Geçen hafta Veli, iki zabıta memurunun ceza kestiği bir iş yerine çağrılmıştı. Ceza kesilen kişi, iktidar partisi il başkanının yeğeni olan Aysun idi. İl Başkanı Mehmet Kalaycı da olay yerindeydi. Kalaycı, yeğenine haksız yere ceza kesildiğini savunuyordu. Zabıta memurları Veli Berber'e, Aysun Hanım'ın dükkanının açıkça sokağa sandalye-masa koyduğu ve trafiği engellediğini gördüklerini, kendisine onları kaldırmasını söylediklerini, Aysun'un ise kendilerine hakaret, hatta küfür ettiğini söylediler. Çevredeki esnaf da olayı görmüş ve uzaktan bakmaktadır ancak zabıta memurları lehine şahitlikten çekinmektedir. Veli gelmeden önce, Aysun trafiği engelleyen masaları kaldırmıştır. İl Başkanı Kalaycı ise hem Veli'yi hem de zabıta memurlarını şikâyet edip sürgüne göndermekle ve haksız işlem dolayısıyla dava etmekle tehdit etmektedir.

İşinden olacağı korkusuyla Veli Berber, memurlara durumu idare etmelerini, kesilen ceza notunu yırtmalarını ve işlem yapmamalarını emretti. Konu başkan yardımcısı olarak sizin önünüze geldi. Veli Berber'i işinden atar mısınız? Neden?

7- Yakınızda bulunan XYZ Koleji, puanı yüksek ve pahalı bir kolejdir. Lise çağındaki oğlunuzun hayali de orasıdır. Okul müdürüne durumu anlattığınızda, "Herkes kendi seviyesine göre düşünsün" gibi bir şaka yaptı. Yani hem mali durumunuzun hem de çocuğun seviyesinin düşük olmasına vurgu yaptı. Ancak, okul idaresi, binanın ruhsata aykırı bölümlerinden dolayı hukuki olarak güçlüklerle karşılaşmaktadır ve ruhsatı tehlikeye girmiştir. Siz, belediyede orta düzey bir yönetici (bilgi işlem müdürü) olmanıza karşın, ruhsatın iptali konusunda yetkili olan komisyonda (belediye encümeni) üye değilsiniz ve sizin bu konuda yapabileceğiniz bir şey yoktur. Ama, eve geldiğinizde gördünüz ki XYZ Koleji size ücret ödemediğiniz ve çocuğunuzun puanı yetmediği hâlde, oğlunuza kontenjan ayırmış ve bunu resmî olarak size bildiriyor. Oğlunuzu bu koleje yazdırır mısınız? Neden?

8- Bir hekim arkadaşınız, sizin belediye yöneticisi olduğunuz kentte, bir grup hekimin yapmayı planladıkları bir hekimler binasına sizin de yatırım yapmak isteyip istemediğinizi soruyor. Siz bilgi işlem müdürüsünüz ve bu yatırıma ilişkin herhangi bir karar verme yetkiniz yok. Hekimler kurdukları ortaklıkta pay satıyorlar yalnızca. Bu bina, şehrin hızla büyüyen bir kesimindeki bir alışveriş merkezinin hemen yanına kurulacak. Karşınızda kısa sürede bir hisseyi dörde belki de daha çoğuna katlama imkânı var. Paranız da var. Hekimler binasına yatırım yapacak mısınız? Neden?

9- Belediyenin 15 yeni araca ihtiyacı var. Belediyenin uygulaması, ihalelerde en düşük fiyatı verenden satın almayı gerektirmektedir. Yerel bir araba satıcısı 15 arabanın hepsi için 800.000 TL önerirken, 30 km ötedeki bir başka satıcı benzer donanımlı araçlar için 650.000 TL fiyat verdi. Arabaları daha yüksek fiyat isteyen yerel satıcıdan alabilir misiniz? Neden?

10- Mali hizmetler müdürüsünüz. Nazlı Edalı, değerli bir çalışandır. Bu bayan yıllardan beri sizinle çalışmıştır. Gerektiğinde güvenerek fazladan çalışma ve çaba göstermesini isteyebileceğiniz bir kimsedir. Ne zaman bir sorun varsa o, oradadır ve sizin için rahatsızlık verici durumları geçiştirmesini bilmiştir. Ona çok şey borçlusunuz. Geçenlerde, Nazlı size geldi ve bir süreden beri kasadan "ödünç" para aldığını ve bunları gizlemek için de sahte alındılar yazdığını anlattı. Aldığı paralar çok değildi, genelde 50 ya da 100 liraydı ve her seferinde aldığı parayı geri ödüyordu. Ancak bilinçaltı onu çok rahatsız ettiği için durumu açıklamak zorunda kalmıştı. Sizin personel politikalarınıza göre, onun yaptığı eylem açıkça işten atılma nedenidir. Onu işten atar mısınız? Neden?

11- Belediye yönetiminde çalıştığınız altı yıllık dönem sırasında milyonlarca liralık bir sürü sözleşmeyi denetlediniz. Bir özel şirketten reddetmeniz çok zor olan bir iş önerisi alarak, belediyedeki işinizden ayrıldınız. Ne yazık ki sizin denetiminiz dışında kalan kötü mali yönetim nedeniyle işiniz yürümedi. Tam zamanlı çalışabileceğiniz bir iş bulabilmek için yaklaşık beş ay zaman harcadınız. Bu süre içinde ayrıldığınız şirketin yeni sahiplerince, şirketi yeniden ayakları üzerinde durdurabilmek için, danışman olarak geri gelmeniz istendi. Onlarla toplam altı gün çalışabildiniz. Beklenmeyen bir biçimde belediye yönetimindeki eski işiniz açıldı. Başvurdunuz ve yeniden işe alındınız. Yaklaşık bir yıl sonra, belediye daha önceleri izlediklerinize benzer bir satın alma duyurusu yaptı. Üstünüz sizden satın alma komisyonunda görev almanızı istedi. Kabul ettiniz. Bundan kısa bir süre sonra, danışmanı olduğunuz eski firmanızın yeni sahiplerinden biri, işlerinizin nasıl gittiğini öğrenmek için size telefon etti. Konuşma çerçevesinde, bu satın alma işini sorarak, ihaleye kendilerinin de katılmayı düşündüklerini söyledi. Ona, bu konuyu tartışamayacağınızı söylediniz, o da fazla üstelemedi. Satın alma komisyon başkanlığından ayrılır mısınız? Neden?

12- ABCD Ticaret ve Sanayi Odasına konuk olarak bir pazar kahvaltı-öğle yemeğinde konuşma yapmanız istendi. Yemek esnasında, konuklardan bazıları, sizden belediye meclisinde görüşülmesi süren bir yerin imara açılması planları hakkında bilgi vermenizi istedi. Konuşmanızın sonunda oturum başkanı size eğitim ücreti yazan bir zarfın içerisinde makul bir miktar para uzattı ve açıkladı: "Bu, bize pazar sabahınızı vermenizin bir karşılığıdır." Ücreti kabul eder misiniz? Neden?

13- Bir süreden beri her gün, iki yakın devriyeden polis memurları, üç devriyenin görev alanlarının kesiştiği bir yere yakın bir lokantada kahve molası için buluşuyorlar. Genellikle çay ya da kahve ve kuru pasta alıyorlar. Bu devriyelerden birinde yeni görevlendirildiniz. Birinci gün kahve molasından sonra kasiyere hesabı ödemek için yürüdüğünüzde lokanta sahibi size, "Hesabınız yok." dedi. Öteki memurlar ödeme yapmadan çıkıyorlar. Siz hesabınızı öder misiniz? Neden?

14- Müjgan Dereli, sizin biriminizde uzun süreden beri çalışmış bir kişidir. En azından iş arkadaşlarının gözünde vicdan sahibi, belki de biraz çok vicdan sahibi ve dürüst olarak görülmektedir. Hep tam vaktinde işinde olur, beklenen tüm zamanı kullanır ve çok çalışır. Ancak herkesin de kendisi gibi olmasını beklediğinden, sık sık, yavaş hareket eden, uzun yemek arası kullanan ya da herkes hasta olmadığını bildiği hâlde hastaymış gibi telefonla bildiren öteki çalışanlardan yakınır.

Geçenlerde Müjgan, size müdürlüğün fotokopi makinasında izinsiz fotokopi yapan kimi memurlardan söz etti. Daha da kötüsü, Müjgan'ın görüşüne göre, bu kişiler müdürlüğün telefonunu iş günü boyunca kendi özel konuşmaları için kullanıyorlardı. Bu uygulamalara ilişkin bir genelge yayımladınız. Ama arkadaşlarınca Müjgan istenmeyen personel konumuna düştü. Şu sıralar, yeni ve prestijli bir görev için Müjgan en favori aday durumundadır. Sizin kanaatinizi sordular. Müjgan'ı o görev için önerir misiniz? Neden?

15. Aşağıdaki resmi dikkatle inceleyiniz. Kamu yönetiminde etik/ahlaki ilkeler ile bir ilgisini görebiliyor musunuz?

16. Doktor Ayşe Görmez hastalarından meyve, sebze gibi küçük hediyeler kabul etmektedir. Hediye getiren hastalardan birisi, sağlık güvencesi olmayan bir komşusunun kullandığı bir ilacı kendi reçetesine yazmasını talep etmiştir. Sizce Doktor Ayşe Görmez nasıl davranmalıdır?

[Bu örnek olaylar, Banaji, ve Max-Chugh (2003), Steinberg, ve Austern (1995), Kernaghan, ve Dwivedi (1983) ve Şen, (2012) den ilham alınarak yazar tarafından üretilmiştir].

ÖRNEK OLAY Hangi Davranış Daha Ahlakidir?

Gelişim Bakanlığı, X… Genel Müdürlüğü, Gelişim Y… İl Müdürlüğünde Sami Bey müdür olarak çalışmaktadır. Sami Bey çok iyi eğitim görmüş, görünüşte amirleri ve personeli tarafından çok sevilmektedir. Ancak müdür olabilmesi için mevzuat gereği doğu hizmetini yaparak Y.. İl Müdürlüğüne atanabilmesi mümkün iken, geçen yıl hatırlı tanıdıklarına giderek torpille kendisini önce istisnai bir göreve atatmıştır. Orada birkaç gün görev yaptıktan sonrada, eskiden beri memur olarak çalıştığı ve unvan yükselme sınavı sonucunda atanması gerekli müdürlüğe naklen yönetici olarak ataması yapılmıştır. Ayrıca müdür olmasını, memurluğu zamanından tanıdığı sık sık o müdürlükte işi olan ve işlerine kolaylık sağladığı iş sahibi Ökkeş Bey de yardımcı olmuştur. Bu nedenle iş sahibi Ökkeş Bey'e de minnet duymaktadır. Onun bütün taleplerini yerine getirmeye çalışmaktadır.

İş sahibi Ökkeş Bey işi gereği eskiden olduğu gibi, Sami Bey'in müdürlüğe atanmasından sonra da bu müdürlükte birçok işi olmaktadır. Sami Bey'in verdiği destekle işleri sıra beklemeden sorunsuzca yapılmaktadır. Ökkeş Bey çevrede iyi tanınmayan, menfaati için her şeyi yapabilecek karakterde bir kişidir. Bu nedenle Sami Bey'e arkadaşları ve çalışanları Ökkeş Bey'den uzak durmasını telkin ve tavsiye etmektedirler. Ancak Sami Bey, Ökkeş Bey hakkında söylenenleri dikkate almayıp, Ökkeş Bey'e sürekli ayrıcalıklar tanımakta, işlerinin çabuk bitmesi için diğer vatandaşlara ta nımadığı kolaylıkları Ökkeş Bey'e tanımaktadır. Ökkeş Bey de, Sami Bey'i dışarıda lüks mekânlarda yemeklere ve eğlencelere götürmekte ve onu ağırlamakta, ayrıca maddi destek de sağlamaktadır. Ökkeş Bey her işi bittiğinde Sami Bey'e hediyeler de almaktadır. Sami Bey de hediyeleri kabul etmektedir. Bu durumu bilen müdürlük personeli rahatsız olmakla birlikte bir şey yapmamaktadır.

Memur Merve Hanım müdürünün bu tutumundan son zamanlarda rahatsız olmaktadır. Bu nedenle müdürü Sami Bey'e tepki vermeye başlamıştır. Yaşanan olaylara olan kızgınlığından dolayı, fevri davranışları olmaktadır. Ökkeş Bey'e de müdürünün tanıdığı ayrıcalığı tanımamaktadır. Ökkeş Bey, Merve Hanım'ın kendisine ayrıcalık tanımaması gibi davranışlarının önüne geçmek için bir gün, Merve Hanım'a işlerinde kolaylık sağlaması ve kendisine ayrıcalıklı davranması için, küçük bir paket içinde altın iki bilezik hediye etmek ister. Merve Hanım kendisine yapılan bu teklifi reddeder ve iş arkadaşlarının yanında Ökkeş Bey'e bağırır ve kızar. Ökkeş Bey çok zor durumda kalmış ve kendini haklı hâle getirmek için oradakilere; Merve Hanım'ın işini geciktirdiğini, hediyeyi bu nedenle istediğini, etraftakilerin bu hediyeyi gördüğü için almayarak böyle davrandığını, kimse görmeseydi hediyeyi alacağını anlatmaya başlamıştır.

Müdürlüğün hizmetli kadrosunda bulunan Ali Bey çok dürüst ve herkes tarafından sevilen ve takdir gören birisidir. Üniversitede ve lisede çocuk okutmakta, eşi de çalışmamaktadır. İş sahipleri kendisine bahşiş ve hediyeler teklif etseler de hiçbirini kabul etmemektedir. Çocuklarının okul masrafları için akşamları mesai saatleri dışında taksi şoförlüğü yaparak ek gelir elde etmektedir.

Memur Merve Hanım ile iş sahibi Ökkeş Bey'in olayına en yakın tanık hizmetli Ali Bey'dir. Ökkeş Bey'in bu suçlamalarına karşı Merve Hanım, Ali Bey'in doğruları söyleyeceğinden emindir.

Müdür Sami Bey tartışma üzerine odasından çıkarak tartışma olan yere gelir. Ökkeş Bey, Müdür Sami Bey'e Merve Hanım'dan şikâyetçi olduğunu söyler ve şikâyetlerini anlatır. Merve Hanım kendisini savunur ve haklı olduğunu ispat etmek için hizmetli Ali Bey'i tanık gösterir. Sami Bey de memur olduğu zamandan beri memuru Merve Hanım ile çalışmak istememektedir. Çünkü Merve Hanım'ın kendisini ihbar edebileceğinden korkmaktadır. Bir fırsatını bulup nasıl tayinini çıkarttırırım diye eskiden beri düşünmektedir.

Müdür Sami Bey odasına önce hizmetli Ali Bey'i çağırır, Merve hanımın aleyhine tanıklık yapmasını, aksi hâlde akşamları mesai saati dışında yaptığı taksi şoförlüğüne göz yumamayacağını ve hakkında soruşturma açacağını belirtir. Ali Bey sessiz kalır ve bir şey söylemez. Müdür Sami Bey hizmetli Ali Bey'in istediği ifadeyi vereceğine emindir. Müdür Sami Bey iş sahibi Ökkeş Bey'e, Merve Hanım ile ilgili şikâyet dilekçesi yazdırır ve şikâyet ettirir.

Şikâyeti incelemek için muhakkik Ahmet Bey görevlendirilmiştir. Ahmet Bey'in görevlendirildiğini duyunca müdür Sami Bey çok sevinir. Çünkü geçmişten arkadaşlıkları vardır. Muhakkik Ahmet Bey inceleme ve soruşturmaya geldiğinde, Müdür Sami Bey her hâliyle taraflı ve memuru Merve Hanım'ın aleyhinde ifadeler kullanarak Ahmet Bey'i etkilemeye ve yönlendirmeye çalışmaktadır. Tecrübeli muhakkik Ahmet Bey'in bu durum dikkatinden kaçmamıştır. Tanık hizmetli Ali Bey olayı dosdoğru muhakkik Ahmet Bey'e anlatır ve yazılı yeminli ifadesini verir. Muhakkik Ahmet Bey gerçekleri öğrenir. Müdür Sami Bey'in yönlendirmelerine rağmen yapılması gerekenleri yapar. Düzenlediği raporunda Sami Bey'in müdürlük görevinden alınmasını, adli ve idari yönden cezalandırılmasını ister. Ökkeş Bey'in de devlet memuruna haksız isnattan dolayı hakkında savcılığa suç duyurusunda bulunulmasını talep eder. Ayrıca Merve Hanım ve hizmetli Ali Bey'in örnek davranışları ve etik davranış ilkelerine uymalarından dolayı ödüllendirilmelerini teklif eder.

Sonuçta; Müdür Sami Bey ile iş sahibi Ökkeş Bey mahkemede yargılanmış ve ceza almışlardır. Sami Bey müdürlük görevinden alınmıştır. Memur Merve Hanım ile hizmeti Ali Bey örnek ve iyi yöndeki davranışları ile görevlerini yerine getirirken etik davranış ilkelerine uymaları nedenleriyle amirleri tarafından ödüllendirilmiştir.

Tartışma Soruları

Örnek olayda, hangi etik davranış ilkeleri ihlal edilmiştir?

Olay kahramanlarının davranışları sizce etik mi?

Olay kahramanlarının yerinde siz olsaydınız nasıl davranırdınız?

Olay kahramanlarının karşı karşıya kaldığı etik ikilemler var mıdır?

Bu tür etik dışı davranışların olmaması için kamu kurumlarında neler yapılabilir?

Olaydaki kahramanların tutum ve davranışlarını doğru ve yanlış yönleri ile birlikte ayrı ayrı değerlendirin (Karataş, 2013).

KAMU GÖREVLİLERİ ETİK SÖZLEŞMESİ

Bu sözleşme, 13.4.2005 tarih ve 25785 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" gereği kamu görevlilerine imzalatılmaktadır.

Kamu hizmetinin her türlü özel çıkarın üzerinde olduğu ve kamu görevlisinin halkın hizmetinde bulunduğu bilinç ve anlayışıyla;

* Halkın günlük yaşamını kolaylaştırmak, ihtiyaçlarını en etkin, hızlı ve verimli biçimde karşılamak, hizmet kalitesini yükseltmek ve toplumun memnuniyetini artırmak için çalışmayı,

* Görevimi insan haklarına saygı, saydamlık, katılımcılık, dürüstlük, hesap verebilirlik, kamu yararını gözetme ve hukukun üstünlüğü ilkeleri doğrultusunda yerine getirmeyi,

* Dil, din, felsefi inanç, siyasi düşünce, ırk, yaş, bedensel engelli ve cinsiyet ayrımı yapmadan, fırsat eşitliğini engelleyici davranış ve uygulamalara meydan vermeden tarafsızlık içerisinde hizmet gereklerine uygun davranmayı,

* Görevimi, görevle ilişkisi bulunan hiçbir gerçek veya tüzel kişiden hediye almadan, maddi ve manevi fayda veya bu nitelikte herhangi bir çıkar sağlamadan, herhangi bir özel menfaat beklentisi içinde olmadan yerine getirmeyi,

* Kamu malları ve kaynaklarını kamusal amaçlar ve hizmet gerekleri dışında kullanmamayı ve kullandırmamayı, bu mal ve kaynakları israf etmemeyi,

* Kişilerin dilekçe, bilgi edinme, şikayet ve dava açma haklarına saygılı davranmayı, hizmetten yararlananlara, çalışma arkadaşlarıma ve diğer muhataplarıma karşı ilgili, nazik, ölçülü ve saygılı hareket etmeyi,

* Kamu Görevlileri Etik Kurulunca hazırlanan yönetmeliklerle belirlenen etik davranış ilke ve değerlerine bağlı olarak görev yapmayı ve hizmet sunmayı taahhüt ederim.

Kaynakça

Aktan, C. C. (1999). *Kirli devletten temiz devlete***.** Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.

Aktan, C. C. (2017), Kamu hizmetlerinde ahlak kuralları, http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/yolsuzlukla-mucadele-stratejileri/ahlak-kodlari/kamu-hizmetlerinde-ahlak-kurallari.htm, (06.05.2017).

Ateş, H., Güloğlu, T. ve Es, M. (2009). *Gümrük hizmetleri ve etik*. Ankara: Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu.

Banaji, M. B., & Max-Chugh, D. (2003). How (un) ethical are you?: Ideas with impact. *Harward Business Review*, 81(12), 3-10.

Berkman, Ü. (2009). *Dünyada ve Türkiye'de iş etiği ve etik yönetimi*. İstanbul: TÜSİAD.

British Broadcasting Corporation. (2017). *Türkiye yolsuzluk algı endeksinde 9 basamak düştü*. http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-38743141 adresinden 25 Haziran 2017 tarihinde edinilmiştir.

Çalık, K. (2012). *Kamu yönetiminde etik değerlerden sapma: Bir kamu örgütü üzerine alan araştırması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Denhardt, K. G., (1989). Management of ideals: A political perspective on ethics. *Public Administration Review*, *Mart/Nisan*, 187-193.

Denhardt, R. B. (1989). *Public administration: An action orientation*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace.

Dunsire, A. (1999). Then and now: Public administration, 1953-1999. *Political Studies*, *47*(2), 360-378.

Eryılmaz, B. (2008). Etik kültürü geliştirmek. *Türk İdare Dergisi*, *459*, 1-13.

Frederickson, G. (1993). *Ethics and public administration*. New York: M.E. SharpeSteinberg.

Karataş, Y. (2013). *Kamu görevlileri etik davranış ilkeleri ve etik mevzuatı.* Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü Aday Memur Eğitim Programı bilgi notu, Ankara.

Kernaghan, K., & Dwivedi, O. P. (1983). Public service ethics: Issues and ideas. In K. Kernaghan ve O. P. Dwivedi (Eds.), *Ethics in the public service: Comparative perspective* (pp. 1-11). Brussels: IIAS

Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik. (2005). *Resmî Gazete*, 25785, 13 Nisan 2005.

Kamu Görevlileri Etik Kurulu. (2014). *Kamu görevlileri etik rehberi*. Ankara.

Koçak, S. Y. ve Yüksel, G. (2010). Türk kamu yönetiminde etik ve Kamu Görevlileri Etik Kurulu. *Bilgi Dergisi*, *21*, 73-95.

Nohutçu, A. (2004). Etik ve kamu yönetimi. M. Acar ve H. Özgür (drl.), *Çağdaş kamu yönetimi II* içinde (s. 389-411) Ankara: Nobel Yayıncılık.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (1996). *Ethics in the public service: Current issues and practive.* Paris, France.

Özarslan, E. O. ve Görgülü, B. (2016). *Türkiye'de yolsuzluk: Yasalar, uygulamalar ve riskli alanlar*. İstanbul: Uluslararası Şeffaflık Derneği.

Özdemir, M. (2008). Kamu Yönetiminde Etik, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 ()7, 179-195.

Özsemerci, K. (2005). *Türk kamu yönetiminde yolsuzluk ve yozlaşmanın kültürel altyapısı*. Sayıştay Dergisi, *58*, 3-20.

Saylı, H. ve Uğurlu, Ö. Y. (2007). Kurumsal itibar ve yönetsel etik ilişkisinin analizine yönelik bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 12*(3), 76-96.

Steinberg, S. S. ve Austern, D. T. (1995). *Hükümet, ahlak ve yöneticiler* (çev. T. Ergun). Ankara: TODAİE

Şen, M. L. (2012). Kamu görevlileri etik rehberi (3. basım). Ankara: KGEK Yayını.

Taylor, J. W. (1918). The Athenian ephebic oath. *The Classical Journal*, *13*(7), 495-501.

Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği. (2003). Kamu hizmetinde etik: Güncel konular ve uygulama. İstanbul: Yazar.

Usta, A. (2010). Kamu görevlisinin etik amaç ve ahlaki yükümlülüğüne yönelik bir değerlendirme. *Türk İdare Dergisi*, *468*, 159-181.

Uzun, Y. (2011). Kamu idarelerinde etik yönetim. *Sayıştay Dergisi*, *80*, 33-56.

Waldo, D. (1955). *The study of public administration*. New York: Random House.

Yüksel İnal, G. (2012). *Kamu yönetiminde merkezileşme: Bir otorite olarak Kamu Görevlileri Etik Kurulu*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Steinberg, S. S. ve Austern, D. T. (1995). *Hükümet, ahlak ve yöneticiler* (çev. T. Ergun). Ankara: TODAİE. .

Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü. (2009). *Kamu etiği sempozyum bildirileri*. Ankara: TODAİE Yayınları.

Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu. (2009). *Yolsuzluğun önlenmesi için Etik Projesi. Kamu etiği akademik araştırmaları* (C. 1, 2, 1-143). Ankara: Yazar.

Yüksel, C. (2005). *Devlette etikten etik devlete: Kavramsal çerçeve ve uluslararası uygulamalar*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.

PROFESYONEL MESLEKLER VE İŞ AHLAKI

Özdenetim İmkanı Olarak Medya Ahlakı
Hediyyetullah Aydeniz

Psikoloji ve Ahlak
Halil Ekşi & Durmuş Ümmet

Hukuk ve Ahlak Arasındaki İlişki
Abdulkadir Yıldız

Öğretmenlik ve Ahlak
Feride Ersoy

11

Öz Denetim İmkânı Olarak Medya Ahlakı

Hediyetullah Aydeniz

Tartışma Soruları

- Medya ahlakı kavramı nedir, size neyi ifade ediyor?
- Evrensel düzeyde uygulanabilir ve takip edilebilir bir medya ahlakından söz edilebilir mi?
- Türkiye'de medyanın kurumsallaşması ve meslek ilkelerinin oluşması konusunda neler söylenebilir?
- Türkiye modernleşmesini dikkate alarak medyanın siyasal-toplumsal düzen içerisindeki konumu nedir ve gazetecilik meslek ilkelerini belirleyen unsurlar nelerdir?
- Medya ahlakı, iletişim ahlakı, öz denetim, idari denetim ve yargısal denetim kavramlarını tanımlayarak birbirleriyle ilişkisini tartışınız.

Giriş

Osmanlı topraklarındaki ilk Türkçe gazete 1828'de Kahire'de yayımlanan Vakayi-i Mısriyye ve İstanbul'da 1831'de çıkarılmaya başlanan Takvim-i Vekayi'dir. Bu iki tarih aynı zamanda basın tarihimizin başlangıcına işaret etmektedir. Kahire'de yayımlanan ilk Türkçe gazete olan Vakayi-i Mısriyye'nin 1828 tarihli ilk sayısının Mukaddime'sinde (Başyazı) (1244/1828) temeddün (medenileşme), ictimâ (toplanmak, biraraya gelmek), î'tilâf (uyuşma, anlaşmaya varma) ve ihtilât (görüşüp temas etme) kavramlarıyla dile getirilen insan tabiatının dört temel unsuru ile birlikte "mizâc-ı vakte vâkıf olma (zamanın ruhunu kavrama) ve keyfiyet-i hâle ârif olma" (olan biteni hakkı ile bilme) terkipleri kullanılmaktadır. Bu çerçevede gazete, *akıl sahiplerinin gönül aynalarını aydınlatan* (nûr-âver-i mir'ât-ı kulûb-ı uli'l-elbâb), zamanın ruhunu kavrama ve olan biteni hakkı ile bilme noktasında insana yardımcı olacak bir araç olarak konumlandırılmıştır.[1] 1831'de İmparatorluğun baş-

1 Detaylı bir inceleme için bk. (Yazıcı, 1991)

kenti İstanbul'da çıkan ilk Türkçe gazete olan Takvim-i Vakayi'de ise bu yeni aracın, "fenn-i celil" olarak nitelendirilen tarih ilminin yeni bir formu ve imkânı olarak konumlandırıldığını görmekteyiz ("Mukaddime-i Takvim-i Vekayi", 1247/1831)[2]. Burada yeni bir tarih yazımına ve çabasına işaret edilmektedir. Takvim-i Vekayi'nin çıkarılması ile gazetecilik, yeni dönemin yeni araçlarıyla vakanüvislik olarak görülmüştür. Burada da karşımıza çıkan kavramlar ve terkipler, gazetenin ötesinde matbuat ve medya ile ilişkilendirilen anlamlar ve tartışmalarla ilgili sosyokültürel ve entelektüel hafızamıza olduğu kadar medyanın konumlandırılması ve sorumlulukları bağlamında da bir tarihsel sürekliliğe işaret etmektedir (Aydeniz, Gökçek ve Karaköse, 2016).

Medya ahlakının ortaya çıkışı ve ilişkilendirildiği en önemli medya içeriği haberdir; dolayısıyla medyanın bilgilendirici içeriğidir. İlk gazetelerimizde ortaya konulan kavram ve terkiplerle ifade edilen hususlar günümüze kadar devam eden medyanın işlevi, sorumlulukları ve ahlakı konusunda da yapılacak çalışmalar için bir kalkış noktası potansiyeli barındırmaktadır (Aydeniz ve diğerleri, 2016):

> Sened-i sahih, itibara şâyân, rivâyet-i sahiha, kavî delil, vukû'u zamanında neşr u ilân, esbâb-ı hakikiye, âmmeye neşr etmek, izâl-i cehl, tahkik-i vükûât ve havâdisât, erbâb-ı akl, ma'lumât-ı kâfiye, memleketin ma'amur olması, beyan-ı efkâr etmek, milel-i mütemeddine, neşr-ü beyana vasıta olmak, umum halkın kolaylıkla anlayabileceği mertebede, sarfı zihin eylemek, tercümanı efkar, gazete lisanı, umuma hizmet etmek.

Burada ifadesini bulan güvenilir kaynak, güvenilir olma, doğru anlatım, güçlü delil, yayının güncelliği, olayın gerçek nedenleri, cehaleti ortadan kaldırmak, olay ve haberlerin araştırılması, medeni milletler, yayın ve açıklamaya aracılık etmek, düşünceye aracılık, gazetede dili gibi kavram ve terkipler, medyaya yüklenilen görevin ilkelerini ve sorumluluklarını da ifade ettiğini görebilmekteyiz.

"Zamanın ruhunu kavrama" olarak günümüz Türkçesiyle ifade edebileceğimiz "mizâc-ı vakte vâkıf olma"ya katkıda bulunan bir konumlandırma ile gazeteye ve genelde matbuat dünyasına yüklenilen anlam aslında bir varsayım ve ihtiyaca dayanıyor. O da makro gidişata işaret eden "zamanın ruhunu kavrama" ve mikro alanlara işaret eden "olup biteni hakkıyla bilme" ve anlama meselesidir. Osmanlı modernleşmesi ve dolayısıyla Türkiye'de modernleşme çalışmaları çerçevesinde medyanın görülmesi, değerlendirilmesi, işlevselleştirilmesi ve okunması daha açıklayıcı ve anlamlı olacaktır. Medyaya yüklenilen anlamlar, siyasal toplumsal konumuna ilişkin ona atfedilen değerler ve sistem içi işlevselleştirmeler meslek pratiğini ve ilkelerini de büyük oranda belirlemiştir.

2 Detaylı bir inceleme için bk. (Yazıcı, 1983)

Ceride-i Havadis'te[3] ifadesini bulan bilgili, eğitimli, sanayisi ve ticaretiyle düzen ve refaha erişmiş Avrupa ve medeni milletler gibi olma arayışını, Avrupalılığın resmî program olarak ilanı olan Tanzimat'tan sonra siyasal ve toplumsal tüm düzlemlerde görmek mümkündür. Bu arayışların Devlet-i Aliyye'yi çöküşten kurtaracağına ve bu çerçevede matbuatın da önemli bir gelişme aracı ve göstergesi olduğu değerlendirilmektedir. Medya ve iletişim çalışmaları açısından önemli bir tarihî değere sahip olan ve Batı tarihi dâhil medya ile ilgili ilk doktora tezlerinden birisi olan Ahmet Emin Yalman'ın çalışması bu çabanın önemli bir örneğidir. Gelişme (*development*) kavramının merkeze alındığı Ahmet Emin Yalman'ın tezi, Amerika'da Colombia Üniversitesinde hazırlanmış ve 1914 tarihinde yayımlanmıştır: "*The Development of Modern Turkey Measured by Its Press*". Ahmet Emin Yalman, tezinin kısa önsözünde anlattığı tezin amacını ve Osmanlı modernleşmesinin serencamını iyi özetlemektedir. Osmanlı modernleşme çabalarının bir başarıya, gelişmeye ve siyasal-toplumsal varlığını sürdürmeye imkân vereceğini ve gazetenin de burada önemli bir varoluşsal araç olduğunu Yalman'ın tezinde görmekteyiz. Bu halet-i ruhiyesini en iyi özetleyen tezin önsözündeki şu ifadeleridir:

> Türkiye'nin çöküşte olduğuna dair bir çok metin batılı dillerde yazılmıştır, yazılıyor. Türkiye, yabancı güçler arasında bölünecek bir çorba olarak görülüyor. Fakat çok azı, Türkiye'nin gelişimi ve gelişmek için verdiği mücadeleyi konu edinmiştir. Bu çaba [tez], sadece hayatta kalması ve daha iyi olması için verdiği mücadelesiyle Türkiye ile ilgili bir bakış açısı verme çabasıdır. Basın, bir indeks ve ölçü olarak seçilmiştir. Çünkü basın daima Modern Türk hareketinde öncü bir faktör olmuştur (Yalman, 1914, s. 5).

Medya tarihimizin ilk yayınlarının metinlerinden ve bu alandaki ilk akademik çalışmada medyaya modernleşme sürecimiz içinde biçilen rol ve bu alandaki profesyonellerin kendisini nerede gördüğüne ilişkin bu çerçeve, Türkiye'deki medya meslek pratiğini ve mesleki prensipleri büyük oranda etkilemiş ve belirlemiştir. İki yüz yıldır yaşadığımız sorunlarımızın kaynağının *bilme*, *kavrama* ve *anlama* olduğundan hareketle medyaya ve medya profesyonellerine görev ve sorumluluklar yüklendiğini söylemek mümkündür. Bu çerçeveden hareketle hem Batı örneklerinde hem de Türkiye için medya ahlakını konuşmak, aynı zamanda medyanın siyasal-toplumsal düzen içinde konumlandırıldığı yeri tespit etmekle başlar.[4] Bu çalışmada öncelikle medya ahlakını konuşa-

3 Takvim-i Vekayi ve Ceride-i Havadis'in mukaddimelerinin karşılaştırmalı analizi için bk. (Yazıcı, 1984)

4 Türkiye'nin modernleşme tecrübesini de dikkate alarak medyanın siyasal-toplumsal sistem içerisindeki konumu, medyaya yüklenilen anlam, bu çerçevede medya ve iletişim eğitiminin ve araştırmalarının akademideki yapılanması ve ortaya konulan çabalarla ilgili detaylı bilgi için bk. (Aydeniz, 2016).

bilmek noktasında siyasal-toplumsal düzen içerisinde medyanın konumuna kısaca değinilecek ve bu çerçevede meslek örgütlerinin ortaya koyduğu iş yapma pratiklerine bakılacaktır. Batı deneyimi bağlamında medyanın nasıl davranması ve iş üretmesi gerektiği konusundaki tartışma ve arayışlar, gazetenin ortaya çıkışıyla birlikte başlamıştır. Medyanın vaat ettiği veya söz verdiği ile taşıdığı tehlikelerin üzerinde durularak bu tür arayışlar ve davranış kodları belirlenmeye çalışılmıştır.

Medya ahlakının Türkiye'deki çerçevesini ortaya koyan ve bu alanda belli bir zeminde konuyu ele almaya imkân veren dört temel kaynaktan söz edilebilir. Medya ahlakı ile ilgili yararlanılabilecek ilk çalışmalar hukuki düzenlemelerin ortaya koyduğu yasa metinleridir (nizamname, kararname, kanun, anayasa). İkinci önemli ana kaynak grubunu medya profesyonellerine ait meslek örgütlerinin, mesleğin meşruiyetini ve işleyişini sağlamayı hedefleyen meslek ilkeleri bildirgeleri (Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniye, Basın Birliği, İstanbul Gazeteciler Cemiyeti, Basın Şeref Divanı, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Basın Konseyi vs.) oluşturmaktadır. Medya ahlakının üçüncü bir bölüm kaynağı da iletişim fakültesi veya gazetecilik yüksek öğretim kurumları olarak akademide yapılan çalışmalardır. Dördüncü bir kaynak grubunu ise bir kısmı telif, çoğunluğu derleme olarak Batı dillerinden yapılan tercüme eserlerden oluşan yayınlar teşkil etmektedir.

Osmanlı'dan günümüze yaklaşık iki yüz yıla yaklaşan medya tarihimizin önümüze koyduğu tarihsel deneyimden hareketle, medya ahlakı ile ilgili tartışmaların ve örnekliğin en önemli kaynağı olan bu konudaki Batılı birikime de değinerek Türkiye özelinde medya ahlakı ele alınmaya çalışılacaktır. Medyanın kavramsal çerçevesi, medya türleri ve medya içeriklerinin belirlemesiyle medya ahlakının tekabül ettiği mesleki uygulamanın çerçevesi tespit edilmeye çalışılacaktır. Bununla birlikte medya ahlakının ortaya çıkışı, tarihsel dönüşümleri ve farklı toplumlardaki medya rejimlerini ortaya koyan kuramsal çabalar fazla ayrıntıya girmeden belirtilecektir. Türkiye'deki medya ahlakıyla ilgili tartışmaların ve mesleki ilkelerin tespitinin kaynaklarından birisi olduğu için bu hususlara değinmek önemlidir. Bu tarihsel ve kuramsal arkaplana değinildikten sonra medya mesleki kodlarıyla ilgili en kapsamlı çalışmalardan birisi olan Türkiye Gazeteciler Cemiyetinin Gazetecilerin Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi metninden hareketle temel sorun alanları ve medya profesyonellerinin işlerini yaparken bu sorunlara yönelik ortaya koydukları ilkeler ve çözüm yolları üzerinde durulacaktır.

Kavramsal ve Kurumsal Yapı Olarak Medya

Bir kavram olarak medyanın anlam dünyasına bakıldığında yapılan en kapsamlı tanımlardan birisi John Fiske'e aittir: *Medium/media* kavramı iletişimin hızı veya alanını, kanallarını genişleten teknolojik yenilikler, iletişimin araçları/

medyası (*media of communication*) olarak görülebileceği şeklinde tanımlanmaktadır. Bazen kitle iletişim araçlarına gönderme yapmak için de kullanılır (*means of communication*). Fakat genellikle radyo, televizyon, gazeteler, kitaplar, fotoğraflar, filmler ve ses kayıtlarını sağlayan araçların teknik biçimlerine gönderme yapar (O'Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery ve Fiske, 1994, s. 176-177). Bu teknik biçimlerin kitle iletişim aracı anlamında araç hâline gelmesi noktasında ise Neil Postman'ın teknoloji ve araç arasındaki ayırıcı tanımı açıklayıcı niteliktedir: "Araç, bir makinenin yarattığı toplumsal ve entelektüel ortamdır." (Postman, 1994, s. 97).

Bu çalışma çerçevesinde kullanılan medya kavramının araçsal zemini ise gazete, radyo, televizyon, internet gibi kitle iletişim araçlarıdır. McQuail'in tasnifini kullanırsak medya kavramının kuramsal düzeyde tekabül ettiği alan da basılı medya (gazete, dergi), işitsel medya (radyo), görsel medya (televizyon) ve yeni medya (mobil dâhil dijital medya olarak da ifade edilebilir) olmak üzere dört medya türüdür (McQuail, 1994, s. 13-20). Bu dört medya türünün ürettiği içerik ve verdiği hizmet tasnif edildiğinde ise bilgilendirici içerik (haber, yorum), eğlendirici içerik ve reklam-ilan-pazarlama içeriği olarak üçlü tasniften söz edilebilir (Aydeniz, 2011). Buradan hareketle şimdiye kadar oluşmuş bilgi birikimi ve alanla ilgili literatürde "medya ahlakı" meselesinin, medyanın bir organizasyonel yapı ve birden fazla sektörün biraraya geldiği çoklu mesleklerin içinde yer aldığı tüm kurumsal işleyiş ve aktörleriyle ilgili olmadığını belirtmek gerekir. Reklam[5] ve halkla ilişkiler[6] sektörünün öz denetimine ilişkin ortaya koydukları meslek ilkeleri olmakla birlikte medya ahlakı, medyanın bilgilendirici içeriğinin üretimi ve aktörleriyle ilgili bir tartışma ve çalışma alanı olarak tanımlanmıştır. Basın etiği ve medya etiği olarak da kavramsallaştırılan bu konu, aslında gazetecilik etiğidir. Yani metnin girişinde Vakayi-i Mısriyye'nin ilk sayısına atıfla belirtilen zamanın ruhunu kavrama ve olup biteni hakkıyla bilme noktasında medyanın gördüğü işlev ve bu süreçte gerçekleşen iş pratiğinin normlarından söz edilmektedir. Bir mesleğin iş pratiğinin genel yaklaşımlarını ve normlarını ele alan bir çalışma olarak medya ahlakı kavramı anlam kazanmaktadır.

Modern Toplumda Medyanın Konumu ve Normatif Medya Kuramları

Toplumların örgütlenmesi ile haberleşme sistemi arasında doğrudan bağlantı olduğu konusundaki yaklaşımdan hareketle medyanın modern toplum yapılanmasındaki yerinin tespiti, bir yandan bir meslek ve kurumsal yapılanma

5 Reklamcılık sektörünün bu yöndeki yaklaşımına ilişkin olarak bk. Reklam Özdenetim Kurulu (t.y).

6 Halkla İlişkiler sektörünün de belirlediği mesleki ilkeleri barındıran çeşitli beyannameleri bulunmaktadır. Bu konuda bk. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği ([TÜHİD], t.y.).

olarak medyanın meşruiyeti, işlevi, sorumlulukları ve varoluşuna dair tartışma ve yaklaşımları ortaya koyarken diğer yandan da medya ahlakına ilişkin genel yaklaşımlar ve normlar üzerinde durma imkânını da vermektedir. Bu genel yaklaşımlar ve normlar, Batı deneyimi bağlamında son iki yüz yıllık modern toplum kavramının tekabül ettiği tarihsel süreç ve bu süreç boyunca medyanın sistem içindeki konumu üzerinden takip edilebilir. Türkiye açısından ise Osmanlı modernleşmesi ve imparatorluktan ulus devlete geçiş ve yüzyıla yaklaşan cumhuriyet deneyimi üzerinden izlenebilir. Türkiye'deki medya ahlakı tartışmalarında da önemli bir bilgi kaynağı ve modelleme örneği olduğu için Batı özelinde medyanın toplumsal konumu, medya ahlakı ile ilgili temel kuramsal çabalar ve etik ilkelerin eleştirel bir yaklaşımla özce ifade edilmesinin bu çalışma kapsamında yeterli olacağı düşünülmektedir.

Avrupa'da yeni bir uluslararası sistemin oluşması 1648 tarihli Westfalya Anlaşması'na kadar geri götürülmekle birlikte (Lee, 2002, s. 129-130) 1789 Fransız Devrimi, modern ulus devletin oluşum tarihi olarak yeni bir milattır. On beşinci yüzyılın ikinci yarısından itibaren Gutenberg matbaasının etkisiyle kültürel hayatta, Rönesans ile bilimsel ve sanatsal hayatta, Reformasyon ile dinî hayatta, Endüstri Devrimi'yle üretim yapısı ile ekonomik hayatta ve Aydınlanma ile felsefi-düşünsel hayatta yaşanan dönüşümlerin kapsamlı yeni mücessem bir siyasal-toplumsal düzene evrildiği tarih olarak Fransız Devrimi, medya ve medya ahlakı açısından da önemlidir. Fransız Devrimi sonrasında başlayan bu yeni siyasal-toplumsal yapılanmanın en önemli kurumlarından biri medyadır. Basılı medya olgusunun tarih sahnesine çıkması olan gazeteciliğin saygınlık kazanması, bir meslek olarak kabulü ve siyasal-toplumsal sistemin güç dağılımında erkler sıralamasında dördüncü güç olduğu tartışmaları, bu süreç ve sonrasında yaşanmıştır. Modern ulus devlet yapılanmasında elde ettiği konum ve meşruiyet çerçevesinde medyanın nasıl davranması ve iş üretmesi gerektiği konusundaki tartışma ve arayışlar bu tarihten itibaren günümüze kadar varlığını sürdürmektedir. Bu çerçevede hem olan hem de olması gereken boyutuyla medyanın işleyişini ortaya koyan yaklaşımlar, aslında medya etiği ve medya-ahlak ilişkisini de tartışmamıza imkân vermektedir. Normatif medya kuramları başlığı altında tasnif edilen bu yaklaşımlar *otoriter, liberal, totaliter, sosyal sorumluluk, gelişmeci ve katılımcı-demokratik* medya kuramları olarak beşli tasnife tabi tutulmuştur (McQuail, 1994, s. 122-132).

Batı Avrupa özelinde gazeteciliğin ortaya çıktığı ilk yüzyıllarda siyasal sistemin krallık merkezli işlemesini de ortaya koyan totaliter medya kuramı, başta kral olmak üzere yönetici elitler merkezli bir medya anlayışını ifade etmektedir. Günümüz hakim medya ahlakı tartışmalarını da yansıtan liberal medya kuramı ise Fransız Devrimi sonrasında başlayıp İkinci Dünya Sa-

vaşı'na kadar etkin olan ve "bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" anlayışı çerçevesinde, serbest piyasanın doğal işleyişinde hakikatin ve iyinin ortaya çıkacağını varsaymaktadır. Yirminci yüzyılın birinci yarısında Batı'da yaşanan faşizm deneyiminden hareketle liberal medya kuramının revizyonu olarak da görülebilecek olan normatif medya kuramı ise İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan *sosyal sorumluluk kuramı*dır. 1917 Bolşevik Devrimi sonrasında şekillenen Sovyet Rusya örneğinden hareketle bir ideoloji etrafında bütün toplumun şekillendirildiği ülkelerin medya sistemini izah eden kuram *totaliter medya kuramı*; modernleşme kuramı çerçevesinde batı dışı toplumların siyasi, toplumsal, kültürel ve ekonomik boyutlarıyla modernleşmesinde kitle haberleşme araçlarının rolünü açıklayan kuram ise *gelişmeci medya kuramı*dır. Yeni medya ile birlikte ortaya çıkan *katılımcı-demokratik medya kuramı* da medyaya ilişkin normatif bir başka kuramdır. 19. yüzyıldan 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar hakim paradigma olan liberal teori, ikinci dünya savaşından sonra etkin olmaya başlayan sosyal sorumluluk kuramı, otoriter ve totaliter normatif medya kuramları, medyanın siyasal-toplumsal düzen içerisindeki konumunu, sahip olduğu hakları ve üstlendiği sorumlulukları da izah eden açıklama çabalarıdır. Medya ahlakı tartışmalarında hakim kuramsal çerçeve, liberal kuramdır. Sosyal sorumluluk ve katılımcı demokratik medya kuramında ortaya konulan teorik izahlar da liberal kuramın revizyonu ve devamı olarak görülmektedir. Normatif medya kuramları olarak yapılan tasnifte ifadesini bulan otoriter, totaliter, gelişmeci, sosyal sorumluluk ve katılımcı-demokratik medya kuramlarının tümü de yine liberal medya kuramının bilgi paradigmasından ve liberalizmin siyasal-toplumsal düzenin belirleyici karakteri olduğu Batılı teorisyenler tarafından ortaya konulduğunu belirtmekte fayda var. Bu normatif medya kuramları arasında gelişmeci medya kuramının Batı dışı toplumların deneyimini izah etmeyi hedeflediğini ve modernleşme kuramından hareketle tasnife dâhil edildiğini söylemek gerekir. Türkiye'de medya ahlakı ile ilgili tartışmalar da bu birikimin ve tartışmaların birer yansıması olarak değerlendirildiğinde konunun daha net anlaşılır olabileceği düşünülmektedir.

Tablo 1.
Basının Dört Kuramı
1956 yılında Frederick Sibert, Thomas Peterson, Wilbur Schramm'ın yayımladığı Four Theories of the Press adlı kitapta yer alan dört kurama dair genel bilgiler.

	Otoriter	Liberter	Toplumsal Sorumluluk	Sovyet-Totaliter
Gelişimi	16 ve 17. yüzyıl İngilteresi; yaygın biçimde uyarlanmıştır ve hâlâ bazı yerlerde uygulanmaktadır.	1688'den sonra İngiltere'de geliştirilmiştir, ABD'de ve diğer ülkelerde etkili olmuştur.	20. yüzyılda ABD'de [geliştirilmiş ve diğer ülkelerde de etkili olmuştur].	Sovyetler Birliği ve benzerleri, Naziler ve İtalyanlar tarafından da uygulanmıştır.
Kaynakları	Monarkın mutlak iktidarı düşüncesi	Milton, Locke ve Mill'in yazıları, rasyonalist felsefe ve doğal haklar doktrini	W.E. Hocking'in yazıları, Basın Özgürlüğü Komisyonu, medya profesyonelleri ve kodları	Hegel Felsefesi ve 19. yüzyıl Rus düşüncesinin, Marksist-Leninist-Stalinist düşünceyle bileşimi
Amaçları	Hükûmet görüşünü desteklemek ve devlete hizmet etmek	Bilgilendirmek, eğlendirmek ve reklam ama asıl olarak hakikat arayışı ve hükûmeti denetlemek	Bilgilendirmek, eğlendirmek ve reklam ama asıl olarak tartışma ekseninde çoğul oluşturmak	Sovyet-sosyalist sistemin başarısına, devamlılığına ve bilhassa da parti diktatörlüğüne destek olmak
Medyayı Kullanma Hakkı	Kraliyet izni ya da benzeri izinlere sahip olanlar	Yeterli ekonomik araçlara sahip olanlar	Söyleyecek sözü olan herkes	Parti üyeleri
Medya Denetimi	Hükûmet izni, lisans verme, sansür	"serbest fikir pazarı"nda "hakikatin" kendi yönünü tayin etmesi ve mahkemeler	Topluluk görüşü, tüketici etkinliği ve profesyonel etik	Gözetim, hükûmetin ekonomik ve siyasal kararları
Yasaklar	İktidardaki politik aygıtın eleştirisi	Onur ve haysiyet kırıcı yayın, müstehcenlik, savaş kışkırtıcılığı	Özel hakların ve hayati toplumsal çıkarların ihlali	Parti ilke ve amaçlarına yönelik eleştiri

Sahiplik	Özel ya da kamu(sal)	Temel olarak özel	Hükûmet kamu yararını garantilemek zorunda kalmadığı sürece özel	Kamu(sal)
Diğerlerinden Farkı	Doğrudan kontrol altında olmasa bile hükûmet siyasalarını etkinleştirme aracı	Hükûmet denetiminin ve toplumun diğer ihtiyaçlarının aracı	Medya toplumsal sorumluluk işlevini karşılamalı; karşılayamadığı durumlarda bu noksanlık giderilmelidir.	Devlet mülkiyetinde ve devletin sıkı kontrolündeki medya açıkça devletin bir parçasıdır.

Kaynak: Sibert, Peterson ve Schramm, 1963, s. 7'den aktaran Taş, 2012, s. 104.

Tablo hâlinde Sibert ve *arkadaşlarının Basının Dört Kuramı* adlı 1956 tarihli çalışmasında formüle edilen bu dört medya kuramına ek olarak 1983 yılında Dennis Mcquail'in katkısıyla literatüre gelişmeci medya kuramı ve katılımcı demokratik medya kuramı adıyla iki normatif medya kuramı daha eklenmiştir. Gelişmeci medya kuramı; ekonomik, toplumsal, kültürel ve siyasi boyutlarıyla ulusal gelişmişlik görevi, kültürel ve enformasyonel otonominin sağlanması, demokrasi için medyayı destekleme ve diğer gelişen ülkelerle dayanışma gibi unsurları barındırmaktadır. Katılımcı demokratik medya kuramı ise kamu veya özel sektörün tekelinde bulunan geleneksel medyanın belirleyiciliğine getirilen eleştirilerin artışı ve yeni medyanın gelişmesiyle liberal medya kuramının bir tür revizyonudur. Yayıncı kurumların merkezileşmesi ve bürokratikleşmeye yol açmasına ve kitle toplumuna tepki olarak liberal ve sosyal sorumluluk kuramlarının ortaya koyduğu çerçevenin aksine halkın müdahalesinin meşruluğunu sağlama, hatta gerçek bağımsızlığı getirecek olan kollektif sahiplik, katılım ve kanaatlerin çeşitliliğini savunur (McQuail, 1994, s. 131-132).

Normatif medya kuramları, medyanın toplumdaki rolü ve işlevi, hak ve sorumlulukları noktasındaki hem hukuki hem de ahlaki normları belirlemede makro bir çerçeve sunmaktadır. Özellikle de medya ahlakı tartışmalarında ve bu çerçevede ortaya konulan mesleki normların belirlenmesinde sözü edilen kuramsal çabalar ve arayışlar önemlidir, hatta belirleyici etkiye sahip olduğu da söylenebilir.

Medya Ahlakı: Hedefler ve Prensipler

Medya-toplum ilişkisi ve siyasal-toplumsal düzen içerisinde medyanın konumu tartışmalarında makro izah çabaları ve iş yapma pratiğinin genel çerçevesini belirlemesiyle ilgili üzerinde durduğumuz bu kuramsal birikimden

beslenmekle birlikte medya ahlakını somutlaştırdığımızda, gazetecilik meslek örgütlerinin belirlediği ve ilan ettiği ilkeler karşımıza çıkmaktadır. Çeşitli meslek örgütlerinin 20. yüzyılın başlarından bu yana ilan ettiği bazı meslek ilkeleri/beyannameler ve çerçeve metinler olmakla birlikte Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim Kültür Örgütünün (UNESCO) yaptığı çalışma referans noktası olarak alınabilir. Bir genelleme yapmanın zorluğuna rağmen MacBridge Komisyonu meslek ahlak yasalarının şu hedeflere yönelmesi gerektiğini belirtmiştir:

i. Tüketiciyi (okuyucuları, dinleyicileri, izleyicileri ya da genelde kamuoyunu) [korumak ve etkilemek],

ii. Çalışan gazeteciyi, yayıncıyı ya da haber ve görüşlerin toplanması, yazılması, hazırlanması ve sunulmasıyla doğrudan ilişkili öteki kişileri korumak ve etkilemek,

iii. Basılan ve yayımlanan şeylerin yasal sorumluluğunu alan yayın müdürleri ve öteki kişilere yol göstermek,

iv. Kitle iletişim araçlarının herhangi bir özel etkinlik biçimi üzerinde mutlak bir kontrol konumunda bulunan işverenlerin, hissedarların ve hükûmetin sorumluluklarını tanımlamak,

v. İletişim araçlarında hizmet satın alan reklamcı ve ötekilerin durumuna da değinmek (MacBride, 1993, s. 272).

Genel anlamda meslek ahlak ilkeleri, hukuk yasalarında yer almayan ancak mesleki etkinlik açısından önemli olan uygulamalarla ilgili yükümlülükleri ve kuralları içinde bulundurmaları nedeniyle, meslek üyelerine rehberlik eden ancak bağlayıcı olmayan yapısal bir özelliğe sahiptirler (Özgen, 1998, s. 51). Tarihsel bir konumlandırmaya gidilecek olursa 20. yüzyılın ilk yarısında meslek örgütleri yoluyla gazetecilik etiğinin kurumsallaşmaya başladığı yıllar (Taş, 2012, s. 75) olduğu genel kabul gören bir tespittir. Medya etiği ile ilgili tartışmalarda ortaya çıkan sorunların başında sansasyonalizm, sahtekârlık gelmekteydi. Buna ek olarak kişisel skandallar, ödüllü dövüşlerin söylentileri, cinayetler, kundaklama ve intihar haberleriyle dolu gazete sayfalarından dolayı gazetelerin okuyucuları ayartan yayınlarının da eleştiri konusu olduğu görülmektedir. Okuyucuların ayartılması olarak yapılan eleştiri, kültürün tamamen kötüleşmesinin medyayla ilişkilendirilmesiyle düşünüldüğünde eleştirinin odaklandığı hususlar daha da netleşmiş olmaktadır.

Basından medyaya geçiş evresi olarak görülebilecek 20. yüzyılın ilk çeyreğinde sektörde yaşanan büyüme[7], basına yönelik getirilen eleştirilerin artmasına paralel olarak basının ahlaki zayıflığının kabul edilmesi; etik kodların hayata

7 Buna ilişkin bir gösterge olarak 1900'den 1930'lara nüfusun büyüme oranı %62 iken gazetelerin dağıtımındaki büyüme oranının %260 ulaşmasını verebiliriz.

geçirilmesi ve mesleki eğitimin geliştirilmesiyle gazetecilik uygulamalarını iyileştirme konusundaki çabalar bu dönemde ortaya çıkmıştır. ABD'de ilk gazetecilik okullarının açılmasıyla etik konusu da ders olarak müfredata girmiştir. 1915 yılında gazetecilik etiği dersinin Indiana, Kansas, Kansas State, Missouri, Montana, Oklahoma, Oregon, Washington üniversiteleri tarafından okutulduğu bilinmektedir. Aynı dönemde diğer Amerikan üniversitelerinde de gazetecilik tarihi ve hukuku üzerindeki derslerde etik konusu işlenmekteydi. Gazetecilik etiğiyle ilgili yayımlanan ilk kitapların da bu dönemde ortaya çıktığı görülmektedir.[8]

Etik kodlar, 20. yüzyılın başlarında gazetecilere gelen eleştirilere bir cevap ve mesleklerini en iyi yapma anlamına geliyordu. Gazetecilerin ilk etik kodları/ilkeleri, 1910 yılında William E. Miller tarafından yazıldı ve Kansas Editörler Derneğince (Kansas Editorial Association) uygulamaya konuldu. Reklam politikaları ve habercilikle ilgili çağrıları içeren bu ilk etik kodlar, reklamların açık/doğru ve adil (*fair*) olmaları, haberlerin ise dürüst, hakkaniyetli (*just*) ve tatmin edici (*decent*) olmaları yönünde çağrıyı içeriyordu. Kansas Editörler Derneğinden sonra hem eyalet gazeteci dernekleri hem de tekil gazeteler 1910 ve 1920'ler boyunca etik kodlar ilan ettiler ve uygulamaya koydular. Eyalet gazeteci derneklerinin ötesinde 1923 yılında Gazetecilik İlkeleri, Amerikan Gazete Editörleri Cemiyetinin yıllık toplantısında ilan edildi ve uygulamaya konuldu. Sorumluluk, özgürlük, bağımsızlık, dürüstlük, doğruluk, tarafsızlık, kurallara saygı, nezaket gibi değerler 1926 yılında Profesyonel Gazeteciler Cemiyeti tarafından meslek ilkelerine dâhil edildi ve gazeteler, basın dernekleri bunları ilkelerine ve yazacakları ilke metinlerine uyarladılar.

1920'lerden bu yana çeşitli gazetecilik etik ilkeleri ve beyannameleri olmasına rağmen McQuail (1994, s. 126) bu ilkelerin habercilikle ilgili birkaç maddeyle sınırlandırılabileceğini belirtmektedir:

i. Hakikat ve doğruluk,

ii. Tarafsızlık ve dürüstlük,

iii. Bireyin özel hayatına saygı,

iv. Elde edilmiş çıkarlardan bağımsızlık,

v. Toplumsal ve kamusal ürünlere karşı sorumluluk duyma,

vi. Hukuka saygı,

vii. Ahlaki incelik ve beğeni.

8 1924'te Kansas State Üniversitesinden Nelson Crawford tarafından yazılan *The Ethics of Journalism* (Kansas State University) ve Notre Dame Üniversitesinden Thomas A. Lahey tarafından yazılan *The Morals of Newspaper* adlı kitapları bu noktada zikretmek mümkündür.

Hedefler ve temel prensipler üzerinden medya ahlakının çerçevesini Batı'nın tarihî deneyimi, ilk örnekler ve küre ölçeğinde temsil değeri olması dolayısıyla BM üzerinde ortaya koyduktan sonra Türkiye'nin bu yöndeki tecrübesi üzerinde durmak; hem bütünsellik hem de günümüz Türkiye'sinde medya ahlakının işlevini görmek açısından önemlidir.

Türkiye'de Medya Ahlakının Kaynakları ve Gelişimi

Medya tarihimizin ilk yayınlarının metinlerinden ve bu alandaki ilk akademik çalışmada medyaya modernleşme sürecimiz içinde biçilen rol ve bu alandaki profesyonellerin kendisini nerede gördüğüne ilişkin çerçeve, Türkiye'deki medya meslek ilkelerini ve iş pratiğini de büyük oranda belirlemiştir. Modernleşme çabalarının merkezinde "development" kavramıyla ifadesini bulan kalkınma, gelişme ve medeni milletlerin seviyesine ve hatta muasır medeniyetlerin üstüne çıkma hedefi olmuştur. Modernleşme tecrübemizin de yapısal karakterini yansıtan bu anlayış, doğal olarak öncelikle medyanın varlık bulması ve büyümesinde de en önemli saik olarak belirleyici olmuştur.

Tanpınar'ın (1997, s. 64) ifadesiyle Tanzimat'la birlikte resmî program olarak ilan edilen "Avrupalılaşma"nın, modernleşme tarihimizin ana unsurlarının belirleyicisi olduğu gibi medya alanındaki gelişmeler, tartışmalar ve konumuz özelinde medya ahlakı alanındaki çabaları da belirlediği söylenebilir. Türkiye'nin modernleşme tarihinin bu çerçevede dönemlendirilmesi yapıldığında dört aşamadan söz etmek mümkündür: Tanzimat Dönemi (1839-1876), Meşrutiyet Dönemi (1876-1922), Cumhuriyet Dönemi-Tek Parti Dönemi (1923-1946) ve Cumhuriyet Dönemi-Çok Partili Dönem (1946-). Bu dönemler aynı zamanda siyasal-toplumsal yapılanmamızda medyanın konumu ve meslek ilkelerini de konuşmamıza imkân vermektedir. Osmanlı modernleşmesi dönemlerini kapsayan Tanzimat ve Meşrutiyet dönemleri, devletin varlığını sürdürmesi ve yeniden yapılanması çerçevesinde yürütülen çabaların bir parçası olarak medya, *zamanın ruhunu kavrama* ve *olup biteni hakkıyla bilme*, *maarif* ve *mektep*, *selamet-i vatan* gibi terkip ve kavramlar merkezinde konumlandırılmıştır. İmparatorluktan ulus devlete geçiş olan cumhuriyet dönemi Türkiye'sinin tek parti yönetiminde ise medya, uluslaşma sürecinin önemli araçlarından birisi olarak konumlandırılmış ve işlev görmüştür. Yeni siyasal-toplumsal örgütlenmenin ideolojik aygıtlarından birisi ve üyeliği zorunlu olan bir meslek kuruluşunun onayıyla mesleğin icra edilebileceği bir mesleki pratik ortaya konulmuştur. Çok partili siyasal hayata geçişle birlikte ise demokrasi, kamuoyu ve dördüncü kuvvet nitelemeleriyle birlikte modernleşme kuramı çerçevesinde, planlı kalkınmanın ve gelişmenin araçlarından birisi olarak konumlandırılan bir medya vardır. Çok partili siyasal hayata geçişte medyanın

hem mesleki ilkelerinin belirlenmesinde, buna yönelik öz denetim yapılarının ortaya çıkışında hem de iş pratiğinin belirlenmesinde en önemli unsur ise Türkiye'deki toplusal örgütlenmenin ana güç merkezleridir. Bunun başında da askerin sisteme darbe ve muhtıra yollarıyla müdahalesi gelmektedir. Çok partili siyasal hayata geçişin karşı devrim olarak görülmesi ve "karşı devrimi"n püskürtülmesi harekatı olarak görülen 1960'dan itibaren her on yılda bir askerin sisteme müdahalesi medyanın sistem içindeki konumunu ve meslek ilkelerini de belirlemiştir. Onun içindir ki 27 Mayıs Askerî Darbesi, medya ve iletişimle ilgili birçok çalışmada darbe değil 27 Mayıs Devrimi olarak geçmekte ve sahiplenilmektedir. Türkiye'de aynı zamanda medya ve iletişim eğitiminin de üniversiteler bünyesinde başladığı, medyaya ilişkin sistematik bilgi üretiminin yoğunlaştığı bu dönemi de soğuk savaş dönemi (1945-1990) ve soğuk savaş sonrası dönem (1990-) olarak ikiye ayırmak Türkiye'de medyanın dönüşü, gelişimi ve meslek ilkelerinin tartışılması ve anlaşılması açısından önemlidir.

Medya ahlakını, medyanın tarihsel deneyiminin bir sonucu olarak çeşitli organizasyonların çatısı altında biraraya gelen medya profesyonellerinin ve akademik camianın ortaya koyduğu yaklaşımlar, ilkeler ve bir iş pratiğinin kuralları ile kuramsal yaklaşımları kapsayacak şekilde ele almak mümkündür. Bunu Türkiye'ye uyarladığımızda ise karşımıza yüz yılı aşan bir birikim çıkmaktadır.

Medya ahlakı kavramının tekabül ettiği asıl alanın en önemli kaynağı meslek profesyonellerinin girişimleridir. Bu çerçevede mesleki örgütlenmelere dair anılması gereken ilk adım, İkinci Meşrutiyet'in ilanıyla başlamış olan ve *Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniye* adıyla 30 Temmuz 1908 (17 Temmuz 1324)'de ortaya çıkan Osmanlı gazetecilerinin ilk sivil mesleki organizasyonunu kurma girişimidir.[9]

Tüzük hazırlanmasına rağmen öngörülen kararlar ve organlar teşkil edilemediği için bir hazırlık olarak kalan cemiyet, 1917 yılında kurulmuştur. Bu tarihte cemiyetin kurulma çabasının Avrupa'daki gazeteci örgütlerinin muhatap arayışındaki taleplerinin etkili ve belirleyici olduğunu hatırlamak gerekir. Cemiyetin adı daha sonra yasayla 1920'de *Türk Matbuat Cemiyeti*ne çevrilmiş, 1923'ten sonra *Matbuat Cemiyeti*, 1930'da *İstanbul Matbuat Cemiyeti* adıyla faaliyet göstermiş ve 1935'te *Basın Kurumu* adını almıştır. 1938 yılında üyeliğin zorunlu olduğu ve üye olmayanın gazetecilik yapamadığı *Basın Birliği* kurulmuştur. Çok partili siyasal hayata geçiş sürecinde bu birlik lağvedilerek yerine meslek mensupları tarafından 10 Haziran 1946 yılında *Gazeteciler Cemiyeti* kurulmuştur (Aydeniz, 2011, s. 155).

Basın meslek ilkeleri ve basın ahlakı açısından önemli olan Cemiyet-i Matbuatı Osmaniyenin tüzüğünde yer alan bazı hususlar, medya profesyonelleri tara-

9 Derneğin kuruluşu ve dönemindeki çeşitli yankılar hakkında bk. Aydın (2010).

fından medya ahlakı noktasında ortaya konulan Türkiye'deki ilk metin olması açısından ayrıca önemlidir. Cemiyetin amaç ve görevleri sayılırken meslek örgütü olarak derneğin hükûmet nezdinde resmî tanınırlığını sağlamak, basınla ilgili yargılamalarda derneğin bilirkişi heyeti olarak kabul edilmesi, matbuatın görev ve sorumluluğunun belirlenmesi (serbestî-i efkâr, menafi-i vatan, adab-ı umumiyeti temine hadim bir yol takip etmeleri, "selamet-i vatan" fikr-i mukaddesi etrafında ittihat eylemek), uluslararası muadilleriyle ilişki kurmak ve meslek dayanışması bağlamında sektördeki aktörler arasındaki ilişki ve iş birliğinin arttırılması şeklinde beş maddede derneğin kuruluş amacı ifade edilebilir.

Medya ahlakı açısından önemli olan, meslek profesyonellerinin ilan ettiği ilk ilkeler arasında ise şunlar yer almaktadır: Şantaj yapmamak, kabîh elfâz (çirkin sözler) ve adab-ı umumiyeye münâfî davranmamak, yabancıların ve Osmanlı vatandaşlarının haysiyetini kırmamak, izzet-i nefslerini yaralamayacak şekilde yayın yapma ilkeleri belirlenmiştir. Bu ilkelerin belirlenmesiyle yetinilmemiş; kural ihlali yapanlara çeşitli müeyyidelerin uygulanacağı da karara bağlanmıştır. Bu boyutuyla Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniyenin tüzüğünde yer alan bu hükümler ve süreç yönetimi düzenlemesi, ilk öz denetim mekanizmasının Türkiye'de kurulma çabası olarak da görülebilir. Tüzüğün 14. maddesinde belirlenen yayın ilkeleri üç madde ile şöyle düzenlenmiştir (Aydın, 2010, s. 569):

> Madde 14 – Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniye'ye dâhil olan gazeteler âtîdeki vezaifle
> mükellef bulunacaklardır.
> Evvela– Gazeteler şantaj yapmayacaktır.
> Saniyen– Gazeteler kabîh elfâz (çirkin sözler) ve imadan ve adab-ı umumiyeye
> münâfi (aykırı) münderecatdan mücanebet (sakınma) edecektir.
> Salisen– Ecnebi devletlerden veya anasır-ı Osmaniye'den birinin haysiyetini kesr
> (kırma) ve izzet-i nefsini cerîhadâr (yaralayıcı) edecek yolda neşriyatta bulunmayacaktır.

Uygulama imkânı yakalanmamış olsa da modernleşme deneyimimiz içerisinde medya ile ilgili mesleki girişimle ortaya konulan ilkelerin uygulanabilirliğine dair bir takip ve denetim öngörmesi itibarıyla Türkiye'deki öz denetimin ilk uygulaması olarak bu dernek ve tüzük önemlidir. Ancak Türkiye'de gerçek anlamıyla bir öz denetim uygulamasının ancak 1960'larda Basın Şeref Divanı ile hayata geçirildiğini söyleyebiliriz.

Yukarıda değinilen normatif medya kuramlarından sosyal sorumluluk kuramının ortaya çıkış sürecinde yürütülen çalışmalar kapsamında, Basın Özgürlüğü Komisyonu 1945 yılında Türkiye'ye gelir. Colombia Üniversitesi Rektörü Robert

Maynand Hutchins'in başında olduğu komisyon Türkiye'deki medya temsilcileriyle de görüşür. Medyanın sistem için sorumlulukları, hakları ve iş yapma pratiği ile ilgili temel bir çerçeve hazırlığı yapan Basın Özgürlüğü Komisyonu üyelerinin buraya gelmesiyle ortaya çıkan etkileşim, 1950 yılında İstanbul Üniversitesi bünyesinde eğitime başlayan Gazetecilik Enstitüsü kapsamındaki çalışmalarda basın ahlakının ders ve seminer konusu olarak Türk medyasının gündemine girmesi, medya ahlakının Türkiye'deki izlerini takip açısından önemlidir. Ancak bir meslek örgütünün öncülüğünde bu alanda yapılan ilk çalışma 27 Mayıs Darbesi'nin hemen ardından İstanbul *Gazeteciler Cemiyeti*nin öncülüğünde darbeye sahip çıkmanın bir çabası olarak da ortaya çıkan Basın Şeref Divanı deneyimidir. Basın çalışanı gazetecilerin uymayı kabul ettikleri, ancak yasal dayanağı olmayan bir anlaşma metni durumunda olan *Basın Ahlak Yasası*'nı uygulamak için bir öz denetim mekanizması olarak 24 Temmuz 1960 tarihinde *Basın Şeref Divanı* kurulmuştur. Fazla uzun ömürlü olmayan bu yapı, 1967 tarihinde işlevsiz kalarak bir nevi kendi kendisini feshetmiştir.

Basın Şeref Divanı, Uluslararası Basın Enstitüsünün İsveçli Başkanı Allan Hernelius'un da önerisiyle, İsveç'te 1916 yılında kurulan Basın Konseyi örnek alınarak hazırlanan Basın Ahlak Yasası ve bu yasayı uygulacak olan Divan'ın çalışma statüsü 24 Temmuz 1960 tarihinde başlayarak yürürlüğe konmuştur (Özgen, 2002, s. 175). Basın Şeref Divanı Taahhütnamesi 132 basın ve meslek kuruluşu tarafından kabul edilmiştir. Bu yapılanmanın 27 Mayıs İhtilali'ni yapan Millî Birlik Komitesi tarafından ve darbenin hemen ardından gerçekleştirilmiş olması, ironik olduğu kadar bu alana ilişkin çabalarda alan dışı faktörlerin belirleyiciliğini de ortaya koymaktadır. Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Burhan Felek'in açılış konuşmasının ardından Millî Birlik Komitesi üyelerinden Yzb. Numan Esin MBK'nın desteğini şöyle açıklamıştır:

Biz sizlere şükran borçluyuz, sizler hürriyet mücadelesinin önderliğini yaptığınız gibi, ahlak savaşında da önderlik yapmak üzere ilk adımı atmış bulunuyorsunuz. Sizin yaptığınız bu önderlik sayesinde halk arasında da ahlak ve kendi kendini kontrol yayılarak yerleşecektir (Özgen, 2002, s. 176).

Meslek mensuplarının biraraya gelerek hazırladıkları ilk çaba olan Basın Ahlak Yasası ve bunun yürütülmesi için kurulan örgütlenme olan Basın Şeref Divanının, Milli Birlik Komitesinin teşvik ve desteği ile kurulduğu göz önünde bulundurulduğunda medya ahlakının kaynakları ve meşruiyet zeminlerinin başta asker olmak üzere Türkiye'nin modernleşme deneyimi çerçevesinde özellikle radikal bir şekilde modernist paradigmayı yürüten aktörleriyle ilişkisi daha net görülebilecektir.

Medya ahlakının kaynaklarından birisi olan ve analiz unsuru olarak kullanılabilecek Basın Ahlak Yasası Taahhütnamesi, basını demokrasinin temel unsuru olarak görmekte, basın hürriyetinin topluma ve demokratik düzene en yararlı bir yolda işlemesini sağlamak üzere yola çıktığını ifade etmektedir:

Hürriyete liyakatin başta gelen şartının, hürriyet içinde kendi kendini kontrol edebilmek olduğuna inanan aşağıda yazılı Türk Basın Müesseseleri demokrasinin temel unsurlarından olan basın hürriyetinin topluma ve demokratik düzene en yararlı bir yolda işlemesini sağlamak üzere tesbit ettikleri Ahlak Yasasına ve bu yasayı yürütmekle görevli "Basın Şeref Divanı'nın kararlarına uymayı kabul ve taahhüt ederler (Özgen, 2002, s. 238).

Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Burhan Felek'in girişimiyle 27 Mayıs Darbesi'ni yapan Millî Birlik Komitesinin talepleri ve hedefleri doğrultusunda basının gönülü olarak konum alması ve çalışması noktasındaki girişimiyle hayata geçirilen Basın Şeref Divanının uygulamasını takip edeceği Basın Ahlak Yasası, Uluslararası Basın Enstitüsünün öncülüğünde hazırlanmıştır. Her ne kadar demokratik düzene vurgu yapılmış ve gazeteciliğin "bir amme müsessesi"[10] olarak görüldüğü ifade edilmişse de darbe sürecinin bir parçası olarak MBK tarafından teşvik edilmiş, desteklenmiş ve kurulmuştur (Özgen, 2002, s. 239).

Dokuz maddelik Basın Ahlakı Yasası'nın ardından, Türkiye'de basın ahlakı konusunda kabul edilmiş bir başka yazılı belge ise *Uluslararası Basın Enstitüsü (IPI)* tarafından onaylanmış olan ve ülkemizde de 14 Şubat 1972 tarihinde Gazeteciler Cemiyeti Genel Kurulu'nda kabul edilen *Gazetecilerin Basın Ahlak Kuralları* adını taşıyan ilkelerdir. (Özgen, 2002, s. 186). Bir başka önemli metin ise meslek mensuplarının dışında akademisyenlerin de katkılarıyla 21 Aralık 1975 tarihinde İstanbul Üniversitesinde yapılan İkinci Basın Kurultayı'na *Basının Görev ve Sorumlulukları Komisyonu* tarafından sunulan bir komisyon raporudur (Aydeniz, 20011, s. 156). Basın Konseyinin 6 Şubat 1988 tarihinde ilanıyla imzalanan ve kabul edilen *Basın Konseyi Sözleşmesi* ve 16 maddelik *Basın Meslek İlkeleri* diğer önemli bir metindir. Basın Konseyi bu ilkelerin uygulanabilirliğini takip açısından bir öz denetim mekanizması olarak çalışmalarını dar alanda da olsa hâlen sürdürmektedir. Konsey'in varoluş amacı Basın Konseyi Sözleşmesi'nin birinci maddesinde şöyle ifade edilmektedir:

> Madde-1- Özgürlükçü bir demokratik sistemin temel taşı olan, halkın gerçekleri öğrenme hakkını savunmak; özgür ve sorumlu bir basını yaşamımızın ayrılmaz bir parçası yapmak; basının ve basın mensuplarının, meslek uygulamalarını, özgür ve saygın bir basından beklenecek düzeyde sürdürmelerine yardımcı olmak üzere, bu amaçları Basın Meslek İlkeleri şeklinde düzenleyip benimseyen gazetecilerin imzaladıkları bu sözleşmeyle bir Basın Konseyi kurulmuştur (Özgen, 2002, s. 197).

10 Basın Ahlak Yasasının ilk maddesinde bunu görmek mümkündür:
"*Bir amme müessesi olan gazetecilik mesleği, bu mesleğin dışında kalan özel veya ahlaka aykırı maksat ve menfaatlere alet edilemez ve amme menfaatine zarar verici bir şekilde kullanılamaz…*" (Özgen, 2002, s. 239).

En kapsamlı ve yaygın olarak kabul edildiği söylenebilecek meslek ilkeleri metni *Türkiye Gazeteciler Cemiyeti* tarafından hazırlanan ve 18 Kasım 1998 yılında ilan edilen *Türkiye Gazeteciler Hak ve Sorumluluk Bildirgesi*'dir. Bu ilkelerin uygulanabilirliğini takip ve denetim için de *Basın Senatosu ve Meslek İlkelerini İzleme Komitesi* oluşturulmuştur.

Meslek örgütü düzeyinde *Çağdaş Gazeteciler Derneği*nin ilan ettiği *Çağdaş Gazeteciler Derneği İlkeleri* (ÇGD, 2011) ve *Medya Derneği* tarafından Ocak 2011'de ilan edilen *Türkiyeli Gazeteciler İçin Etik İlkeler* metinleri, meslek ilkeleri ve etik bildirgeler kategorisinde ortaya konulan diğer önemli çalışmalardır. Son olarak *Anadolu Ajansı Yönetim Kurulu Başkanı'nın dönem başkanlığını yürüttüğü Asya Pasifik Haber Ajansları Birliğinin (OANA) 15 Aralık 2011 tarihinde ilan ettiği altı maddelik etik ilkeler bildirgesi, kurumsal düzeyde bir medya kuruluşunu bağlaması açısından hatırlanması gereken yeni bir gelişme olarak kaydedilmelidir.*

Hak ve Sorumluluk Çerçevesinde Türkiye'de Medya Ahlakı

Habercilik ilkeleriyle ilgili ortaya konulabilecek sorun alanları ve norm belirleme meselesinin öne çıkan unsurlarını McQuail'in (1994, s. 126) derlemesi ve tespitiyle, "hakikat ve doğruluk, tarafsızlık ve dürüstlük, bireyin özel hayatına saygı, elde edilmiş çıkarlardan bağımsızlık, toplumsal ve kamusal ürünlere karşı sorumluluk duyma, hukuka saygı ve ahlaki incelik ve beğeni" şeklinde sınırlandırılabileceğine yukarıda değinmiştik.

Türkiye'deki ilk meslek ilkelerini ortaya koyan 1908 Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniyenin tüzüğünde yer alan sorun alanları ise gazeteler aracılığıyla şantaj yapılması, hakareti de dâhil ederek çirkin sözler (kabîh elfâz), genel ahlaka aykırılık (adab-ı umumiyeye münâfi), kişinin haysiyetini kırma ve izzeti nefsini yaralama (birinin haysiyetini kesr ve izzet-i nefsini cerîhadâr) şeklinde ortaya konulmuş ve bu yönde yayınların yapılmamasının ilkesel olarak ilan edildiğini belirtmiştik.

Günümüz Türkiye'si ve medyasını dikkate alarak medya profesyonellerinin iş süreçlerinde uyulması gereken prensipler ve ahlaki çerçeve noktasında ise Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) tarafından 3 Kasım 1998 yılında kabul edilen *Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi*'ne[11] müracaat ederek sorun alanlarını da ifade ederek buna yönelik çözüm önerilerini yani doğru davranış kodlarını ifade etmiş olacağız. TGC'nin bu bildirgesi ise hak ve sorumluluklar çerçevesinde gazetecilik meslek pratiğine ilişkin ortaya konulan tespitler ve ilkeleri içermektedir. Şimdiye kadarki çalışmalarda ortaya konulmuş en kapsamlı ve temsil değeri olan bir meslek kuruluşu tarafından orta-

11 Bu bildirgenin tam metni için bk. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ([TGC], t.y.).

ya konulmuş bir metin olması dolayısıyla önemlidir. Bu önemine binaen ve Türkiye'deki medyayı ve medya profesyonellerini dikkate alarak Türkiye'de bu meslek çalışanları tarafından kaleme alınan ve ilan edilen bu metin, medya ahlakı noktasında temel prensiplere, yapılması ve yapılmaması gerekenlere dair bir çerçeve çizmemize imkân verecektir.

Birçok benzer metinde olduğu gibi meslek ahlakının belirlendiği vaya belirtildiği çalışmalarda öncelikli olarak o mesleğin ve meslek erbabının bir tanımı ve kim olduğu ortaya konulmaktadır. Şimdiye kadar yapılan kuramsal ve tarihsel açıklamalarda da öncelikli dayanak noktasının mesleğin ne olduğu ve meslek profesyonelinin kim olduğunu söyleyebiliriz. Bu çerçevede de bildirge öncelikle gazetecinin tanımını yapar, sonra gazetecinin temel haklarını belirler ve medya ahlakının asıl belirleyici kriterleri olan gazetecinin sorumluluklarını ortaya koyar. Gazeteci, düzenli bir şekilde herhangi bir medya türü ve organizasyonunda kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olan, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uyandır. Bu gazeteci tanımından hareketle haklar ve sorumluluk bildirgesi temellendirilmiştir. Gazeteciliği diğer ticari faaliyetlerden ayıran ve meslek ahlakının en önemli temeli sayılan unsur ise "Bilgi ve haber ile özgür düşünce, herhangi bir ticari mal ve hizmetten farklı olarak toplumsal bir nitelik taşır." ilkesidir.

Bildirge'de belirlenen meslek ilkelerinin muhatapları haber üretim sürecinde yer alan *medya profesyonelleri/gazeteciler*, *medya sahipliği* (patronaj) ve *kamu otoriteleri*dir.

Bildirge'de gazeteciliğin haklarının, modern bireyin haber alma hakkı ve ifade özgürlüğünün temeli olarak görülmesi, mesleki konumlandırma açısından önemlidir. Meslek ilkeleri ise bir öz denetim faaliyeti olarak görülür ve bu öz denetimin asıl değerlendirme mercinin ise kişilerin vicdanları olduğu vurgulanmaktadır. Ticari bir faaliyet olmasına rağmen gazeteciliğin "kamusal yararı" başta olmak üzere belli bazı ilkelerle mukayyet olarak çalışmasının esas dayanağı ise normatif medya kuramları dikkate alındığında liberal, sosyal sorumluluk, katılımcı-demokratik ve gelişmeci medya kuramlarının izlerinin birlikte dikkate alınmasıdır. Bu çerçeveden hareketle herkesin bilgi edinme ve haber alma, özgür düşünce, ifade ve serbest eleştiri haklarına sahip olduğu ve hakkın kullanılmasının başlıca yolu olarak basın ve yayın özgürlüğünün temel insan haklarından sayıldığı ifade edilmektedir. Medyanın siyasal-toplumsal düzen içerisindeki konumunu da ortaya koyan en önemli dayanak da meşruiyetin halka dayalı olduğu bir sistemde söz konusu hakların "demokratik hukuk devletinde anayasal güvence altında olma" esasıdır.

Medya sahipliği ile ilgili ilkeler ve çerçeveler, medya ahlakı kapsamında belirlenen prensiplere uygun olarak gazetecilerin işlerini yapabilmelerini teminiyle il-

gilidir. Söz konusu meslek ilkelerinin üç muhatabından biri olarak medya sahipliği (patronaj) ile ilgili temel ilkeleri iki maddede toplayabiliriz. Birinci ilke hukuk düzeni içerisinde gazetecilere tanınan haklardan gazetecilerin yararlandırılması iken; ikinci ilke ise gazetecilerin içerik üretim sürecini belirleyen, etkileyen kararlardan haberdar edilmesi ve karar alma süreçlerine dâhil edilmesidir.[12]

Bildirge'nin üç muhatabından bir diğeri yani asıl içerik üreticisi olan gazeteci ile ilgili yaşanan temel sorunlar ve buna ilişkin ortaya konulan doğru davranış kodları tespit edilmiştir. Bu doğru davranış kodlarının gazeteci için ortaya konulan sorumluluk çerçevesinde belirlendiğini belirtmek gerekir. Gazetecinin hakları sorumluluklarıyla doğru orantılıdır. Modern toplumda medyanın sahip olduğu konuma paralel olarak elde ettiği haklar ile buna uygun sorumluluklar medya ahlakı tartışmalarında en önemli unsurlardır. Medyanın sorumluluğunu ortaya koyan ve kendisine meşruiyet sağlayan en önemli unsur, medya özgürlüğünün halkın doğru haber alma, bilgi edinme hakkı adına verilmiş olduğu ve bunun dürüst biçimde kullanmasının esas olduğudur. Bu amaçla da medya profesyoneli her türlü sansür ve otosansürle mücadele etmeli ve halkı da bu yönde bilgilendirmelidir.

Medya ahlakı literatürü tartışmaları çerçevesinde yukarıda değinildiği gibi içerik üreticisi ana aktör olarak gazeteciyle sınırlı bir ahlaki anlayış ve doğru davranış beklemek, alanın en büyük sorunlarından ve meydan okumalarından birisidir. Sadece gazeteciyi muhatap alıyormuş gibi algılabilecek Bildirge'deki "Gazetecinin halka karşı sorumluluğu, başta işverenine ve kamu otoritelerine karşı olmak üzere, öteki tüm sorumluluklardan önce gelir." ilkesi söz konusu tartışmaya işaret etmektedir. Ancak yukarıda değindiğimiz gibi ortaya konulan mesleki ahlak anlayışı ve doğru davranış kodları sadece gazeteciyle sınırlı değildir; bu bildirgenin ve ahlaki anlayışın diğer muhatapları işveren yani medya sahipliği ve kamu otoritesi de ilkenin muhatabıdır ve hatta bu ilkenin uygulanabilirliğinin zorunlu şartı olarak da nitelendirilebilir.

Gazetecinin sorumluluğu, patronaj ve kamu otoritesinden önce meşruiyetin kaynağı olan halka karşı olmalıdır ilkesi; hem gazeteci hem de patronaj hem de kamu otoriteleri için konulmuştur. Bu ilkenin hayata geçirilebilmesinin yolu da üç muhatabın bu anlayışı kabul etmesi ve uygulanabilirliğini temin etmeleridir. Patronaj ve kamu otoritelerinden önce halka karşı gazetecinin sorumluğunun belirtildiği bu maddeyi güçlendirmesi ve uygulanabilir hâle getirmesi beklenilen bir başka prensip ise medya ahlakı tartışmalarının üçüncü

12 Bildirge'de Gazetecinin Hakları başlığı altında belirtilen bu iki maddenin tam metni şöyledir: "1. Basın ve yayın alanındaki her işletme, çalıştırdıkları gazetecileri, yasaların gazetecilere tanıdığı haklardan yararlandırmak zorundadır. 2. Gazeteciler, özellikle de yazı işleri çalışanları, basın - yayın işletmesinin işleyişini belirleyen, etkileyen önemli kararlardan haberdar edilmeli ve gereğinde kararların alınmasına katılmalıdır." (TGC, t.y.).

muhatabı olan patronaj ile yapılan akittir/sözleşmedir. Buna dair Bildirge'deki (TGC, t.y.) sorumluluk maddesi şudur: *"Gazeteci, çalıştığı basın ve yayın organının kendisiyle yaptığı sözleşmede de kaydedilmiş olması gereken temel çizgisini dikkate alır. O temel çizgi dışındaki ve onunla çelişen veya orada açıkça belirtilmemiş olan tüm telkin, öneri, istek ve talimatları reddetme hakkına sahiptir."* Diğer tüm meslek ilkeleri dâhil olmak üzere sorumluluğun patronaj ve kamu otoritelerinden önce geldiği ilkesi, medya sahipliği ile yapılan sözleşmede yer alıyorsa ve patronajın kabulü ve desteği var ise bu ilkenin uygulanabilirliğinden söz etmek mümkün olur. Bu ilkenin uygulanabilirliğinden öte medya ahlakı ile ilgili tartışmalar bağlamında vurgulanması gereken boyut, hak ve sorumlulukların bütünselliği ve birlikte değerlendirilmesi gerektiği ve üç muhatabın (gazeteci, patronaj, kamu otoriteleri) da konumlarını, haklarını ve sorumluluklarını kabul etmeleri ve gereğini yerine getirmeleridir.

Halkın bilgi edinme hakkı uyarınca gazetecinin, kendi açısından sonuçları ne olursa olsun, gerçeklere ve doğrulara saygı duyma ve uyma zorunluluğu, bunu savunması ve korumaya çalışması mesleğin salt ticari ve ekonomik bir faaliyet olmamasının en önemli meşruiyet zeminidir. Bu zeminle beraber mesleğin sözü edilen çerçevedeki konum ve haklarının korunması açısından da önemli görülen "başta barış, demokrasi ve insan hakları olmak üzere, insanlığın evrensel değerlerini, çok sesliliği, farklılıklara saygıyı savunması" da bildirgenin öne çıkardığı sorumluluklar arasında öne çıkmaktadır.

Her türlü şiddeti haklı gösterici, özendirici ve kışkırtıcı yayından kaçınma, kaynağı belirsiz bilgi ve haberleri kullanmama, en az iki kaynaktan teyit edilmiş verilerin kullanımını esas alma, ayrımcılık yapmadan tüm ulusların, tüm halkların ve tüm bireylerin haklarını ve saygınlığını tanıma, nefreti, düşmanlığı körükleyici yayından kaçınma, başkalarının kültürel değerlerini ve inançlarını (veya inançsızlığını) doğrudan saldırı konusu yapmama, yanıltıcı yöntemlerle bilgileri elde etmeme, çalıntı, iftira, hakaret, lekeleme, saptırma, manipülasyon, söylenti, dedikodu ve dayanaksız suçlamalardan mutlaka uzak durma, mesleğin reklamcılık ve halkla ilişkilerle veya propagandacılıkla karıştırılmaması, her ne amaçla olursa olsun tehdit ve şantaj gibi yollara başvurmaması ve bu şekilde kendisine yapılan baskılara direnmesi, çalıştığı basın- yayın organındaki yöneticileri dışında kimseden işiyle ilgili talimat almaması, yasalara saygılı olmakla birlikte kamu veya özel kişi ve kuruluşların müdahalelerine kapalı olma, devleti yönetenlerin belirlediği ulusal ve uluslararası politikalar konularında ön yargılardan öte halkın haber alma hakkına dayanma ve buna riayet etme gibi ilkelerle vurgulanan gazetecinin sorumluğu aslında meslek ilkelerine en yüksek seviyede uyma taahhüdünün çerçevesini ortaya koymaktadır.

Söz konusu taahhüdün, patronaj ve kamu otoriteleriyle birlikte hayata geçirilebileceğine dair vurguyu tekrarlayarak Bildirge'de Gazetecinin Doğru Davranış Kuralları (TGC, t.y.) başlığı altında yer alan bazı durum veya konular özetlenerek aşağıya alınmıştır:

i. Haber ve yorumun birbirine karıştırılmadan ayrı ayrı verilmesi, haberde kullanılan fotoğraf ve görüntünün güncel olmasına dikkate edilmesi ve canlandırma görüntü kullanılmış ise bunun açık bir şekilde belirtilmesi.

ii. Hiçbir karışıklığa yer verilmeyecek şekilde haber ve ilan (reklam) içeriklerinin ayrımının yapılması.

ÖRNEK OLAY

Deprem riski ve konut güvenliği ile ilgili başta İstanbul olmak üzere deprem bölgesindeki büyükşehirlerdeki konutların sağlamlık ve güvenlik problemlerini ele alan ve gerçek verilere dayalı bir haberin yer aldığı yarım sayfalık gazete haberinin hemen altında haberi tamamlayacak şekilde yarım sayfalık bir inşaat firmasının reklamının yer alması sizce gazetecilik meslek ilkeleriyle uyumlu bir yayıncılık mıdır?

iii. Çocuklarla ilgili suçlarda ve cinsel saldırılarda sanık, tanık ya da mağdur (maktul) dâhil 18 yaşından küçüklerin açık isimleri ve fotoğraflarının yayımlanmaması ve bir aile büyüğünün veya çocuktan sorumlu bir başkasının izni olmaksızın çocukla röportaj yapılmaması ve görüntüsünün alınmaması.

ÖRNEK OLAY

Cinsel istismarı konu edinen bir gazete veya televizyon haberinde mağdurların ince bir bant ile gözlerinin kapatılması, 18 yaşından küçüklerin açık isimleri ve fotoğraflarının yayımlanmaması ilkesiyle uyumlu mudur?

iv. Cinsel saldırılarla ilgili haberlerde mağdurlarının fotoğrafları, görüntüleri veya kimliklerinin açık kamu yararı olmadıkça yayımlanmaması.

v. Açık kamu yararı olmadıkça ve olayla doğrudan ilgisi, bağlantısı bulunmadıkça, bir insanın davranışının veya işlediği suçun, onun ırkına, milliyetine, dinine, cinsiyetine, cinsel eğilimine, hastalığına veya fiziksel, zihinsel özürlü olup olmamasına dayandırılmaması ve bu özel durumun alay, hakaret, ön yargı konusu yapılmaması.

ÖRNEK OLAY

"Hırsız öğretmen yakalandı!"

"Hırsız imama suçüstü!"

Bu tür başlıklarla verilen haberlerin mesleki normlar açısından değerlendirmesini yaparak izlediğiniz benzeri haberlerde takip ettiğiniz medya organlarının habercilik ilkelerini ne oranda uyguladığını arkadaşlarınızla tartışınız.

vi. Sağlık haberlerinde sansasyondan kaçınılması, umutsuzluk veya sahte umut verecek yayın yapılmaması, araştırmaların kesinleşmiş sonuçlar gibi yayımlanmaması, yetkilinin, hastanın veya yakınının izni olmaksızın hastane ve benzeri kurumlarda hiçbir yolla ses ve görüntünün alınmaması.

vii. Nedeni ve biçimi ne olursa olsun yapılan haberlerde, medya kuruluşu ve gazetecinin taraf oldukları olaylardaki konumlarının kamuoyuna açıkça belirtilmesi.

viii. Gazeteci ve yayın kuruluşu siyasi, ekonomik ve toplumsal tercihleri doğrultusunda yayın yapabilir ancak bu durumda bu tavrın okur, dinleyici ve izleyicilerin bilebileceği ve farkedebileceği açıklıkta ortaya konulması ve bu çerçeçeve yapılan haber ve yorum ile haber-olay ayrımının kesin biçimde yapılması.

ÖRNEK OLAY

Medya patronunun sahibi veya ortağı olduğu bir maden ocağında yaşanan ölümlü bir kaza veya grizu patlaması ile ilgili yapılan haberde, söz konusu medya organizasyonun yaptığı haberde patronajın, kazanın yaşandığı maden ocağıyla ilgili bağını izleyiciye, okura veya dinleyiciye açık ve kesin biçimde sunması gerekmekte midir?

ix. Haberde asıl olan *kamu yararı*dır. Özel hayatın gizliliğinin geçersiz sayılabileceği başlıca dört durum vardır:

a) Büyük bir suç yahut yolsuzluk üstüne araştırma ve yayın,

b) Toplumu kötü etkileyici bir tutumla ilgili araştırma ve yayın,

c) Toplumun güvenliğinin veya sağlığının korunması,

d) İlgili kişinin sözleri yahut eylemleri sonucu halkın yanılmasının, yanıltılmasının veya yanlış yapmasının engellenmesi.

x. Bu durumlarda dahi, özel hayatın kamuya açılan kesiti mutlaka konuyla doğrudan ilgili olmalı veya ilgili kişinin özel hayatının onun kamusal faaliyetini de etkileyip etkilemediği gözetilmelidir.

xi. Doğrudan kamu yararı olmadıkça, sahibinin izni dışında belge, fotoğraf, ses ve görüntünün alınmaması, kamu yararı söz konusu olduğunda dahi başka hiçbir şekilde elde edilmeyeceğine kesin kanaat getirilmiş olması gerekir.

xii. Belge veya görüntü sağlamak amacıyla, bir suçla ilgili sanık, tanık veya onların yakınlarına para teklif edilmemesi ve verilmemesi.

xiii. Üzüntü, sıkıntı, tehlike, yıkım, felaket ya da şok vb. sarsıcı durumlarda insanlar söz konusu olduğunda insani yaklaşımın korunması ve gizliliklere uyularak duygu sömürüsünden kaçınılması.

xiv. Olayla ilgileri olmadığı sürece veya olayın doğru anlaşılması için gereği bulunmadıkça sanıkların ve suçluların akrabalarının, yakınlarının teşhir edilmemesi.

ÖRNEK OLAY

"Tecavüz vakasına karışan belediye başkanının kardeşi yakalandı"

"Tecavüzcü kaymakamın yeğeni çıktı"

"Milletvekilinin hırsız yeğeni yakalandı" türü başlıklarla sunulan bir haberin meslek ilkeleri açısından doğruluğunu arkadaşlarınızla tartışınız.

İntihar olayları hakkında haber çerçevesini aşan ve okuyucu veya izleyiciyi etki altında bırakacak nitelikte ve genişlikte yayın yapılmaması ve olayı gösteren fotoğraf, resim veya filmin yayımlanmaması.

ÖRNEK OLAY

"İntihar eden öğretmenin ölümden önceki son saniyeleri"
"Ölüme atlarkenki saniye saniye son görüntüleri"
Bu ve benzeri başlıklarla sunulan medyatik içeriği, okuyucu veya izleyiyiciyi etki altında bırakacak veya teşvik edecek nitelikte yayın yapılmaması ilkesi çerçevesinde değerlendirip tartışınız.

xvi. Yasalarla yasaklanmış olmasa dahi, gazetecinin elde ettiği ekonomik/mali bilgileri medyada yayımlanmadan önce kendisinin yahut yakınlarının çıkarları için kullanmaması, hakkında haber ve yorum yazdığı ya da yazmayı tasarladığı taşınır ve taşınmaz kıymetlerin doğrudan veya dolaylı alım satımını yapmaması.

xvii. Gazetecinin kendi çabasıyla elde etmediği ve bir kaynağın verdiği bilgi veya belgenin yayımlanma tarihi konusundaki isteğe uyması (ambargo: önceden görme) ve açıklanmaması kaydıyla (off the record) verilen bilginin ve sarfedilen sözlerin yayımlanmaması.

xviii. Meslek profesyonellerinin, rekabet nedeniyle de olsa, birbirlerine bilinçli ve açık, mesleki zararı vermekten kaçınması ve bir meslektaşının yayınını engelleyici davranışlarda bulunmaması.

xix. Başta haber ajansları olmak üzere, bir meslektaşının veya herhangi bir yayının sunduğu bilgiler kullanıldığında mutlaka kaynağını belirtmesi.

xx. Gazetecinin uzmanlık alanı ne olursa olsun öncelikle gazeteci olduğu dikkate alınarak çalıştığı alandaki kişi veya kurumlarla özdeşleşmeye giderek onların çıkarını kollayıcı bir tutumla davranmaması (Polis muhabirinin polis veya sözcüsü, spor muhabirinin kulüp yöneticisi veya sözcüsü, herhangi bir partiden sorumlu muhabirin onun üyesi veya sözcüsü gibi davranmaması vb.).

xxi. Bir yayın organında, sürekli veya zaman zaman, gazetecilik kapsamına giren alanlarda faaliyet gösterenlerin asıl sıfatlarının ve asli işlerinin uygun şekilde belirtilerek kamuoyunun onların temel konumu hakkında bilgilendirilmesi.

xxii. Yayın öncesi kararlarla ve yayınlarla ilgili ön yargı ve kuşku yaratacak her cinsten kişisel hediye ve maddi menfaatın reddedilmesi.

ÖRNEK OLAY

Bir belediye başkanının kahvaltılı bir basın toplantısına davet ettiği gazetecilere saat hediye etmesini, yayınlarla ilgili ön yargı ve kuşku yaratacak her cinsten hediye ve maddi menfaatin reddedilmesi ilkesi çerçevesinde değerlendiriniz.

Bir şirketin girdiği ihale ile ilgili evrakta sahtecilik veya rüşvet olayına karışması yönünde bilgilere dayalı olarak yapılacak haberin, söz konusu şirketin tam sayfa reklam veya bir programa sponsorluk teklifi ile yayımlanmamasını teklif etmesini meslekî normlar çerçevesinde tartışınız.

xxiii. Belge veya görüntü sağlamak amacıyla, bir suçla ilgili sanık, tanık veya onların yakınlarına para teklif edilmemesi ve verilmemesi.

Batı ve Türkiye deneyimi üzerinde ortaya çıkan bu çerçeve ve birikimin, geleneksel medya olarak tasnif edilen basılı (gazete, dergi), işitsel (radyo) ve görsel (televizyon) medya deneyimi ve kurumsallığı üzerinden şekillendiğini söylemek gerekmektedir. İnternetle başlayan ve medya türleri arasına girmiş bulunan "yeni medya"nın medya ahlakı tartışmalarına getirdiği yeni sorunlar

ve meydan okumalar söz konusudur. Özellikle de medyanın iç süreçlerinde, hukuki statüde, organizasyonel yapıda ve içerik üretiminde yerleşik medyatik düzenini zorlayan, alanla ilişkili oluşmuş mesleki normları da kapsayan ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Sektörel gelişmeye bağlı olarak mesleki norm, anlayış ve örgütlerin ortaya çıkması ve şekillenmesi öz denetimi getirmiş; modern devletin kurumsallaşması ve hukuk düzeninin oturmasıyla da medya için idari ve yargısal denetimi belli bir düzene ve düzeye kavuşturmuştur. Bu gelişme ve yapılar üzerinde varlığını sürdüren kurumsallaşmış geleneksel medya düzeni, yeni medya ile birlikte çok boyutlu olarak değişime uğramıştır. Çok aşamalı çok aktörlü (muhabirinden genel yayın yönetmenine, birim şefliğinden yazı işleri ve genel yayın müdürlüğüne kadar) bir içerik üretim sistemini kurumsallaştıran medya düzeninin muhatapları hem tüzel hem de gerçek kişilik olarak bellidir; hukuk düzeni içerisinde konumları, hakları ve sorumlulukları kabul görmüş düzeyde yerleşik hâle gelmiştir. Yukarıda yaptımız tartışmada ve ortaya koyduğumuz çerçevedeki medya ahlakı ile ilgili tartışmalar, yaklaşımlar ve temel prensipler bu tarihsel deneyim, toplumsal ve hukuki düzen içerisindeki medyanın konumuyla doğrudan irtibatlıdır. Dünyada 3,5 milyar ve Türkiye'de de 40 milyonu aşan kullanıcısıyla tüm internet kullanıcılarının birer gazeteci veya medya profesyoneli gibi içerik üreticisi olduğu bir dünya ile karşı karşıyayız. Her bir internet kullanıcısı aynı zamanda birer içerik üreticisidir. Sadece uzmanların yani profesyonellerin yerine getirdiği ve ve eşik bekçisi (*gatekeeper*) olarak görülen gazeteciler ve gazetecilik, halkın bilgi edinme hakkını yerine getirme ayrıcalığını ve tekelini yitirmiş durumdadır. Çünkü artık internete erişimi olan herkes içerik üreticisi yani birer medya profesyonelinin gördüğü işlevi görebilir. Bu durumda bir medya türü olarak yeni medyanın sunduğu imkânlar ve ortaya çıkan meydan okumalar karşısında yukarıda sunduğumuz meslek ilkeleri ve doğru davranış kodları ne oranda geçerlidir sorusu öne çıkmaktadır. Bu soruyu cevaplayabilecek düzeyde bir birikimin ortaya çıkmış olduğunu söylemek güçtür. Hukuki yapı da henüz buna uyumlu hâle getirilmiş değildir.[13] Başta gazeteci tanımı olmak üzere, geleneksel medyanın çok aşamalı ve çok aktörlü içerik üretim sisteminin neredeyse tek aşamalı ve gerçek zamanlı bir yayıncılık sürecini zorunlu kılmasından dolayı içerik üretim hiyerarşisinin değiştiğini hatta yitirildiğini de söylemek mümkündür. Buna paralel olarak haber dağıtım ve tüketim hiyerarşisinin de değiştiği, öz denetim, idari ve hukuki denetim mekanizmalarının da tam oluşmadığı bir sürecin sorunlarına şimdiye kadar oluşmuş medya ahlakı

13 TBMM'ye Mart 2014 tarihinde sunulan "Basın Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Tasarısı" ile internet gazeteciliğine hukuki bir konum kazandırılmaya çalışılmış olsa da hâlâ geleneksel medyanın sahip olduğu hukuki konum, internet gazeteciliği için geçerli kılınmış değildir. Dolayısıyla sadece internet üzerinden habercilik yapanların hukuk düzeni içerisinde gazeteci sayılmadığı bir durum söz konusudur.

birikiminin ötesinde çözümler aranması ve ortaya çıkan meydan okumalara cevap verebilecek meslekî normların belirlenmesi ve bu normların uygulanabilirliğini de mümkün kılacak bir düzenin oluşturulması başta sektör olmak üzere tüm paydaşların önündeki en önemli görev ve sorumluluk olarak varlığını sürdürmektedir.

Sonuç

Türkiye'nin medya ile yaşama deneyimi ve bir meslek olarak medya mensuplarının iş pratiğinin çerçevesini ortaya koyan meslek ilkelerini, medya ahlakı kavramı etrafında ele aldığımız bu çalışmada vardığımız sonuçları özetleyerek vermeye çalışacağız. Medyayı türlerine ayırırsak, basılı, işitsel, görsel ve yeni medya olmak üzere dört kategori karşımıza çıkar. Türkiye'de bu dört kategorinin sunduğu üç temel hizmet ve içerik olan *bilgilendirici, eğlendirici ve reklam-ilan-pazarlamayı* da içeren ve birbiriyle entegre kapsamlı bir medya ahlakı yaklaşımından hareketle konunun ele alınması gerektiğini düşünmekteyiz. Bu üç içerik üretiminde rol alan bütün aktörlerin de bu çerçevede dikkate alınması, hesaba katılması ve onları da dâhil edecek bir ahlaki anlayışın geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Reklam sektörü ile reklamverenlerin dâhil edilmediği bir medya ahlakı tartışmasında reklam-haber ilişkisini, mesafesini ve sınırlarını konuşabilmemiz, tespit edebilmemiz ve tespit edilen normu hayata geçirebilmemiz pek mümkün olmayacaktır. Yukarıda değinildiği ve TGC Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde de görülebileceği gibi ahlaki normların üç muhatabı olarak *medya profesyoneli (gazeteci), medya sahipliği* ve *kamu otoritelerin*in de birlikte değerlendirilmesi ve her bir muhatabın üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmesi durumunda meslek normlarının ancak korunabileceği ve hayata geçirilebileceği de hayati derecede önemlidir.

Sahip olduğu imkân ve beraberinde getirdiği meydan okumalarla dört medya türünün genel bir çerçevede medya ahlakı kapsamında incelenmesi ve meslek ilkelerinin belirlenmesi önemli olmak birlikte gazete ve dergiciliğin, radyo ve televizyonun ve dijital dünyanın yani yeni medyanın ayrı ayrı meslek ahlakı tartışmalarına konu edinilmesi önem arz etmektedir. Şimdiye kadar konuyla ilgili oluşmuş bilgi birikimi ve normların geleneksel medya olarak da tasnif edilen basılı (gazete, dergi), işitsel (radyo) ve görsel (televizyon) medyanın tarihsel deneyiminin ve iş pratiğinin bir sonucu olduğunu söylemek lazım. Medya ahlakıyla ilgili ortaya konulan bilgi birikimi daha çok basılı, işitsel ve görsel medyayla yani geleneksel medya olarak da tasnif edilen meslek pratiğiyle ilgili olduğu için dijital dünyanın ortaya koyduğu meydan okumalara karşın yeni medya kapsamında var olan ahlaki form ve çerçevelerin de geçersizliği tehlikesiyle karşı karşıyayız. Gazeteci kimdir, gazetecilik nedir gibi temel sorular dâhil medya içerik üretimi, dağıtımı ve erişimi dâhil şimdiye kadar

oluşmuş tüm iş pratikleri ve alışkanlıklarını değiştiren tam anlamıyla "yeni" bir medya türü giderek alanda belirleyici olmaktadır. Geleneksel medyada yayım öncesi doğrulama/teyit esas iken (en az iki kaynak teyit ilkesi) gerçek zamanlı yayıncılık yapmak zorunluluğunu dayatan hızlı içerik üretme kaygısı ve ihtiyacı, yeni medyada *yayım sonrası doğrulama* (post-publication correction) mekanizmasını doğurmuş ve hem medyaya hem de medya dışı tüm sektörlere hizmet vermeye başlayan yepyeni bir sektörün doğuşuna yol açmıştır. İnternet ve dijital imkânlar ile şekillenen yeni medyanın ortaya koyduğu imkânlar ve beraberinde getirdiği meydan okumaları dikkate alacak şekilde yeni norm tartışmaları devam etmektedir ve bu sebeple geleneksel medyanın dikkate alınması ile oluşturulan mesleki normların yeni medya ile ortaya çıkan meydan okumalara cevap teşkil edecek şekilde revize edilmesi gereği ortadadır.

Türkiye modernleşmesi dikkate alındığında iki yüz yıla yaklaşan medya tecrübemize rağmen medya sektörünün kurumsallaşmasını tamamladığını söylemek güçtür. Bundan dolayı da henüz kurumsallaşmasını tamamlayamamış olmanın yansıması, meslek ilkelerinin uygulanmasında öz denetimi yapacak bir mekanizmanın kurumsallaşamamasında da görülmektedir.

Türkiye'deki akademik birikim ve meslek örgütlerinin ortaya koyduğu metinler dikkate alındığında, medya ahlakı medyanın bilgilendirici içeriğiyle sınırlı kalmaktadır. Haberle ilişkili boyutlarıyla reklam, medya ahlakının bir parçası olarak tartışılıp değerlendirilirken medyanın en önemli içeriklerinden birisi olan reklamın ahlakı ve ahlakla ilişkilendirilmiş boyutuyla medyanın reklamları yayımlaması etrafında yeterli ve besleyici bir literatürün oluştuğunu söylemek de güçtür. Medyanın üçüncü hizmeti ve içeriği olan eğlendirici içerik konusunda ise bazı hukuki ve idari uygulamaların[14] dışında medya ahlakı kapsamında bir tartışmanın pek olmadığı söylenebilir.

Modernleşme sürecimizin doğal bir sonucu ve aynı zamanda bu sürecin yürütücü araçlarından birisi olarak ortaya çıkan basın, ahlaki boyutuyla da aynı süreçten bağımsız ele alınamaz. Bu çerçeveden bakıldığında otoriter ve totaliter medya kuramlarının baskın anlayış olduğu siyasal-toplumsal dönemlerimizin olduğunu söylemek abartı olmayacaktır. Bu konuda metin içinde ele alınan normatif medya kuramlarının bire bir dönem karakterini izah ettiğini söylemekten çok; bunların iç içe geçtiği hâliyle işleyen bir medya pratiğine sahip olduğumuz görülmektedir. 1950 sonrası süreçte ise gelişmeci medya kuramının baskın bir anlayış olarak hem Türkiye akademyasında hem de planlı kalkınma çabaları kapsamında varlığını sürdürdüğünü ve koruduğunu söyleyebiliriz. Katılımcı-demokratik medya kuramının izlerini ise "e-Dönüşüm Türkiye Projesi" kapsamında yapılan çalışmalar ve yeni medyanın hem top-

14 RTÜK Akıllı İşaretler sistemi gibi.

lumsal yaygınlığı hem de Türk medyasındaki iş pratiğine etkisi çerçevesinde görmek mümkündür.

"Selamet-i vatan", modernleşme sürecimizin esasını teşkil ettiğinden aynı hususun medyamızın varlık gerekçelerinden en önemlisi olarak hayatiyet bulduğunu söyleyebiliriz. Medyaya ilişkin düzenlemeler, arayışlar, sivil ve resmî çabalar, bu çerçevede devlet merkezli ve devleti ayakta tutmaya dair idealin sonucudur. Basın ahlakı ve meslek ilkelerinin ortaya konulması çabası, ironik bir biçimde darbe döneminde ve buna paralel bir şekilde darbe hukukunun tamamıyla yürürlükte olduğu bir süreçte kamu görevlilerinin ve siyasetçilerin teşvikiyle ortaya konulmuştur. Modern ulus devlet yapılanmasının getirdiği yasama-yürütme-yargı güçlerinin yanında dördüncü güç olarak basının varlığı ilkesinin Türkiye'de hayatiyet bulması ancak yirminci yüzyılın ikinci yarısında çok düşük düzeyde olabilmiştir. Düşünsel zeminde liberalizmin hakim paradigma olarak medya kuramlarının belirleyicisi olması hususu, literatür düzeyinde, olduğu gibi buraya nakledilmiştir. Bu nakil sürecinde İslam düşünce geleneği ve İslam ahlak felsefesi çok nadir hatırlanmış ve birkaç eserde ancak kendisine yer bulabilmiştir. Bu çerçevede Türkiye'nin tarihsel birikimi ve toplumsal yapısı dikkate alındığında 1990 öncesi yayımlanan bazı kitaplarda ahlak ve İslam ilişkisinin tartışmaya dâhil edildiği görülürken; 1990 sonrası süreçte çok az sayıda çalışmada bu konu ele alınmıştır.

Bu tespitler ışığında medya ahlakının, sadece medya profesyonellerinin ve haber medyasının aktörleriyle sınırlı tutulmuş olmasının getirdiği sınırlılığı aşacak düzeyde medya sahipliği, medya kullanıcıları ve medya dışı aktörlerin medya ahlakı kapsamında gözardı edilmeden konunun ele alınması bir öneri olarak önem kazanmaktadır. Medya ahlakı tartışmasının, mesleğin işleyişini de etkileyen ve hatta belirleyen hedef kitle (okur, izleyici, dinleyici, kullanıcı), reklamveren ve kamu kurumları/otoriteleri ile medya sektörünün aktörleri arasındaki ilişkiyi de kapsayacak şekilde genişletilmesinin ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Medya ahlakı ile ilgili tartışmaların sadece medya ile sınırlı olmayan bir kapsamda ve çerçevede yürütülmesi akademik bilgi birikimini zenginleştirecek yeni bir yaklaşım ortaya çıkmasına imkân vereceği gibi aynı zamanda uygulamaya yönelik çabaların ve birikimin de sonuç alıcı bir nitelikte canlılık kazanmasına yol açacağı değerlendirilmektedir.

Kaynakça

Aydeniz, H. (2011). Medya ahlakı literatürü arasında bir gezinti. *İş Ahlakı Dergisi*, *4*(2), 153-178.

Aydeniz, H. (2016, Nisan). *Türkiye'de medya ve iletişimin "akademileşmesi" (1950-1980)*. Türkiye'de Bir Akademik Alanın Doğuşu: Medya ve İletişim Çalışmaları Çalıştayı'nda sunulan bildiri. Bilim Sanat Vakfı, Medeniyet Araştırmaları Merkezi, İstanbul.

Aydeniz, H., Gökçek, Y. Z. ve Karaköse, E. (2016, Nisan). *Kavram haritası: Matbuat tarihindeki ilk metinler üzerinden medya ve iletişim çalışmalarıyla ilişkili kavramlar üzerine bir çalışma*. Türkiye'de Bir Akademik Alanın Doğuşu: Medya ve İletişim Çalışmaları Çalıştayı'nda sunulan bildiri. Bilim Sanat Vakfı, Medeniyet Araştırmaları Merkezi, İstanbul.

Aydın, H. (2010). Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniye: Kuruluşu ve basında tartışmalar. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, *27*, 553-569.

Lee, S. J. (2002). *Avrupa tarihinden kesitler: 1494-1789* (çev. E. Demirel). Ankara: Dost.

MacBride, S. (Ed.) (1993). *Bir çok ses tek bir dünya: İletişim ve toplum / Bugünü ve yarın* (UNESCO-MacBride Raporu) (çev. E. Özkök). Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komitesi Yayını.

McQuail, D. (1994). *Mass communication theory*. London: SAGE.

Mukaddime. (1244, 25 Cemaziyelevvel / 1828, 3 Aralık). *Vekayi-i Mısriyye*.

Mukaddime-i Takvim-i Vekayi. (1247, 25 Cemaziyelevvel / 1831). *Takvim-i Vekayi*.

O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1994). *Key concepts in communication and cultural studies.* London: Routledge.

Özgen, M. (2002). *Gazetecinin kimliği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Özgen, M. (1998). Kurumsal, Kuramsal ve Tarihsel Açıdan Gazetecinin Etik Kimliği. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Postman, N. (1994). *Televizyon öldüren eğlence* (çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı.

Reklam Özdenetim Kurulu. (t.y). *Özdenetim esasları*. http://www.rok.org.tr/tr/Page/Index/22 adresinden 12 Mart 2017 tarihinde edinilmiştir.

Tanpınar, A. H. (1997). *On dokuzuncu asır Türk edebiyatı tarihi*. İstanbul: Çağlayan

Kitabevi.

Taş, O. (212). *Gazetecilik etiğinin mesleki sınırları*. İstanbul: İletişim.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. (t.y.). *Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi*. http://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html adresinden 17 Nisan 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği. (t.y.). *TÜHİD meslek ilkeleri*. http://www.tuhid.org/tuhid-meslek-ilkeleri.html adresinden 15 Mart 2017 tarihinde edinilmiştir.

Yalman, A. E. (1914). *The development of modern Turkey measured by its press*. New York: Columbia University. Retrieved May 13, 2017, from https://archive.org/details/developmentofmod00yalmuoft.

Yazıcı, N. (1991). Vakayi-i Mısriyye üzerine birkaç söz. *Ankara Üniversitesi Osmanlı*

Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi (OTAM), *2*, 276.

Yazıcı, N. (1983). *Takvim-i Vekayi "belgeler"*. Ankara: Gazi Üniversitesi Basın-Yayın

Yüksekokulu Yayınları.

Yazıcı, N. (1984). Takvim-i Vekayi ve Ceride-i Havadis'in mukaddimelerinin tahlil ve

karşılaştırılması. *Gazi Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Dergisi*, *6*, 69-78.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Adaklı, G. (2006). *Türkiye'de medya endüstrisi*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Alver, F. (2011). *Gazetecilik bilimi ve kuramları*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Avşar, Z. ve Kaya, E. E. (2013). *Medyanın iffeti*. Ankara: Altınpost Yayıncılık.

Belsey, A. (1998). *Mahremiyet, aleniyet, siyaset, medya ve gazetecilikte etik sorunlar* (çev. N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Belsey, A. ve Chadwick, R. (1998). *Medya ve gazetecilikte etik sorunlar* (çev. N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Morresi, E. (2006). *Haber etiği: Ahlaki gazeteciliğin kuruluşu ve eleştirisi* (çev. F. Genç). Ankara: Dost.

12

Psikoloji ve Ahlak

Halil Ekşi
Durmuş Ümmet

Tartışma Soruları

- Sizden terapi-danışma desteği almaya gelen danışanınız, sizi hafta sonu kendi restoranına yemeğe davet etmektedir. Nasıl bir tutum izler ve danışanınıza nasıl bir açıklama yaparsınız?
- Danışanınız seansta size hukuksal anlamda bir suç işlediğini, size çok güvenerek bunu sadece sizinle paylaştığını ifade etti. Neler yaparsınız?
- İlerleyen seanslarda danışanınızın sorununun sizin eğitimini aldığınız konuların dışında bir problem olduğunu fark ettiniz. İzleyeceğiniz yol, atacağınız adımlar neler olur?
- Size yönlendirilen danışanınızın maddi olanaklarının seans ücretini karşılamayacak düzeyde olduğunu öğrendiniz. Nasıl bir yol izlersiniz?
- Danışanınız dindar biri olduğunu ve sorunlarının üstesinden inançları ile geldiğini ifade etti. Nasıl bir tutum sergilersiniz?

Giriş

Bir uğraş alanının meslek olarak tanınmasının kıstaslarından biri, o iş alanının faaliyetlerini sürdürürken uyması gereken ahlak kurallarının alanın uzmanlarınca belirlenmiş ve alanın çalışanlarınca kabul edilmiş olmasıdır (Yeşilyaprak, 2011). Bir mesleğin etkinliklerinin asıl amacı olan ve aslında o uğraşın meslek olarak kabul edilmesinde bir diğer temel koşul olan "toplumda bir ihtiyaç karşılıyor olma" koşulu (Kuzgun, 2000) da ancak ahlaki-etik ilkelerin varlığı ile yerine getirilebilir. Yani meslek bu şekilde başkalarına somut veya soyut bir ürün/hizmet üretilebilir, sunulabilir. Ahlaki kuralların varlığının bu esas fonksiyonun yanında, aslında ahlaki kuralların o mesleki çalışma alanında gösterdiği vazgeçilmez başka işlevler de mevcuttur. Bahsedilen bu işlevlerin psikoloji alanında nasıl somutlaştığını, alanın kendi bağlamı içinde ele almak daha açıklayıcı olacaktır.

Psikoloji insanın duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını başkalarıyla kurduğu etkileşimi de hesaba katarak bütünlük içinde inceleyen bir bilim dalıdır (R. L. Atkinson ve R. C. Atkinson, 1999) ve kısacası konusu insandır. İnsanla bu denli iç içe olan, tüm odağını insana çevirmiş bir disiplin alanının, insanın doğasında yer alan ahlak, etik, değer gibi kavramları dikkate almaması mümkün değildir. Psikoloji dünyasında yer edinmiş ahlaki/etik ilkeler esasen insanın yararını hedef alır. Örneğin, insanın davranış nedenlerini anlamak için psikoloji alanında yapılan deneylerde deneklerin beden ve ruh sağlıklarının koruma altına alınması, yürütülen terapi-danışma süreçlerinde kullanılan terapötik tekniklerde danışanın kötüye kullanılmaması, seans ücreti belirlenirken hizmetin verildiği yerin sosyoekonomik koşullarına göre esnekliklere gidilmesi ve bunlara benzer, ileride ayrı ayrı açıklanacak olan, bir çok tutum ve tavır psikoloji alanında ahlaki kuralların tanımlanmış olması ile ilgilidir ve son tahlilde insanın faydasına dönüktür.

Psikoloji alanındaki "insanın iyiliğine/mutluluğuna" dönük olma olgusuna, Batı felsefesinde Platon'un ahlak ve Aristotales'in erdem anlayışında (Cevizci, 1993; Tekerek, 2007), İslam düşüncesinde ise kutsal kitap Kur'an-ı Kerim'deki ayetlerde, Hz. Muhammed'den nakledilen hadis-i şeriflerde ve birçok İslam âliminin eserinde rastlamak mümkündür. Bu bağlamlarda tartışılabilecek ve ilgili alanyazınında, insanın nasıl olması gerektiğini açıklamaya çalışan bir konu alanı olarak tabir edilen "erdem etiği" kavramı psikoloji dünyasında üzerinde durulan bir kavram olmuştur (Han, 2015; Webber, 2013). Kendine en çok "pozitif psikoloji" akımında yer edinen erdem etiği, yukarıda ifade edilen ve ister seküler ister dinî temelli bakış açıları fark etmeksizin Antik Çağdan günümüze uzanan ya da başka bir tabirle günümüze uyarlanan bir kavram olmuştur (Güngör, 1995). İnsanın mutluluk/iyilik kaynaklarının neler olduğuna vurgu yapan, var olan olumlu yönlerin korunup güçlendirilmesini amaç edinen ve bozulmuş olandan çok işleyen, sağlıklı olana yönünü çevirmiş olan pozitif psikoloji akımında da nihai amaç insanın "iyiliği"dir (A. Akın ve Ü. Akın, 2015). Bu nihai amacın gerçekleşmesi ise psikoloji alanının geliştirmiş olduğu ahlaki/etik ilke ve kurallarla mümkündür. Bireyin "iyiliği" vurgusunun yanında ahlaki/etik ilkeler aşağıdaki temel işlevleri de sağlarlar (Bond, 2016; Taşdan ve Yalçın, 2007; Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği [Türk PDR-Der], 2013):

i. İş alanının beklenen hedeflerine ulaşmasını sağlamak,

ii. İş alanının gelişmesine katkıda bulunmak,

iii. Mesleğin toplumsal saygı ve kabulünü artırmak,

iv. Uygun olmayan davranışlara sahip meslek elemanlarını tespit etmek,

v. Bir konu yasallaşmadan önce o konuda toplumsal duyarlılığı sağlamak,

vi. Denetleme sürecinde hukuksal süreçleri kolaylaştırmak.

Mesleğin ahlaki/etik ilkelerinin neler olduğunun somut bir şekilde ortaya konması, karşılaşılabilecek çeşitli durumlarda bir psikoloğun/danışmanın nasıl bir tavır sergilemesi gerektiğini ona gösterecek yol haritası işlevini de görür. Gerekli durumlarda danışman bu ilkelere göz atar ve ne yapacağı hususunda netlik kazanır. Ancak zaman zaman, hele ki psikoloji alanı gibi insanla çalışılan bir meslekte, etik ikilem yaşanacak durumlar ile karşılaşılabilir. Ülkemizde, alanın birçok yerinde karşılaşılabilecek etik ikilem konuları ile ilgili yeterli bilimsel çalışmanın olmaması, bu konunun üzerinde daha çok durma önerisini ortaya çıkarmaktadır (Kolay-Akfert, 2012). Etik ikilem, danışma sürecinde ortaya çıkan bir durum karşısında iki veya daha fazla seçim yolunun bulunması şeklindeki çatışmalı durumları izah etmek için kullanılan bir kavramdır (Ergene, 2004; Koocher ve Keith-Spiegel, 2008). Bu seçeneklerden birini seçmek diğerlerinin yanlış olduğunu göstermeyeceği gibi, seçilen yol da her zaman en doğru yol olarak değerlendirilmeyebilir. Bu tarz karar durumlarında (ikilem durumlarında) izlenmesi gereken yol, daha önceki emsal durumları araştırarak ne yapıldığını incelemek, ahlaki-etik kurallara diğerlerinden daha çok uygun olan seçeneğin belirlenmeye çalışılması olacaktır (Tosun, 2005). Psikolog/danışman sistematik ve mantıklı bir düşünme biçimi geliştirmeli (Berggren, Begat ve Severinsson, 2002), kâr-zarar dengesini, evrensel insan haklarının önceliğini göz ardı etmeden aynı zamanda danışanın içinde yaşadığı kültürel koşulları göz önüne alarak bir karar verme sürecine girişmelidir. Örneğin; bir lise öğrencisinin madde kullandığını, bundan kurtulmak istediğini ancak ailesi bu durumu öğrenirse kendisine fiziksel şiddet uygulama ihtimalinin olduğunu dile getirdiği bir durumda aileye doğrudan haber verip vermeme veya öncelikle gencin koruma altına alınmasını sağlamaya yönelik atılacak adımlara karar vermede birçok değişkeni göz önüne almak gerekir. Son tahlilde, bir psikolog/danışman etik ikilem durumlarında çoğunlukla tek başına karar vermek yerine meslektaşları ile konsültasyon ve süpervizyon çalışmaları yaparak bu ikilemi çözmeye çalışmalıdır.

Tüm bu söylemleri daha spesifik bir zemine oturtmak amacıyla hem ulusal hem de uluslararası alan literatüründe kabul bulan psikoloji alanının ahlaki-etik kurallarını ayrı başlıklar altında (var olma nedenleri ve işlevleriyle ele alarak) incelemek daha anlamlı olacaktır.

Psikolojide Temel Ahlaki İlkeler/Etik Kurallar

Psikoloji alanında, dünyada en çok kabul gören etik kodlar Amerikan Psikoloji Birliği (APA) ve Amerikan Psikolojik Danışma Birliği (ACA) tarafından tanımlanmış ve Türk Psikologlar Derneği (TPD) ile Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği (Türk-PDR-Der) tarafından, birbirini destekleyici ve doğrulayıcı nitelikte, ülkemize uyarlanmıştır. Unutulmamalıdır ki, bir bütün olarak temel ilgi-

li alanı insan olan ve aşağıdaki şemada ahlaki/etik kuralları gösterilmiş olan psikoloji alanının bu kuralları evrensel bir nitelik taşımakla beraber her kural kendi öz kültürü içinde yoğrularak ele alındığında anlam kazanacaktır. Bu görüşten hareketle evrensel bakış açısını asla ihmal etmeyerek, onun yanında kendi kültürel yapı taşlarımıza basa basa ahlaki/etik durumlarla ilgili zihinsel tartışmalarımızı yapmak *doğruya* ulaşmada en aydınlık yol olacaktır. Bu rasyonelden hareketle ahlaki/etik kurallar daha net anlatımlarda bulunmak ve örneklemeler yapabilmek adına Şekil-1'de şematize edilmiştir

İçinde yaşadığınız toplumun kültürel değerlerinin neler olduğunu ve bu değerlerin o kültürün insanlarının duygu, düşünce ve davranışlarına nasıl yön verdiğini tartışınız.

Şekil-1. Psikolojide Ahlaki-Etik Kurallar

Yetkinlik Sınırlarını Bilme: Ülkemizde ruh sağlığı alanında çalışma yapan meslek elemanlarının yetiştirilmesinde üç temel kaynak bulunmaktadır: Tıp fakültelerinden mezun olan hekimlerin yetiştirildiği psikiyatri uzmanlık alanı, fen-edebiyat fakültelerinin psikoloji lisans programları ve eğitim fakültelerinde bulunan psikolojik danışmanlık ve rehberlik lisans programları. Bu temel eğitimlerin ardından lisansüstü düzeyde ise klinik psikoloji, uygulamalı psiko-

loji, temel psikoloji, gelişim psikolojisi, bağımlılık psikolojisi, aile danışmanlığı vb. birçok eğitim programı bulunmaktadır. Bu çeşitlilik bir yandan uzmanlaşmayı sağlama ve alanı zenginleştirmeyi getirirken diğer yandan uzmanlık ve yetkinlik sınırlarında birçok karmaşayı ve farklı görüşleri doğurmaktadır.

Bu anlamda bir psikolog/psikolojik danışman aldığı eğitim(ler) çerçevesinde Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin belirlediği ve ilgili mesleki derneklerin vurguladığı yasal çalışma hak, sınır ve kurallarına bağlı kalmak zorundadır. Ne tür problemleri olan vakalarla çalışabileceğini bilmeli, etik sınırlarının neler olduğunun farkında olarak mesleki faaliyetlerini sürdürmelidir. Kendi sınırlarını aşan veya uzmanlık alanı içinde olmayan durumları fark ettiğinde ilgili alan uzmanlarına danışanı sevk (refere) etmeli, bunu yaparken gerektiğinde ilgili alan uzmanları ile iletişime geçmelidir (Türk PDR-Der, 2013; Türk Psikologlar Derneği [TPD], 2004) Aksi durum, danışanın iyileşmesine engel olabileceği gibi zarar görmesine, hatta daha kötü bir hâle gelmesine neden olacaktır. Bu durumda iş ahlakına uygun olmayacak ve bir etik ihlal meydana gelmiş olacaktır.

ÖRNEK OLAY

Eşiyle birlikte aile terapisine gelen Bilal Bey ilerleyen seanslarda terapiste madde bağımlısı olduğunu ve madde kullanımı yüzünden eşiyle çok sık kavga ettiklerini paylaşmıştır. Terapist, bu durumu fazla önemsememiştir. Bilal Bey ile eşinin terapi sürecinde arası düzeldikten sonra madde kullanımı problemi ile kendisi ilgilenmeyi düşünmüştür. Ancak bir hafta sonra Bilal Bey madde krizi geçirirken eşi ile şiddetli bir kavga etmiş ve Bilal Bey bu kavgada eşini bıçakla ciddi şekilde yaralayarak polis tarafından tutuklanmıştır.

Çözüm: Aile terapistinin madde bağımlılığı konusu uzmanlık sınırlarının dışındadır. İnsan hayatına mal olabilecek böyle bir sonuç yaşamamak adına, Bilal Bey'in hızlıca madde bağımlılığı ile ilgili bir sağlık kuruluşuna sevk edilmesi, diğer yandan sürecin izlenmesi iş ahlakı için önem arz etmektedir.

Psikolog/psikolojik danışman kendi uzmanlık sınırlarının dışında bir vakaya hizmet vermeye kalkışmamalı, böyle bir durumu ilerleyen süreçlerde fark ederse danışanı hemen ilgili alan uzmanına sevk etmelidir.

Danışma süreci danışan ile danışman arasında devam eden, mahremiyeti son derece yüksek bir süreçtir. Öyle ki, danışanlar seanslarda yeri geldiğinde en özel sırlarını, en mahrem yaşantılarını danışmanlarına açarlar. Bu durum aslında farkındalığın daha farklı bir ifade ile psikolojik olarak iyileşmenin ön koşullarından biridir. Danışma süreci başlamadan önce danışanlara gizlilik sı-

nırlarının neler olduğunu, hangi durumlarda ne tür adımlar atılması gerektiğini ve atılacağını izah eden maddeler "bilgilendirilmiş onay formu"nda açıkça belirtilir (Corey, 2008).

Terapi/danışma sürecinde danışanların paylaşmış oldukları özel sırların, kişisel bilgilerin, yaşantıların vb. üçüncü şahıslarla paylaşılması mümkün değildir. Bunlar kayıt altına alınıyor ise kayıtların gizliliğini korumak yine danışmanın yükümlülüğündedir (Allan, 2015). Aksi durumlarda danışan, danışma sürecinin verimi için son derece mühim olan güven duygusunu kaybeder, ardından ya süreçte, direnç diye tabir edilen kendini artık açmamayı tercih eder ya da daha beklendik bir seçenek olan danışma sürecini terk eder. Böyle bir durumda danışan yasal anlamda bazı haklar elde ederek terapisti/danışmanı hukuki mercilere şikâyet etme ve cezalandırılmasını sağlama hakkına sahiptir. Ancak, terapi/danışma sürecinde danışanın kişisel bilgi ve paylaşımları ile ilgili bazı özel hususlar bulunmaktadır (Bond, 2016; TPD, 2004; Türk PDR-DER, 2013):

i. Danışanın paylaştığı bilgi yasal anlamda suç teşkil ediyorsa (cinayet işlemiş, birini yaralamış, gasp etmiş, tecavüz-taciz etmiş veya böyle bir ihtimal taşıma gibi) danışanın bilgilendirilmesi şartıyla bu bilgilerin (danışmanın kendini de koruma altına alması kaydıyla) yasal birimlere bildirilmesi zorunludur.

ii. Danışanın paylaşımı yasal anlamda kendisine yönelik işlenmiş bir suç ise (taciz-tecavüze uğramış olmak, şiddete maruz kalmak, malına zarar verilmiş olmak gibi) ve danışan 18 yaşın altında ise yine zaman kaybetmeden yasal birimlerin bilgilendirilmesi esastır. Ancak danışan 18 yaşının üstünde ve kendi kararlarını verebilecek psikolojik sağlığa sahip ise yasal hakları konusunda bilgilendirmek veya bilinçlendirmek adına başvurabileceği yerler konusunda aydınlatılması yeterlidir.

iii. Danışanın paylaştığı bilgi kendisine yönelik bir zarar verme durumu veya olasılığı içeriyor ise (intihar düşüncesi, madde kullanma gibi) danışanın bilgilendirilmesi koşulu ile yakınlarının bilgilendirilmesi esastır.

iv. Danışma sürecinde danışanın kimlik bilgileri, adresi, problemi gibi konularda mahkeme kararı ile bilgi isteniyor ise bu bilgilerin ilgili birimlerle paylaşılması gerekir.

v. Danışanın problemi, danışma sürecindeki yaşantıları gibi konular süpervizyon eğitimlerinde veya derslerde eğitim amaçlı, meslekte yeni yetişenlere örnek olması maksadıyla, danışanın bilgisi dâhilinde ve kimlik bilgileri saklı tutulmak koşulu ile paylaşılabilir.

ÖRNEK OLAY

Lise 3. sınıf öğrencisi Orçun okul psikolojik danışmanına, sınıf arkadaşı Güney'in uyuşturucu kullandığını hatta birkaç kez kendisinin de denediğini söylemiştir. Ancak bunu söylediğini Güney'le veya kendisinin ailesiyle paylaşırsa kendisine ciddi şekilde zarar verebileceklerini ifade ederek bu yüzden danışmanından kimse ile paylamamasını stemiştir. Danışman hem kendisi için hem de arkadaşı için bu durumun düzeltilmesi için neler yapabileceklerini tartışıp onu sürece çekmeye çalışmış ancak Orçun şiddetle karşı çıkmıştır.

Çözüm: Okul psikolojik danışmanın böyle bir durum karşısında bu durumu gizli tutmayarak, hem Güney hem de Orçun'un zarar görmemesi adına izlemesi gereken adımlar: Orçun'u kendisinin ve arkadaşının iyiliği adına atması gereken adımlar hakkında bilgilendirdikten sonra, okul müdürünü bilgilendirmesi ve müdür aracılığı ile, öğrencilerin ailelerinden görebilecekleri muhtemel zararlara karşı koruma altına alındıktan sonra ailelerinin bilgilendirilmesi, çocukların tedavi sürecine sevk edilip bu sürecin takip edilmesi gerekir.

Psikolog/psikolojik danışman yanda belirtilen özel hususlar dışında danışanına dair her türlü bilgiyi saklı tutmak ve gizliliğini muhafaza etmekten yasalar karşısında birinci derecede sorumludur.

Danışan-danışman ilişkisi kurmak tamamıyla gönüllüğe dayalı bir süreçtir (Şahin, 2015). Yani, ancak danışan psikolojik yardım talebinde bulunduğu zaman bu süreç başlar ve devam eder. Psikolojik yardım ilişkilerinde iş ahlakı gereği zorlama yoktur ve danışan istediği sürece danışma devam eder. Gönüllü olarak seanslara başlamış olan bir danışan herhangi bir zamanda bu süreci sonlandırmak isterse yine karar ona bırakılmalıdır. Elbette gönüllülük ilkesinde de bazı istisnai durumlar söz konusudur:

i. Danışan eğer mahkeme kararı ile psikolojik yardım sürecine dâhil edildi ise (öfke kontrolü, madde bağımlılığı tedavisi, sürücü belgelerinin yeniden verilmesi için psikolojik destek alma zorunluluğu gibi) gerekçeleri açıklanarak danışma sürecine başlaması ve devam etmesi, eğer etmiyorsa durumun ilgili birimlere bilgilendirilmesi gerekir.

ii. Danışanın kendi kararlarını verebilecek psikolojik ve zihinsel sağlığa sahip olmadığı sağlık kuruluşlarınca tespit edilmiş ise ve psikolojik yardım alması söz konusuysa tedavi sürecine başlanmalıdır.

iii. Danışan reşit değil ise (özellikle de çocuklar) ve psikolojik yardım alması gereken bir durum söz konusu ise destek süreci başlatılmalı ve yasal velisi istediği sürece devam etmelidir.

iv. Reşit olmayan danışanların psikolojik yardım/tedavi gerektiren bir durumu söz konusu ise ve yasal velisi buna yanaşmıyor ise hukuki birimlerin bilgilendirilmesi zorunludur.

ÖRNEK OLAY

Yürütülen grup terapisinin 4. oturumunda Canan Hanım süreçten yarar görmediğini ifade ederek danışma sürecini sonlandırmak istemiştir. Gruptaki diğer üyeler buna karşı çıkmış ve grubun amaçlarına ulaşması için kendisine ihtiyaçları olduğunu söylemişler ve danışmandan bu konuda Canan Hanım'ı ikna etmesini istemişlerdir.

Çözüm: Danışmanın bu durumda diğer üyeleri gönüllülük konusunda bilgilendirmesi, isteyenin istediği zaman ayrılma konusunda özgür olduğunu vurgulaması, Canan Hanım'ın neden kalmasını istediklerini gözden geçirdikten sonra kararı danışanın kendisine bırakmalıdır.

Kaçıncı seans olursa olsun danışan ne zaman danışma sürecini bitirmek isterse karar ona bırakılmalı, asla zorlayıcı olunmamalıdır.

Özerkliğe Saygı Gösterme: Kişinin başkalarının güdümü altında kalmadan bağımsız hareket edebilmesi, kendi kararlarını alabilmesi olarak tanımlanan özerklik (Andersen, 2000), özellikle psikoloji alanının önemli ahlaki/etik ilkeleri arasındadır. Psikolojik yardım sürecinde "danışanın kendi sorunlarını çözmesine yardım etmek" tanım ve vurgusu psikoloji dünyasında birçok kuramsal bakış açısı ve uzmanı tarafından yaygın olarak kabul gören bir görüştür (Egan, 2004). "Balık vermek yerine balık tutmayı öğretmek" deyişinde de olduğu gibi danışanlara seçeneklerini gözden geçirtip kendi kararlarını vermeleri, yaşam sorumluluklarını almaları, başkalarına göre değil de öncelikle kendi özellik ve değerlerine göre adımlar atmaları gibi konularda beceri kazandırmak bir bakıma terapi/danışma sürecinin amaçları arasındadır. Bu çerçevede, danışanlar onlar adına karar almamızı talep etseler bile seçeneklerinin ve muhtemel kararlarının, bu kararların olası sonuçlarının üzerinde beraber durarak neyin kendisi için en iyi/doğru olduğu kararına, gerekçeleri ile bizzat kendilerinin varmalarını sağlamak gerekir. Bir başka deyişle, danışana bir birey olarak güvenmek, onun kendi kararlarını alabilme gücüne inanmak ve ona da bunu aşılamak gerekir. Çünkü terapi/danışma dediğimiz iş tavsiye/öğüt verme işi değildir; mevcut seçenekleri fark ettirme ve kişinin kendi doğrusuna ulaşmasına yardım etme işidir (Girgin, 2014). Kendi kararlarını alabilme yetisine sahip olmayan kişiler adına karar verme yetkisine sahip olanların yasal veliler olduğu, yasal veliler yoksa devletin görevlendirdiği kişiler olduğu unutulmamalıdır.

Danışanın yaşam sorumluluklarını yüklenme, onun adına karar alma kısacası özerkliğe özen göstermeme eş zamanlı bazı riskler içerir. Örneğin terapistin/danışmanın danışanı adına almış olduğu bir karar olumsuz bir durumla sonuçlandığında danışan suçlayıcı olacaktır ve hatta duruma göre yasal haklar elde edebilecektir. Bunun ötesinde bu ahlaki olmayan tutumdan dolayı danışan zarar görmüş olacaktır. Diğer yandan danışanın kendi gücünü ona

göstermeden onun adına seçimler yapmak danışanı zayıflatacak ve terapiste/danışmana karşı bağımlı olmasına neden olacaktır. Takdir edilir ki, danışana birçok zarar verme olasılığı olan bu tarz tutum ve tavırlar iş ahlakına uygun olmayan durumlardır.

ÖRNEK OLAY

Matematik öğretmeni Murat Bey seansta bir özel okuldan iş teklifi aldığını, mevcut işinden istifa edip bu yeni işi kabul edip etmeme konusunda yoğun sıkıntılar yaşadığını, bu durumdan bir an önce kurtulmak için de danışman hangi seçeneği uygun görüyor ise onu seçip rahatlayacağını söylemiş ve onun adına bu kararı verme konusunda danışmada ısrarcı olmuştur.

Çözüm: Alınacak kararın Murat öğretmenin kendisine ait bir sorumluluk olduğunu ve kendi kararını aldığında daha sağlıklı bir adım atmış olacağını vurguladıktan sonra her iki seçeneğin de çeşitli açılardan ele alınması ve son kararı danışanın almasının sağlanması gerekir.

Danışan sizden onun adına bir şeyler yapmanızı, biriyle onun adına konuşmanızı ya da bir kararını onun yerine almanızı talep ettiğinde ona gerekçeleri ile bu ahlaki/etik ilkeyi açıklayınız.

Çoklu İlişkilere Girmeme: Psikoloji alanında iş ahlakı denildiğinde akla gelen en temel ilkelerden biri de çoklu ilişkiler ilkesidir. Çoklu ilişkiler ilkesi, aslında aynı nedene bağlanabilecek iki ayrı durumda açıklanabilir. Birincisi, danışman-danışan ilişkisi içinde olunan kişiyle başka herhangi bir ilişki biçimi kurulamayacağı; ikincisi ise zaten yaşamımızda başka bir rolde bulunan (aile bireyleri, tanıdıklar, öğrenciler gibi) kişilerle de terapi/danışma ilişkisi içine girilemeyeceğidir (TPD, 2004; Türk PDR-Der, 2013). Ortak bir dinamikten hareket edilecek olunsa da her iki durumun ahlaki/etik ilkelere olan uygunsuzluğunu ayrı ayrı ele almak yararlı olacaktır.

Terapi/danışma yardımı almak için gelen danışan danışmana veya danışman danışana zaman zaman bazı duygular geliştirebilir. Aslında psikolojinin öncü kuramcılarından S. Freud bu durumu *aktarım* (*transferans*) ve *karşıt aktarım* (*karşıt transferans*) kavramları ile açıklamış ve geliştirilen duyguları terapide/danışmada danışanın iç dünyasını anlamak için bir araç olabileceğini ifade etmiştir (Geçtan, 2012). Ancak onun dışında diğer kuramcılar bu kavrama, terapötik sürece zarar vereceği için, çoğunlukla karşı çıkmışlardır. Danışanla olası ne tür ilişkilerden kaçınılması gerektiği somutlaştırılacak olursa şunları sıralayabiliriz:

i. Danışanlarla duygusal ya da cinsel bir ilişki kurulamaz,

ii. Danışanlarla ahbaplık, arkadaşlık vb. tarzı bir ilişki geliştirilemez, seans dışında görüşülmez,

iii. Danışanlarla borç alma verme, seans ücretini bir mal veya hizmetle ödetme veya karşılıklı bir mal alıp satma söz konusu olamaz,

iv. Danışanlardan maddi değeri olan hediyeler kabul edilmez veya onlara hediye verilmez.

Bu tarz ilişki biçimlerinin getireceği kaçınılmaz sonuç, danışma sürecinde olmazsa olmaz bir kavram olan *objektiflik* olgusuna getireceği zarardır. Ne danışan ne de danışman terapi/danışma sürecine bulaşan ahbaplık, sevgililik gibi diğer duygularla, bu süreçte birbirini danışman ve danışan olarak göremeyecek ve psikolojik yardım sürecinin teknik olarak aldığı bu ciddi zarar süreçten beklenen faydanın elde edilememesine neden olacaktır (Allan, 2015). Bir psikolog/psikolojik danışman çoklu ilişkinin geliştiğini fark ettiği noktada ilk olarak süpervizyon desteği alarak bu süreci sağlıklı şekilde yürütmeye çalışmalıdır. Ancak bu durumun önüne geçilememesi durumu söz konusu olursa danışanla bu durum ayrıntılı bir şekilde konuşularak, danışan mutlaka başka bir uzmana sevk edilmek koşulu ile danışma sürecinin sonlandırılması gerekir.

Çoklu ilişkiler olgusunun ikinci boyutu, daha önce de bahsedildiği gibi, yakınlarımızla terapi/danışma ilişkisi içine giremeyecek olmamızdır (Corey, 2008; Koocher ve Keith-Spiegel, 2008). Sıklıkla yakınlarımız psikolojik zorlanma zamanlarında bu taleple gelebilirler. Bu tarz kurulacak bir psikolojik yardım ilişkisi yine aynı dinamik olan *objektiflik* olgusuna zarar verir. Takdir edilir ki terapi/danışma sürecinde yeri geldiğinde en özel ve mahrem konular ele alınır. Ancak yakınlarımızla devam eden ve edecek olan sosyal ilişkilerimiz bu özel paylaşımlara engel olacak ya da danışman hizmet verdiği yakınına hiçbir zaman tam anlamıyla objektif yaklaşamayacaktır. Her iki ihtimalde de iş ahlakına aykırı bir tutum sergilenmiş olacak ve terapi/danışma sürecinden beklenen hedeflere ulaşmak söz konusu olmayacaktır. Yakınlarımızdan böyle bir yardım talebi geldiğinde öncelikle gerekli açıklamalar yapılmalı daha sonra danışma sürecine başlanmayarak başka bir uzmana onları (tercihen bizim yakın olmadığımız bir meslektaşa) sevk etmek en uygun davranış olacaktır.

ÖRNEK OLAY

Erkek arkadaşından yeni ayrılmış ve bu yüzden yaşadığı sıkıntılardan dolayı danışmaya devam eden Suzan Hanım danışmanı Öner Bey'e aşık olmuş ve bunu sms yollayarak ona itiraf etmiştir. Birkaç gün sonra seansları olan Öner Bey seansta ne yapacağını, nasıl davranacağını bilememektedir.

Çözüm: Böyle bir durumda Öner Bey'in süpervizyon desteği alması, hem bu süreci doğru yönetmesi hem de gelecekte bu tarz durumlarla karşılaştığında nasıl bir tavır sergileyeceği konusunda mesleki tecrübe kazanması adına en doğru adım olacaktır.

Bu vakada atılacak en ahlaki adım, danışan ile seansta bu beklentisinin karşılanmasının etik olarak mümkün olamayacağının konuşulması, böyle bir ilişkinin yürütülen profesyonel sürece nasıl zarar vereceğinin izah edilmesidir. Danışanın ısrarcı olması durumunda, danışanın başka bir uzmana yönlendirilmesi yapılarak, sürecin sonlandırılması gerekir.

Danışan size veya siz danışana karşı olumlu ya da olumsuz herhangi bir duygu geliştirdiğinizde ilk yapılması gerekenin süpervizyon almak olduğunu unutmayınız.

Bireysel ve Kültürel Farklılıklara Saygılı Olma/Duyarlı Olma: İnsanların bazı ortak yönleri olsa da esasen insanlar birbirlerinden birçok yönden farklıdırlar. Cinsiyet, sosyokültürel özellikler, inanç veya inancını yaşama biçimi, gelir düzeyi, sosyal statü, siyasi görüş, cinsel yönelim, kişilik özellikleri, yaşam tarzları vb. epeyce bireysel farklılıklar her bireyi biricik/şahsına münhasır kılar. Psikoloji, modernist bakış açısının doğurduğu determinist bakış açısı gereği her ne kadar insan davranışlarını anlamaya yönelik yürüttüğü bilimsel çalışmalarda genellemelere gitmeye gayret etse de bu genellemeler tüm insanlara uygun olamamakta ve katı neden-sonuç mantığıyla açıklanamayan birçok durumla karşılaşılmaktadır. Psikoloji dünyasında günümüzde artık postmodernist bakış açısının getirdiği öznel bakış açısı gereği katı genellemelerden, daha esnek genellemelere ve bireyin kendi öznelliğine vurgu yapan eğilimlere yer verilmektedir (Demir, 1996). *Çok kültürlü* psikoloji yaklaşımı olarak dillendirilen bu eğilim, her danışanın kendi sahip olduğu özellikler bağlamında ele alınmasının ve her danışanın şahsi özelliklerine saygı duyulmasının vurgusunu yapar (Bond, 2016; Corey, 2008; A. E. Ivey, M. B. Ivey, Myers ve Sweeney, 2013).

Kendisi de bir insan olan psikoloğun/psikolojik danışmanın muhakkak ki kendisi de diğerlerinden farklı özelliklere sahiptir. Ancak mesleğin ahlaki bakış açısı, danışmanın kendi sahip olduğu özelliklerini danışma odasında ikinci sı-

raya koyup, öncelikle danışanın özelliklerini tanıma ve bu şahsına özgü özelliklerinin danışanın tutumlarına nasıl etkide bulunduğunu anlamaya çalışmasını gerekli kılar. Aynı zamanda danışan ne özellikle gelirse gelsin onu olduğu gibi kabul etmek (*koşulsuz kabul*) ve sadece insan olması nedeniyle değerli bulmak gerekir. İnsanları etiketlemek veya sahip olduğu herhangi bir farklılıktan dolayı danışanları değersiz bulmak, özelliklerini küçümsemek vb. mesleğin ahlaki ilkeleriyle tutarlı değildir. Aksi durum, yani danışmanın kendi sahip olduğu değerlerle danışanı değerlendirmeye çalışması ya da danışana sahip olduğu özelliklerle yargılayıcı bir biçimde yaklaşıyor olması terapi/danışma sürecinin bir diğer olmazsa olmazı olan *empati* olgusuna büyük zarar verir. Telafisi zor olan bu durumda, danışman danışanın baktığı pencereden bakamaz, onu anlayamaz ve kaçınılmaz olarak ona yardım edemez. Yardım vermek için bu mesleki unvanı almış olan ve kazancını bu yolla kazanan danışmanın, sırf kendi özelliklerinden sıyrılamaması ya da danışanı etiketleyici tutumlara sahip olması yüzünden kendinden beklenen faydayı gösterememesi iş ahlakı ile bağdaşamayacak bir durumdur. Danışan penceresinden bakıldığında; danışan anlaşılmadığını, yargılandığını fark ettiği anda hem içinde bulunduğu sürece hem de danışmana olan inancını yitirecek ve danışma ilişkisini sonlandıracaktır. Buna benzer durumlar ise mesleğin toplum içindeki saygı ve statüsüne onarılması güç zararlar verecektir. Bu yüzden etkili danışmanların çok değerli bir özelliği olarak ifade edilen *bireye saygılı olma* ilkesini (Hackney ve Cormier, 2008) ihmal etmemek gerekir.

Terapi/danışma sürecinde danışanı psikolojik yardım sürecine kabul etmeme durumunda bir istisna bulunmaktadır: Şayet danışanın sahip olduğu bir özellik veya getirdiği problem, danışmanın danışana yaklaşımında objektif olmasına engel olabilecek bir koşul arz ediyor ise (Bu danışmanın kendisinin daha önce yaşadığı bir problem de olabilir.) danışanın bilgilendirilerek başka bir uzmana yönlendirilmesi gerekir. Örneğin; kendisi çocukken ailesinden fiziksel ve duygusal şiddet görmüş bir danışman benzer bir vakayla çalışırken, sürece duygularını karıştıracağını düşünüyor ise ya da aldığı süpervizyona rağmen bu duygularından sıyrılamıyor ise bu tarz vakalarla çalışmamalıdır.

ÖRNEK OLAY

Farklı bir ülkeden sığınmacı olarak gelen ve bu yüzden kendine özgü kültürel değerlere sahip olan bir danışanla çalışmaya başlayan Psikolojik Danışman Deniz Hanım, danışanın olaylara yaklaşım biçimlerini anlamakta güçlük çekmekte, danışanının verdiği tepkileri genelde karşılaştığı durumlarla kıyasladığında oldukça farklı bulmakta ve şaşkınlığını seansta gizlemekte zorluklar yaşamaktadır.

Çözüm: Değişik özelliklere sahip danışanları anlamanın en kestirme yolu, yardım hizmetine başlarken önce danışanın sahip olduğu özellikleri ve bu özelliklerin ona ve olaylara yaklaşım biçimine nasıl yansıdığını ayrıntılı bir şekilde tanımaya çalışmak olacaktır. Danışan ve özellikleri kabul görüp ne kadar çok tanınırsa danışma süreci o denli yararlı olacaktır.

Danışanlarınızı dil, din, ırk, cinsiyet, sosyoekonomik statü, siyasi görüş vb. özelliklerinden dolayı yargılamadan, birbirleri ile mukayese etmeden, oldukları gibi kabul ederek mesleğin sürdürülebileceğini unutmayınız.

Dürüst/Saydam Olma: Danışma süreci sadece danışanın tanındığı bir süreç olmayıp aynı zamanda danışanların da danışmanı hem kişisel özellikleri hem de mesleki yeterlilikleri ile tanımaya çalıştığı bir süreçtir. Danışanlar danışma esnasında zaman zaman danışmanlarına nerede eğitim aldıkları, medeni durumları, yaşları, çocuk sahibi olup olmadıkları vb. konularda sorular yöneltirler. Kaldı ki danışmanlar danışanlarına ilk seansta, kendisiyle ilgili özel ayrıntılı bilgilere girmeden, temel bilgileri ve mesleki geçmişleri gibi konularla kendilerini tanıtmalıdırlar. Daha sonra danışanlardan gelen kendileri ile ilgili soruları da dürüst bir şekilde cevaplamalı, herhangi bir manipülasyon yoluna gitmemelidirler. Ayrıca psikolog/psikolojik danışman internet sitesi, broşür, kartvizit gibi kendine dair bilgileri gösteren ortamlara bilgilerini, ne eksik ne de fazla olmadan, gerçeği yansıtır şekilde koymalıdır. Özellikle mesleki özgeçmişi, mezun olunan okullar, alınan eğitimler, katılmış olduğu bilimsel toplantılar gibi konularda kendini doğru tanıtması iş ahlakı bakımından son derece önem arz etmektedir. Bazı meslek çalışanları danışanlarının, danışmana ait bazı özelliklerine (medeni durum, yaş, kültürel özellikler gibi) takılabileceği kaygısı taşımakta ve bu yüzden kendilerini saklayarak ya da özelliklerini danışanın kabul göreceği bir forma sokarak yansıtmaktadırlar. Örneğin, bekâr olmasının danışanları tarafından olumsuz karşılanacağını düşünen bir danışmanın seanslara yüzük takarak girmesi, kendisini evli biriymiş gibi yansıtması gibi. İş ahlakı ile örtüşmeyecek böyle bir yanıltıcı durumun danışan tarafından fark edilmesi, danışmana ve mesleğe olan güveni derinden sarsacak ve danışma sürecinden beklenen yararın görülememesine neden olacaktır.

Benzer bir sonuçla, dürüstlük/saydamlık ahlak ilkesinin bir diğer ifadesi şudur: Danışman danışanına karşı bazı olumlu veya olumsuz duygular, düşünceler geliştirebilir. Danışmanın danışanına geliştirdiği duygu veya düşünceyi değiştirmeden ortaya koyabilmesi gerekir. Örneğin; seanslara sürekli olarak geç geldiği için danışanına karşı olumsuz duygular geliştirmiş bir danışman, seansta bu konuyu konuşurken nötr kalmamalı ya da bu durumu olumsuz bir durum olarak bulmuyormuş gibi yansıtmamalı, duygusu ve düşüncesi her ne ise uygun bir dille danışanı ile iç dünyasını olduğu gibi paylaşabilmelidir.

ÖRNEK OLAY

Ergenlik çağındaki çocukları ile ilgili yaşadıkları iletişim sorunları nedeniyle, bekâr ve çocuğu olmayan Psikolog Gözen Hanım'dan yardım almaya gelen bir anne-baba danışmana çocuğu olup olmadığını sormuştur.

Çözüm: Böyle bir durumda Gözen Hanım'ın herhangi bir endişe taşımadan kendine yöneltilen soruya doğru cevap vermesi ahlaki/etik anlamda önem arz eder. Alacakları yanıt sonucunda danışanlardan olumsuz bir tutum yansır ise (kendilerini anlamayacaklarını düşünmek gibi) danışman mesleğinin özelliklerini, uzmanlık alanlarını, aldığı eğitimleri danışanlarına uygun bir dille izah etme yoluna gitmeli; eğer danışanlar olumsuz tutumlarını sürdürür ise onları başka bir uzmana sevk ederek süreci sonlandırmalıdır.

Danışanlarınıza kendinizi tanıtırken, onlardan gelen soruları yanıtlarken veya onlarla ilgili herhangi bir konudaki görüşünüzü dile getirirken, ne az ne çok, tam olarak, doğru bir şekilde kendinizi yansıtınız.

Dinî/Manevi Konulara Duyarlı Olma: Bireysel ve kültürel farklılıklara saygı ilkesinde değinildiği gibi, bireyi diğerlerinden ayıran en önemli özelliklerinden biri, bireyin dinî inancı veya sahip olduğu inançlarını yaşama biçimidir. Devlet İstatistik Kurumu ve Diyanet İşleri Başkanlığının beraber yürüttükleri bir araştırmada, özellikle bizim kültürümüzde farklı din ve mezheplere ait bireylerin olduğu bilinmekle beraber, inancının biçimi ne olursa olsun, ülkemizde dinin hayatında yer edindiğini belirten kişi sayısı %90'ların üzerindedir (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2014). Kaldı ki insanın davranışlarında oldukça önemli bir etkisi olan din, sadece bireylerin içinde yaşayan subjektif bir tecrübe olarak kalmaz. Aksine somut bir şekil veya tavır hâline dönüşerek objektifleşir. Dinler ahlaki değerleri, ahlaki değerler de sosyal ve ekonomik hayatı şekillendirmektedir (Akyüz ve Çapcıoğlu, 2010). Din, insanoğlunun duygularına, düşüncelerine, tasavvurlarına ve davranışlarına etki ederek bütün kişiliğine yansır ve günlük yaşamında tüm davranışlarına yön verir. Din, kişinin ruhi hayatının tüm boyutlarında, yani arzuları, korkuları, neşesi, kederi içinde, kişisel, toplumsal,

dünya ve ahiret ile ilgili bütün işlerini düzenleyen bir güce sahiptir (Yavuz, 1988). Dolaysıyla dinin insanların olaylara yaklaşım biçimlerinde, duygu, düşünce ve davranışlarında etkili olan, bunlara yön veren bir olgu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Dinin insanları *iyiliğe*, daha açıklayıcı bir ifadeyle affetmeye, yardım etmeye, sevgi hissetmeye, tevekkül etmeye, anlayışlı olmaya vb. sevk etmesi nedeniyle insanlar arasındaki ilişkileri düzenleyip kişinin psikolojik manada daha mutlu olmasına kaynak oluşturduğu bilinmektedir (Güler-Aydın, 2011; Westgate, 1996). Bu önemden hareketle, doğrudan insanla çalışan psikoloji dünyasının, hizmet verdiği bireyin dinî ve manevi yönünü yok sayması ya da danışanın kullandığı başa çıkma yöntemlerinde maneviyatı göz ardı etmesi verilen hizmeti ciddi şekilde eksik bırakacaktır.

Tahmin edilir ki, yaşadığı problemlerden bahseden bir danışanın terapi/danışma sürecinde manevi yönünden, dinin söylemlerinin kendisi üzerindeki etkisinden bahsetmesi büyük ihtimaldir. Özellikle ülkemizde dinin hayatında önemli bir yer kapladığını dile getiren nüfus oranının yüksekliği göz önüne alındığında, maneviyatı görmezden gelmek danışanı bir bütün olarak ele almamış olmaya işaret eder ki, bu iş ahlakına uymayacak bir tavır olur. Danışan terapi/danışma sürecinde dinî konuları dile getirdiğinde; probleminde, problemine yüklediğinde anlamda, sorunlarıyla başa çıkmada danışanın maneviyatı nasıl ve ne kadar kullandığına odaklanmak, danışanın sahip olduğu bu manevi kaynakları terapide bir araç olarak kullanmak verilen hizmetin amacına ulaşmasında hem daha doğru hem de kolaylaştırıcı bir rol oynayacaktır.

Aslına bakılırsa klasik psikanaliz, davranışçı kuram gibi bazı psikoloji yaklaşımları insan davranışlarını açıklarken bireyin manevi yönünü, dini yok sayar hatta buna şiddetle karşı çıkar (Köse, 2005). Dinî konuları bilimsel olarak değerlendirmeyen ve bunların terapi/danışma sürecinin bir parçası olamayacağını öne süren görüşleri, kendi toplumsal ve kültürel gerçekliklerimiz bağlamında anlamlı bulmak ve kabul etmek oldukça güçtür. Örneğin; geçirdikleri trafik kazasında kocasını kaybetmiş, bu kazada kendisi ve çocuğu kurtulmuş olan bir genç kadın danışmada bu durumu kendi zihinsel süreçleriyle açıklarken "*Allah'ın takdiri böyleymiş, kocamın vadesi dolmuş, kaderimiz böyleymiş ama hamd olsun Allah çocuğumu bana bağışladı.*" şeklinde bir söylemde bulunduğunda, yaşadığı zor zamanların üstesinden gelmede ona iyi gelen neler olduğu sorulduğunda "*Dua ediyorum, ibadetlerimi aksatmamaya çalışıyorum, eşim için dua okuyorum ve bunlar bana iyi geliyor.*" dediğinde bunu bilimsel bulmamak, danışma sürecinde bu dini etkilerin üzerinde durmamak o danışanın sahip olduğu manevi özelliklere saygısızlık anlamına gelir ki zaten böyle

bir durumda, bu danışanın danışman tarafından anlaşılmadığını hissetmesi yüksek ihtimaldir.

Dini, yaşamının önemli bir yerine koyan bir danışanla çalışırken onun bu manevi yönüne yönelik terapi/danışma sürecini şekillendirmek, baş etme stratejilerini daha çok bu yöne odaklamak şeklinde tanımlanabilecek *manevi yönelimli psikoterapi* son yıllarda dünyada da ülkemizde de üzerinde durulan konulardan bir hâline gelmiştir. Öyle ki, konuyla ilgili literatür incelendiğinde, dinî inanç, manevi tutum ve davranışların bireyin psikolojik iyi oluş üzerindeki güçlü pozitif etkisine ve manevi yönelimli danışma sürecinin terapiye/danışmaya olumlu katkılarına yönelik birçok bilimsel çalışma olduğu görülecektir (Folkman, 1997). Psikoloji dünyasındaki en yeni gelişmelerin yaşandığı Amerika Birleşik Devletleri'nde, Amerikan Psikoloji Birliği (APA) etiketiyle *manevi yönelimli psikoterapi* adıyla bir kitap yayımlanmış ve terapi/danışma sürecinde manevi/dinî konulara odaklanmanın pozitif yönleri vurgulanmıştır (Ekşi, Kaya ve Çiftçi, 2016). Din ve manevi tutum ve davranışlar sadece yaşanan problemlerin aşılmasında değil, aynı zamanda problemler yaşanmadan önceki süreçlerde de bir kalkan görevi görür. *Psikolojik sağlamlık* olarak adlandırılan ve bireyin karşılaşacağı sorunlar karşısında yılmaz özellikler sergilemesini sağlayan bu olgu dinî inançlar, manevi tutum ve davranışlarla daha güçlü hâle gelir. Dinî inanca sahip bireyler, yaşadıkları travmatik yaşantılarda bunları çok daha çabuk anlamlandırabilmekte ve bu anlamlandırma ise başa çıkmayı kolaylaştırmaktadır (Ayten, 2012; Koç-Yıldırım, 2014). Tüm bu açıklamalar ışığında, iş ahlakına uygun şekilde mesleğini icra eden bir psikoloğun/psikolojik danışmanın;

i. Terapi/danışma sürecine gelen danışanının dinî inançlarına dair iyi bir gözlemci olması,

ii. Danışanının problemi ve baş etme süreçlerinde dinî/manevi yöneliminin etkisine duyarlı olması,

iii. Danışanının manevi özelliklerine göre, probleminin üstesinden gelmede manevi yönelimi sürecin bir parçası hâlinde görmesi,

iv. Temel bilimsel kuram ve söylemleri göz ardı etmeksizin hizmet verdiği toplumun dinî/manevi yönlerini bilmesi ve buna uygun şekilde hizmetini sunması, mesleğinden beklenen amaçlara ulaşması adına ondan beklenen ahlaki tavırlar olarak sıralanabilir.

ÖRNEK OLAY

İşinde yaşadığı önemli maddi kayıplar ve buna bağlı yaşadığı iflas durumundan dolayı psikolojik sorunlar yaşayan Ali Bey, danışma sürecinde bu durumu Allah'ın takdir-i ilahisi olarak gördüğünde rahatladığını, şükür ve dua etmenin ona iyi geldiğini belirttikten sonra bu duruma danışmanının nasıl baktığını sormuş, bu şekilde bakmanın sağlıklı olup olmadığına yönelik görüşünün ne olduğuna dair danışmanına bir soru yöneltmiştir.

Çözüm: Danışanların dinî inançlarına, manevi yönlerine saygı duymanın ötesinde, danışmanların danışanların problemleri ile başa çıkmada maneviyatın olumlu yönüne duyarlı olmaları, danışanlarına bu yönelim iyi geliyorsa bunu destekledikleri dile getirmeleri ve danışanın manevi baş etme kanalını desteklemeleri beklenir. Anlatımda da değinildiği gibi, problemlerle başa çıkmada maneviyat birçok birey için oldukça güçlü bir mekanizmadır.

Terapi/danışma sürecinde, danışanın dile getirdiği manevi/dinî söylemleri görmezden gelmek, danışanın hayatında önemli bir yer edinen dinî konuları yok saymak iş ahlakına uymayacak bir durumdur.

Mesleği Kötüye Kullanmama: Terapi/danışma hizmetlerinin özünde danışanın olaylara ilişkin olumsuz bakış açısını değiştirme, başka bir değişle bilişsel yeniden yapılandırma ve böylece tutum değişikliği oluşturma süreci bulunur. Bu durum terapistin/danışmanın, bilişsel terapi yaklaşımına göre, danışanın terapiye/danışmaya gelmesinin nedeni olan olumsuz bakış açılarını keşfetmesine ve yerine daha farklı ve olumlu bakış açıları geliştirmesine yönelik bir süreç izlemeyi, bu değişimi sağlamaya yönelik terapi teknikleri kullanmayı gerektirir (Leahy, 2007). Danışmana, ne yaptığını bilen ve uzman gözüyle bakan danışanlar bu süreçte çoğunlukla kendilerini onun söylemlerine ve uyguladığı tekniklere bırakırlar ki işte bu noktada alanın ahlaki kuralları son derece önemli bir hâle gelir. Bu süreçte danışmanın, danışana herhangi bir değer aktarımında bulunmadan danışanın kendi gerçekliğini bulmasına, danışanın kendi öz değerlendirmelerini fark edip yeni şekillendireceği bakış açılarının da kendi özüne uygun olmasına yönelik çalışması, herhangi bir manipülasyonda bulunmaması iş ahlakı gereği zorunludur. Daha özet bir anlatımla danışman edindiği terapi becerileri aracılığı ile danışanı kendi gerçekliğine uydurmaya çalışmamalı, kullandığı terapi tekniklerinde (hipnoz, imajinasyon vb.) danışanın zaaf anlarını katiyen kötüye kullanmamalıdır. Bu açıklamaların yanında, psikoloji dünyasında iş ahlakı ve etik kuralları çerçevesinde mesleğin kötüye kullanılmaması adına aşağıdaki durumlara ayrıca dikkat etmek gerekir:

i. Danışanın danışmana geliştirdiği güven duygusunu suistimal etmemek,

ii. Danışanın maddi olanaklarını sömürücü tarzda (daha yüksek ücret talep etme, maddi olanaklarından çıkar sağlama gibi) davranışlara kalkışmamak,

iii. Verilen ücret için ayrılmış olan zamanı doğru kullanma, hizmet süresini uzatmak için gereksiz ve zaman gerektiren etkinliklere girişmeme,

iv. Danışanın danışmana geliştirebileceği bazı duyguları kendi çıkarları için kullanmama (kendine âşık etme, bağımlı hâle getirme, cinsel ilişkiye girme vb.),

v. Danışanın sosyal statüsünü kendi çıkarı için kullanmama vb. (Bond, 2016; Koocher, Keith-Spiegel, 2008; TPD, 2004; Türk PDR-Der, 2013).

Yukarıdaki durumlara benzer tutumlar, bir terapistin/danışmanın mesleğini sürdürürken kesinlikle sergilememesi gereken davranışlardır. Bu ahlaki olmayan tavır ve davranışlar, meslekten beklenen amaçların dışına çıkmış olmaya işaret eder ki hem toplum içinde mesleğin saygınlığına hem de danışanın bizzat kendine zarar verir.

ÖRNEK OLAY

Danışma sürecinin başında belirledikleri amaçlarına ulaşmalarına ve psikolojik açıdan sağlığını yeniden kazanmış olmasına rağmen Faruk Bey danışmanına; danışma sürecine devam etmek istediğini ve ücretin herhangi bir sorun teşkil etmeyeceğini söylemiş ve bu konuda ısrarcı olmuştur.

Çözüm: Danışanların danışma sürecinden beklenen faydayı sağladıkları görülmesine rağmen bu tarz danışan beklentileri ile karşılaşılabilir. Bu gibi durumlarda, danışanla süreci sonlandırmanın gerekliliği konusu gündeme alınmalı, danışanın kendi yaşamına kendi başına devam edebilme becerileri gözden geçirilmeli ve danışanın maddi olanakları var diye asla süreci uzatma yoluna gidilmemelidir.

Danışanların maddi imkânlarını, sosyal statülerini, danışma için ayırdıkları süreyi, danışmana hissettikleri duyguları ve danışmanın sahip olduğu mesleki terapi becerisini kendi çıkarları doğrultusunda kullanması iş ahlakına aykırıdır.

Topluma Yönelik Sorumluluk Taşıma: Psikologlar/danışmanlar hizmet götürdükleri bireylere karşı sorumlu oldukları kadar hizmet verdikleri topluma karşı da sorumludurlar (Bond, 2016). Örneğin, bağımlı bir bireyin bu bağımlılıktan kurtulması için terapi/danışma yapan bir danışmanın sorumluluğu, öncelikle danışanı olmakla beraber, sadece tek tek danışanları değil toplumda bulunan diğer kişiler de olmalıdır (Allan, 2015). Böyle bir koşulda danışman bağımlılıkla ilgili toplumdaki tüm bireyler için önleyici çalışmalarda yer almalıdır. Benzer bir bakış açısıyla, iş ahlakı bağlamında, toplumsal sorumluluk taşıyan danışmanların aşağıda sıralanmış olan hususlara karşı duyarlı olmaları gerekir:

i. Toplumdaki her kesimden insanı bilgilendirecek seminer, konferans, eğitim vb. etkinlikler planlamak ve düzenlemek,

ii. Daha geniş kitlelere ulaşmak adına görsel, basılı, sanal medya ortamlarında bilimsel nitelikte eğitici ve öğretici açıklamalarda bulunmak,

iii. Aileler, öğretmenler gibi insan yetiştiren kitlelere yönelik bilgilendirici çalışmalar yapmak,

iv. İnsan yararına var olan ve hizmet veren dernekler, sivil toplum kuruluşları gibi oluşumlarda yer almak,

v. Maddi olanakları özel psikolojik yardım almaya yetmeyen kişileri devletin ilgili birimlerine yönlendirmek, imkânları koşullarında bizzat kendisi de temsili ücretlerle hizmet vermek,

vi. Kendi meslek alanı ile ilgili devlet politikalarının oluşturulmasında görüşlerini aktif olarak bildirmek,

vii. Doğal afetler, terör saldırıları vb. toplumsal travmaların yaşandığı durumlarda genel toplumun ruh sağlığını onarmaya yönelik çalışmalarda yer almak,

viii. Topluma yarar sağlayacak olan, alanı ile ilgili bilimsel araştırmalar yapmak ve yapılan çalışmaları desteklemek.

Bu tarz çalışmaların içinde bulunmayan bir danışmanın kendisi de bizzat toplumdan soyutlanmış olur ki kendi toplumundan ve toplumsal gerçeklerinden uzak bir danışmanın, o sosyal yapı içindeki bireylere sağlıklı şekilde hizmet götürmesi olanaksızdır. Dolaysıyla, ahlaki olarak bir danışmanın toplumun *iyiliği* ve *yararı* için olan çalışmalarda en önlerde yer alması beklenir.

ÖRNEK OLAY

Yaşadığı bölgede gerçekleşen terör saldırısının ardından yaşadığı psikolojik problemlerle danışmana gelen Mustafa Bey, kendisinin yaşadığı problemlere benzer hatta çok daha ciddi durumda olan ancak danışma almak için imkânı olmayan birçok insan olduğundan, onlardan kimsenin haberi olmadığından ve hiçbir şey yapılmadığından bahseder. Bu noktada danışmanın yapabileceği bir şey olup olmadığını sorar.

Çözüm: Belirtildiği üzere bir danışman kendi danışanına karşı olduğu kadar topluma karşı da sorumlu olduğunu bilerek bu durumda sivil toplum kuruluşlarını, devletin ilgili birimlerini vb. bilgilendirmeli ve böylece problem yaşayan toplumdaki diğer insanların da gerekli yardımları almasını sağlamalıdır. Gerektiğinde kendisinin de bu çalışmalarda aktif olarak yer alması beklenir.

Psikolog/danışman içinde yaşadığı toplumun ruh sağlığını koruyucu çalışmaların içinde aktif roller almalıdır.

Kendine ve Meslektaşlarına Yönelik Sorumluluk Taşıma: Bir psikoloğun/danışmanın asli işi sıkıntı yaşayan, problemlerini aşma konusunda zorlanmalar yaşayan bireyleri dinlemek ve onlarla beraber bu problemlerin çözümüne yönelik yollar bulmaya çalışmaktır. Dolayısıyla zamanının büyük kısmını göre-

ce *keyifsiz* olarak adlandırılabilecek hikâyeleri dinlemeye ayıran danışmanın kendi ruh sağlığını da gözetmesi gerekir. Örneğin; bir yandan sürekli olarak ağlayan, diğer yandan çıkmazda olduğunu ve bir çare beklediğini, yaşamdan keyif alamadığını, mutsuz olduğunu vb. dile getiren insanları dinlemek ve onların taleplerini karşılamak gerçekten meslek çalışanını zorlayıcı bir durumdur. Psikoloji alanı verdiği hizmet süreci içinde tükenmişlik sendromu yaşamaya, yıpranmaya müsait meslek alanlarından biridir. Bu nedenle alanının çalışanlarının, her şeyden önce kendi iyilikleri için daha sonra danışanlarına nitelikli hizmet verebilmeleri adına; sadece ihtiyaç duydukları zamanlarda değil düzenli aralıklarla bizzat kendilerinin de psikolojik danışma hizmeti almaları gerekir. Yine zorlanma yaşadıkları durumlarda da süpervizyon hizmetine başvurmaları etkili danışmanların önemli özelliklerinden biri olarak görülen "psikolojik bakımdan sağlıklı olma" ilkesi adına (Hackney ve Cormier, 2008) vazgeçilmez bir durumdur.

Psikologlar/danışmanlar çalışma alanlarına göre zaman zaman davranış kontrolünü sağlayamayan, örneğin antisosyal kişilik bozukluğu olan, öfke denetimi olmayan, saldırgan tip şizofrenik vb. bireylerle de çalışmaktadır. Kapalı bir odada bu tip kişilerle birebir çalışan ruh sağlığı uzmanlarının kendi beden ve ruh sağlıklarını korumaya yönelik tedbirler almaları veya çalıştıkları kurumlardan bu tedbirleri talep etmeleri gerekir. Bu noktada, beklenmedik tehlikeli durumlarda masalarında bir zil bulundurmaları, uyarı verildiğinde onlara yardımcı olabilecek koruma görevlilerinin bulundurulması veya riskli görüşmelerin aynalı odalarda yapılması gibi ve bunlara benzer koruyucu çalışmaların yapılması gerekir.

Kendine sorumlu olmayı önemseyen bir psikoloğun/danışmanın aynı zamanda kendini verimli hissetmediği zamanlarda danışma hizmeti vermemek, kendi beden ve ruh sağlığına yönelik olumsuz durumlarda devreye sokabileceği bir sigortaya sahip olmak, gerektiğinde meslektaşları ile konsültasyon sürecine girmek gibi durumları da göz önünde bulundurması (Bond, 2016), iş ahlakı temelinde, mesleğini sağlıklı şekilde sürebilmesi için gerekli olan durumlara örnektir.

Psikoloji alanının çalışanları kendilerine yönelik sorumlu olmalarının yanında, aynı kulvarda yürüdükleri meslektaşlarına yönelik de birtakım sorumluluklar taşımalıdır. Bu sorumlulukların yerine getirilmesi, bir yandan mesleğin gelişmesi ve hizmetlerini çok daha nitelikli bir şekilde sürdürmesine yardım ederken diğer yandan her bir meslek çalışanın yeterliliklerini de artırır. Psikologların/danışmanların iş ahlakını göz önünde bulundurarak meslektaşlarına yönelik sorumluluklarını şu şekilde sıralayabiliriz:

i. Mesleğin gelişmesine katkı sağlayan bilimsel araştırma bulgularını meslektaşları ile paylaşmaya açık olmak,

ii. Meslektaşları ile bir araya gelerek mesleki gelişimin yollarını aramaya yönelik fikir alışverişinde bulunmak, beraber bilimsel çalışmaların içinde yer almak,

iii. Meslektaşlarının uzmanlık ve yeterlilik alanlarına saygı duymak,

iv. Uzmanlık alanlarına ve yeterliliklerine göre birbirlerine vaka sevkinde bulunmak,

v. Alanda ahlaki ilkelere uygun davranmayan meslektaşlarını fark ettiğinde gerekli uyarıları yapmak, buna rağmen olumsuz davranışlarında ısrarcı meslektaşlarını bağlı bulundukları derneklere bildirmek,

vi. Stajyer veya mesleğe yeni başlayan meslek elemanlarının yetişmelerine yönelik bilgilendirmelerde bulunmak, herhangi bir bilgi saklama yoluna gitmemek,

vii. Bir danışanın eş zamanlı başka bir danışmanla da görüştüğünü fark ederse danışanın bilgisi dâhilinde, o meslektaşı ile görüşmek ve danışanın sadece bir uzmanla sürece devam etmesini sağlamak, meslektaşı buna yanaşmıyorsa kendisi yardım sürecini sonlandırmak. (Bu noktada genel kanaat, önce başlamış olan sürecin devam etmesi yönündedir ancak asıl karar danışana bırakılmalı ve sadece bir yardım sürecine devam etmesinin gerekliliği ona izah edilmelidir.)

ÖRNEK OLAY

Psikolojik Danışman Fidan Hanım, meslektaşı Kenan Bey'den; özel hayatında yaşadığı problemlerden dolayı kendisinden yardım alan bir danışanının aynı zamanda Fidan Hanım'dan da aynı nedenle danışma yardımı aldığını öğrendiğine yönelik bir e-mail almıştır. Mailde Kenan Bey telefon numarasını yazmış ve bu konuyla ilgili kendisi ile görüşmek arzusu içinde olduğunu eklemiştir.

Çözüm: Bu tarz durumlarda meslektaşı ile Fidan Hanım'ın iletişime geçmesi, kurdukları bu iletişimden muhakkak danışanın haberdar edilmesi, danışanın beklentileri göz önüne alınarak ya Kenan Bey'le ya da Fidan Hanım'la sürece devam etmesi sağlanmalıdır.

Psikolog/danışman bir yandan kendi beden ve ruh sağlığını korumaya yönelik tedbirleri ihmal etmemeli, diğer yandan mesleğin gelişimine büyük katkılar sağlayacak olan, meslektaşlarına karşı beklenen sorumluluklarını da göz ardı etmemelidir.

Mesleki Gelişmede Sürekliliği Sağlama: Daha önce sık sık vurgulandığı üzere psikolojinin odağı insandır. İnsan ise içinde yaşadığı toplumdan soyutlanamayacak bir varlıktır ki içinde yaşadığımız toplumsal yapı sürekli değişim göstermektedir. İnsan davranışlarını doğrudan veya dolaylı birçok şekilde etkileyen ve değişimi özellikle son yıllarda çok daha hızlı yaşanan toplumsal yapı gerçeği, insanla ilgilenen psikoloğun/danışmanın kendini sürekli yenilemesini zorunlu kılar. Bu zorunluluk en çok da karşısındaki danışanı anlama ih-

tiyacında kendini belli eder. Örneğin, çok da geriye gitmeden, 2000'li yılların başında psikoloji eğitimi verilen lisans programlarında *siber zorbalık*, *teknoloji ve internet bağımlılığı* gibi kavramlardan hiç bahsedilmezdi. Çünkü o yıllarda teknoloji bu kadar yaygın değildi. Ancak günümüzde neredeyse her bireyin sahip olduğu bir internet bağlantısı ve en az bir akıllı telefon, tablet, dizüstü bilgisayar vb. bulunmaktadır. Bu durum, bahsi geçen ve psikolojik anlamda problem olarak ele alınan olguları beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda psikoloji alanında çalışan bir meslek elemanının;

i. Kendini mesleki anlamda yetiştirirken insanı etkileyen bütün güncel gelişmeleri takip etmesini,

ii. Güncel gelişmelerden bahseden bilimsel dergi, konferans, kongre vb. takip etmesini,

iii. Mesleğini icra ederken hizmet içi eğitimlere katılmasını zorunlu kılar (TPD, 2004; Türk PDR-Der, 2013).

Aldığı eğitimleri yeterli gören, yeni ve bilimsel geliştirmeleri takip ederek kendini mesleki anlamda geliştirmeyen bir danışmanın kendisinden "*anlaşılmayı*" bekleyen danışanına yardımcı olması mümkün olmayacaktır. Bu yüzden mesleki gerekliliklerini yerine getiremeyecek olmak ise iş ahlakına aykırı bir durum olacak, mesleğin verimliliğini olumsuz yönde etkileyecektir.

ÖRNEK OLAY

Danışmanına, arkadaşlarının bir sosyal paylaşım sitesinde grup kurduklarını ve orada oyun oynadıklarını ancak kendisinin onların bu gruplarına katılmaya çekindiğini ifade eden bir lise öğrencisine danışmanı; bu sosyal paylaşım sitesini daha önce duymadığını, internet üzerinden nasıl grup kurulduğunu aklının almadığını söylemiştir. Genç danışman ailesine, danışanını geri kafalı bulduğunu, onu anlamadığını bu yüzden seanslara devam etmek istemediğini söylemiştir.

Çözüm: Bir danışmanın muhakkak ki var olan bütün teknolojiye hâkim olması mümkün değildir. Ancak danışman olarak gençlerin en çok etkileşim içinde oldukları teknolojileri ve bunların onları nasıl etkilediğini bilmesi, bunun için de bilimsel yeniliklerden bahseden yayınları takip etmesi gerekir.

Danışanlara etkili bir şekilde hizmet verebilmek ve meslekten beklenen hedeflere ulaşabilmek için bir psikoloğun/danışmanın kendini sürekli geliştirmesi, bunun için de bilimsel çalışmaları yakından takip etmesi gerekir.

Konsültasyon ve Süpervizyona Açık Olma: Her psikoloğun/danışmanın kendi mesleki yetişme şekline, daha çok çalıştığı vaka türüne, hizmet götürdüğü grubun sosyokültürel özelliklerine vb. göre daha çok veya az hâkim olduğu çalışma alanları vardır. Örneğin, bir danışman ağırlıkla ekonomik düzeyi yüksek bireylerle çalışıyorsa maddi olanaksızlık yaşayan bireylere hizmet götürmekte zorlanabilir ya da çoğunlukla çocuklarla çalışan bir danışman ergenlere hizmet verirken bazı tıkanmalar yaşayabilir. Bir danışmanın, iş ahlakı gereği, bu gerçeğin farkında olması ve her yaştan ya da kültürel yapıdan bireyle etkili şekilde çalışabileceğine dair bir yanılgıya düşmemesi gerekir. Bu tavır çerçevesinde, konsültasyon (*müşavirlik*) ve süpervizyon olmak üzere iki önemli kavram karşımıza çıkar ki, her iki kavram da danışmanın danışanına yardım verirken hem kendi mesleki yeterliliklerinin artmasına hem de danışanına en doğru şekilde yardım etmesine yardımcı olur. Terapi/danışma sürecindeki konsültasyon ve süpervizyonun hangi durumlarda gerekli olduğu ve gerekçelerini ayrı ayrı ele almak yararlı olacaktır.

Konsültasyon (*müşavirlik*) bir vakanın çözümlenmesinde, ona etkili bir yardım hizmeti planlanmasında ve sunulmasında, aynı alanda çalışan meslek elemanlarının bir araya gelerek iş birliği yapmaları, fikir alışverişinde bulunmalarıdır. Bir başka deyişle, farklı bakış açılarını, fikirleri, yaklaşım tarzlarını aynı potada eriterek vakanın çözümünde *en doğruya* ulaşma çabasıdır. Konsültasyon çalışması yürütülürken;

i. Danışana birebir hizmet götüren danışmanın, danışanın sorunuyla ilgili bilgileri eksiksiz şekilde meslektaşlarına sunması, danışanın ancak kimlik bilgileriyle ilgili gizlilik ilkesine uygun davranması,

ii. Uzmanların, danışanla ilgili gözlem, görüş ve önerilerini mümkün olan en objektif tutum içinde aktarmaları,

iii. Konsültasyon hizmetlerinde gönüllük ilkesine riayet etmeleri,

iv. Vakanın tartışması yapılırken uzmanların, birbirlerinin görüş ve önerilerine saygılı olmaları,

v. Vaka çözümlemesi yapılırken kişiden ziyade probleme odaklanmaları vb. hususların göz önünde bulundurulması gerekir.

Süpervizyon ise meslekte yeni olan, mesleki bilgi ve becerilerini arttırmaya çalışan, çalıştığı vakaya en etkili şekilde hizmet götürmeyi isteyen meslek elemanının, alanında tecrübeli (kendisinden daha uzman olan) birinin deneyim, görüş ve önerileri doğrultusunda çalışması olarak adlandırılır. Psikoloji alanında, özellikle lisans eğitiminin ardından, ahlaki/etik bir kural olarak, danışanlara hizmet vermeye başlar başlamaz eş zamanlı olarak süpervizyon hizmetine de başlamak gerekir. Aksi durumda danışana faydadan çok zarar verme olasılığı vardır. Esasen, özellikle mesleğin başında olmakla beraber, mesleğin her aşamasında süpervizyon hizmetlerini önemsemek, danışanlara yardım ederken

tıkanılan veya zorlanılan her durumda süpervizöre başvurmak, vakanın çözümlenmesinin yanında ne yapılacağına bizzat karar verilemeyen durumlarda (örneğin, danışmada kendini tehdit altında hissettiğinde, danışandan zarar görebilme ihtimali söz konusu olduğunda vb.) süpervizyon hizmeti almak, danışmanın hem kendini daha rahat hissetmesine hem de mesleğini daha doğru şekilde yürütmesine yardımcı olacaktır. Süpervizyon çalışması sürdürülürken;

i. Süpervizörün, hizmet verdiği danışmana karşı destekleyici ve cesaretlendirici olması,

ii. Süpervizörün, süpervizyon sürecinde tüm bilgi ve tecrübesini aktarmaktan imtina etmemesi ve danışmanı en iyi şekilde yönlendirmeye çalışması,

iii. Süpervizörün, bir yandan vakayla ilgili bilimsel açıklamalar yaparken diğer yandan danışmanı rahatlatıcı (mesleki beceri kazandırarak) davranışlar sergilemeyi göz ardı etmemesi,

iv. Süpervizörün, danışmanla herhangi bir *çoklu ilişki* geliştirmemesi,

v. Süpervizörün, verdiği hizmet için belirlediği ücretin makul ölçülerde olması, genel standartların dışına çıkılmaması,

vi. Danışmanın süpervizyon hizmeti alırken, vakasıyla ve kendi uygulamalarıyla ilgili bilgileri dürüst, doğru biçimde süpervizöre aktarması,

i. Danışmanın, süpervizörün verdiği bilimsel önerileri dikkatle izleyip, titizlikle uygulaması, mesleki ahlaki/etik tutumlar arasında sayılabilir (Bond, 2016; Türk PDR-Der, 2013).

ÖRNEK OLAY

Örnek Olay: Mesleğe yeni başlayan psikolog Gül Hanım, kendisine başvuran danışanları anlamakta zorlanmakta, onlara yardım ederken hangi kuramsal yoldan gitmesi gerektiği, hangi tekniklerin danışanların sorunlarının çözümünde etkili olacağı konularında kararsızlıklar yaşamaktadır. Bu yüzden danışma sürecinde sık sık hatalar yapmakta, danışanların durumlarında bazen daha kötüye gidişler olduğunu gözlemlemektedir.

Çözüm: Aslında danışanlar ruh sağlıklarını danışmanlara emanet etmektedirler ki bu gerçek danışma hizmetinin ne kadar hassas verilmesi gerektiğini gösterir. Sağlıklarını emanet etmenin yanında danışanlar maddi kaynaklarının, zamanlarının bir kısmını da bu hizmeti almaya ayırırlar. Bu nedenle en doğru, en sağlıklı hizmeti sunmak ve insanların emeklerine saygılı olmak adına, mesleğin başlarında ve zorlanılan her durumda süpervizyon almaya önem vermek gerekir.

Bir psikoloğun/danışmanın, mesleki anlamda gelişimini sağlamak için hem meslektaşlarıyla sürekli olarak fikir alışverişinde bulunması (konsültasyon) hem de uzman meslek çalışanlarının gözetiminde (süpervizyon) hizmetlerini sürdürmesi gerekir.

Yasal Konularda Hukukun Üstünlüğünü Bilme: Terapi/danışma sürecinde, daha önce de değinildiği gibi, danışanın birini öldürdüğünü söylemesi, cinsel tacize veya şiddete uğradığını belirtmesi, madde kullanımı ve satışında bulunduğunu paylaşması gibi yasal konularla karşılaşılma olasılığı bulunmaktadır. Elbette danışanın güven duygusu ve mahremiyet bu sürecin vazgeçilmez bir ögesidir. Ancak hukuken karşılığı olan örneklerdeki paylaşımlarda psikolog/danışman inisiyatif kullanma yetkisine sahip değildir. Bu tarz bir paylaşımın gerçekliğini araştırmak veya ispatlamak ise asla danışmanın görevi değildir. Bu gibi konularda ahlaki/etik olarak yapılması gereken şey doğrudan yasal mercilerin bilgilendirilmesi (danışman kendi güvenliğini sağladıktan sonra danışanın bilgilendirilmesi ihmal edilmeden) ve hukuki sürecin başlamasıdır.

Yasada karşılığı olan durumlar nettir ve karar merci danışma odası değil devletin yasal birimleridir. Örneğin, özel olarak yürüttüğü terapi/danışma sürecinde bir danışman, birini öldürdüğünü dile getiren danışanın bunu bazı psikolojik problemlerinden dolayı yaptığı, bu yüzden ceza almasının uygun olmadığını düşünmesi ve bu durumu adli kurumlara nakletmemesi gibi bir durum asla kabul edilemez ve iş ahlakına uygun düşmez. Bu tür durumlarda yapılan yasal bilgilendirmenin ardından devletin kurumları devreye girer ve yine devletin görevlendiği kişiler (ruh sağlığı uzmanları, bilirkişiler, savcılar, hâkimler gibi) gerekli çalışmaları yürütür. Hatta gerektiğinde danışan-danışman ilişkisinde elde ettiği bu bilgilerle ilgili mahkeme tarafından çağırılması durumunda, danışman hem kayıtlarını mahkemeye vermek hem de çağrıya uyarak duruşmaya gitmek durumundadır. Bir psikoloğun/danışmanın mesleki ahlak/etik çerçevesinde hukukun üstünlüğünü bilmesi ve buna uygun davranışlar sergilemesi beklenir.

ÖRNEK OLAY

Örnek Olay: 10 yaşındaki bir danışan terapide, bir yakını tarafından cinsel istismara uğradığını, bu yaşadığını utandığı ve korktuğu için ablası haricinde kimseye anlatamadığını, zaten ablasının da kendisine inanmadığını dile getirmiştir. Bunları dinleyen psikolog/danışman, danışanın yalan söyleyip söylemediğini anlamaya çalışmak için neler yapabileceğini düşünmüş ancak ne yaparsa yapsın durumun gerçekliğinden bir türlü emin olamamıştır. Son olarak danışanın ablası ile görüşmüş o günden sonra danışan artık danışmaya getirilmemeye başlamıştır.

Çözüm: Konu anlatımında da değinildiği gibi, terapi/danışma sürecinde hukuki anlamda karşılığı olan böyle bir durumda bir danışman dedektifliğe soyunmamalı, kendisine böyle bir durum aktarıldığında doğrudan adli birimleri bilgilendirmelidir. Devletin kurumları ve buradaki uzmanlar durumun gerçekliğini araştırmalıdır. Belki de gerçekten çocuk yanlış bilgi vermektedir ancak etik olarak bunu danışman değil ilgili birimler ortaya çıkarmalıdır. Bir danışman, bu tarz durumlarda her zaman "ya doğruysa" şeklinde düşünmelidir. Kaldı ki örnek olayda da görüldüğü gibi, abla ile görüşülmesinin ardından çocuk süreçten alınmıştır. Belki de çocuğun daha ciddi zararlar görmesinin yolu açılmıştır.

Bir psikoloğun/danışmanın terapi/danışma sürecinde yasal karşılığı olan bir durumla karşılaştığında kendisi karar verici konumda bulunmadan gerekli bilgilendirmeleri adli birimlere yapmalı, hukukun üstünlüğünü tanımalıdır.

Sonuç

Bir mesleğin saygınlığında en önde gelen kıstaslardan biri, hiç kuşkusuz, o meslek tarafından verilen hizmetlerin veriliş şekli ve meslek çalışanlarının ahlaki/etik ilkelere ne kadar uygun davranışlar sergilediğidir. Birebir çalışma konusu insan olan psikoloji alanında, ahlaki tavır ve davranışlar öncelikle hizmetin verildiği bireye olumlu şekilde yansıyacağı gibi, daha geniş manada toplumun o mesleğe bakış açısında da doğrudan etkili olacaktır. Bu manada, danışanın özel bilgilerinin gizli tutulması, danışanın kendi kararlarını verebilme öz gücüne güvenilmesi, zorlayıcı olmayıp gönüllüğe uygun davranılması, danışanların bireysel farklılıklarına duyarlı olunması, dinî/manevi değerleri görmezden gelmeyip bu olguların danışma sürecinin bir parçası hâline getirilmesi, danışanlarla farklı ilişkiler kurmayıp mesleğin kötüye kullanılmaması, topluma karşı sorumlu davranışlar sergilenmesi, meslekte gelişmeye açık olunması, hukukun üstünlüğünün bilinmesi tarzında açıklanan psikoloji dünyasının ahlaki/etik kurallarının varlığı meslekten beklenen amaçlara ulaşmada kıstas olacaktır. Aynı zamanda iş ahlakına uygun bu davranışlar etik ikilem durumlarında nasıl davranılması gerektiği konusunda meslek çalışanına en iyi kılavuz olacak, meslekte ahlaklı davranışların ne olduğu ve olmadığını netleştirdiği için buna uygun davranışlar sergilemeyenlerin tespit edilmesini sağlayacaktır. Diğer açıdan değişen toplumsal yapı içinde insan gereksinimleri ve beklentileri de değişim göstermektedir. Bu bakış açısından hareketle psikoloji alanının ahlaki/etik ilkelerinin değişen toplumsal yapı içinde sürekli gözden geçirilmesi, daima insanın faydası gözetilerek ilgili kuralların bilimsel çalışmalarla geliştirilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda, önemi sıklıkla vurgulanan alanın ahlaki/etik kurallarının meslekte yetişen kişiler tarafından özümlenmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Bu amaçla üniversitelerin lisans programında var olan meslek etiği derslerinin güçlendirilmesi, teorik anlatımların yanı sıra karşılaşılabilecek olası durumlara dair örnek vakaların çözümlenmesi vb. uygulamalar meslekte yetişen kişiler için ve hizmet alacaklar adına önem arz etmektedir.

ÖRNEK OLAY

Aşağıdaki durumlarda nasıl bir yol izlersiniz? Neler yaparsınız? Gerekçeleri ile tartışınız.

1. Yapılan psikolojik danışma görüşmesinde lisede öğrenim gören bir öğrenci size, sınıf arkadaşının uyuşturucu kullandığından bahseder.

2. Terapiye/danışmaya devam eden bir danışan sosyal medya hesabından size arkadaşlık isteği gönderdi.

3. Psikolog/danışman olarak bir öğrenciniz sizden psikolojik destek almak istediğini iletti.

4. Şehit olaylarına karışmış bir terör örgütü üyesi cezası bitmiş ve cezaevinden çıkmış size psikolojik danışma almak için gelmiştir. Bu terör örgütünün düzenlediği saldırıda sizin de çok yakın bir aile bireyiniz hayatını kaybetmişti.

5. Eşiyle aile danışmanlığı hizmeti almak için size başvuran bir danışanınız, sizin bekâr olduğunuzu öğrenince, bekâr biri olarak kendilerine nasıl yardımcı olabileceğinizi sordu, endişelerinden bahsetti.

6. Bir danışan, sizin daha önce hiç duymadığınız bir sosyal medya hesabı açmak istediğinden bahsetti ve bunun doğru olup olmayacağını size sordu.

7. Eşinden sözlü ve fiziksel şiddet gören bir danışan size, bunu yaşayanın sadece kendisi olmadığını, yaşadığı bölgede birçok kadının yoğun şiddete maruz kaldığını, onların hiç kimse tarafından bilinmediğini söyledi.

8. Daha önce kendisi gibi babasını kaybeden bir arkadaşının dua ve ibadet ederek sorununu aştığını söyleyen bir danışan size, kendisinin de dua ve ibadet etmesinin sağlıklı olup olmayacağını sordu.

9. Aynı problemden dolayı başka bir psikologdan/danışmandan destek aldığını öğrendiğiniz danışan tüm açıklamalarınıza rağmen, maddi durumu iyi olduğu için her iki danışmanla da görüşmeye devam etmek istediği konusunda ısrarcı oldu.

10. Yaptığınız görüşmede çocuk bir danışanınızın vücudunda sigara yanıkları olduğunu fark ettiniz. Çocuk seansta bunu babasının yaptığını anlattı.

Kaynakça

Akın, A. ve Akın, Ü. (Ed). (2015). *Pozitif psikoloji.* Ankara: Nobel.

Akyüz, N. ve Çapcıoğlu, İ. (2010). *Din sosyolojisi.* Ankara: Gündüz Eğitim.

Allan, A. (2015). Ethics in psychology an law: An international perspective. *Ethics and Behavior*, *25*(6), 443-457.

Andersen, S. (2000). Fundamental human needs: Making social cognition relevant. *Psychological Inquiry*, *11*(4), 269-276.

Atkinson, R. L., & Atkinson, R. C. (1999). *Psikolojiye giriş* (çev. Y. Alagan). Ankara: Arkadaş.

Ayten, A. (2012). *Tanrıya sığınmak: Dini başa çıkma üzerine psiko-sosyal bir araştırma*. İstanbul: İz.

Berggren, I., Begat I., & Severinsson, E. (2002). Australian clinical nurse supervisors' ethical decision-making style. *Nursing and Health Sciences*, *4*(1-2), 15-23.

Bond, T. (2016). *Psikolojik danışmanlıkta etik ve yasal konular* (çev. B. Yeşilyaprak). Ankara: Nobel.

Cevizci, A. (1993). *Felsefe Tarihi.* Ankara: Alfa.

Corey, G. (2008). *Psikolojik danışma kuram ve uygulamaları* (çev. Tuncay Ergene). İstanbul: Mentis.

Demir, Ö. (1996). *İktisatta yöntem tartışmaları*. Ankara: Vadi.

Diyanet İşleri Başkanlığı (2014). Türkiye'de Dini Hayat Araştırması. http://www2.diyanet.gov.tr/StratejiGelistirme/Afisalanlari/dinihayat.pdf adresinden 23 Temmuz 2016 tarihinde edinilmiştir.

Egan, G. (2004). *Psikolojik danışmaya giriş* (çev. F. Akkoyun). Ankara: Nobel.

Ekşi, H., Kaya, Ç. ve Çiftçi, M. (Ed.) (2016). Maneviyat ve psikolojik danışmanın kuramsal çerçevesi. *Manevi yönelimli psikoterapi ve psikolojik danışma* içinde (s.11-24). İstanbul: Kaknüs.

Ergene, T. (2004). Psikolojik danışmada etik ikilemler: Etik karar verme süreci. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, *4*(15), 49-55.

Folkman, S. (1997). Positive psychological states and coping with severe stress. *Social Science and Medicine*, *45*(3), 1207-1221.

Geçtan, E. (2012). *Psikanaliz ve sonrası.* İstanbul: Metis.

Girgin, G. (2014). Çağdaş eğitim sistemlerinde öğrenci kişilik hizmetleri ve rehberlik. A. Kaya (Ed.), *Rehberlik ve psikolojik danışma* içinde (s.1-33). Ankara: Anı.

Güler-Aydın, Ö. (2011). *Yaşamı sürdürmede dini inancın rolü.* Yayımlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Güngör, E. (1995). *Ahlak psikolojisi ve sosyal ahlak*. İstanbul: Ötüken.

Hackney, H. ve Cormier, S. (2008). *Psikolojik danışma ilke ve teknikleri: Psikolojik yardım süreci el kitabı* (çev. T. Ergene ve S. Aydemir Sevim). Ankara: Mentis.

Han, H. (2015). Virtue ethics, positive psychology, and a new model of science and engineering ethics education. *Science and Engineering Ethics*, *21*, 441-460.

Ivey, A. E., Ivey, M. B., Myers, J. E., & Sweeney, T. J. (2013). Çok kültürel psikolojik danışma ve rehberlik. Fidan Korkut Owen (Ed.), *Gelişimsel psikolojik danışma ve rehberlik* içinde (çev. Ö. Tagay, s.263-298). Ankara: Türk PDR Derneği Yayınları.

Koç-Yıldırım, P. (2014). *Ergenlerde psikolojik dayanıklılık ile benlik kurgusu arasındaki ilişkinin incelenmesi.* Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Kolay-Akfert, S. (2012). Farklı kurumlarda çalışan psikolojik danışmanların yaşadıkları etik ikilemler ile bu ikilemler karşısındaki tutum ve davranışları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, *12*(3), 1791-1812.

Koocher, G. P., & Keith-Spiegel, P. (2008). *Ethics in psychology and the mental health professions: Standarts and cases.* New York: Oxford University Press.

Köse, A. (2005). *Freud ve din*. İstanbul: İz.

Kuzgun, Y. (2000). *Meslek danışmanlığı: Kuramlar uygulamalar.* Ankara: Nobel.

Leahy, L. R. (2007). *Bilişsel terapi ve uygulamaları* (çev. H. Hacak, M. Macit ve F. Özpilavcı). İstanbul: Litera.

Taşdan, M. ve Yalçın, İ. (2007). Psikolojik danışma ve rehberlikte etik. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *14*, 99-107.

Tekerek, İ. (2007). Aristotales'te etik. *Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, *8*, 91-105.

Tosun, H. (2005). Sağlık bakımı uygulamalarında deneyimlenen etik ikilemlere karşı hekim ve hemşirelerin duyarlılıklarının belirlenmesi. Yayımlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Türk Psikologlar Derneği. (2004). *Etik yönetmeliği.* https://www.psikolog.org.tr/turkey-code-tr.pdf adresinden 17 Temmuz 2016 tarihinde erişilmiştir.

Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği. (2013). *Psikolojik danışma ve rehberlik alanında çalışanlar için etik kurallar.* http://www.pdr.org.tr/userfiles/file/etikkurul.pdf adresinden 17 Temmuz 2016 tarihinde erişilmiştir.

Şahin, C. (2015). Eğitim sürecinde öğrenci kişilik hizmetleri ve rehberlik. M. Güven (Ed.), *Rehberlik ve psikolojik danışma* içinde (s.2-46). Ankara: Anı.

Webber, J. (2103). Character, attitude and disposition. *European Journal of Philosophy*, *23*(4), 1082-1096.

Westgate, C. E. (1996). Spiritual wellness and depression. *Journal of Counseling and Development*, *75*, 26-35.

Yavuz, K. (1988). Günümüzde din psikolojisi. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *8*, 252-266.

Yeşilyaprak, B. (Ed.). (2011). *Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığı: Kuramdan uygulamaya*. Ankara: Pegem.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Allan, A. (2015). Ethics in psychology an law: An international perspective. *Ethics and Behavior*, *25*(6), 443-457.

American Psychological Association. (2010). *Ethical principles of psychologists and code of conduct.* Retrieved July 18, 2016, from https://www.apa.org/ethics/code/principles.pdf.

Bond, T. (2016). *Psikolojik danışmanlıkta etik ve yasal konular* (çev. B. Yeşilyaprak). Ankara: Nobel.

Eren-Gümüş, A. ve Gümüş, M. A. (2013). *Psikolojik danışmada etik ve hukuk.* İstanbul: Seçkin.

Çetinkaya, R. (2014). *Psikolojik danışmada etik ve yasal konular.* Bursa: Aktüel.

Jamieson, D. (2015). *Distant strangers: Ethics, psychology, and global poverty.* New York: Cambridge University Press.

13

Hukuk ve Ahlak Arasındaki İlişki

Abdulkadir Yıldız

Tartışma Soruları

- Ahlak kurallarının sosyal düzenin sağlanmasındaki fonksiyonu nedir?
- Hukuk ve ahlak kuralları hangi açılardan farklılaşmaktadır?
- Hukuk, ahlakı ne ölçüde temel almaktadır?
- Ahlakla çelişen hukuk normunun geçerliliği tartışılabilir mi?
- Hukukun ahlakiliği ile adalet arasında nasıl bir ilişki vardır?

Giriş

İnsan, akıl nimeti ile çevresindeki tüm varlıklardan farklı ve üstün bir yaratılışa sahiptir. Akıl nimeti insana, kargaşa ve anarşi ortamında yaşayamayacağını; canının, malının, ırzının, dininin ve aklının yani en temel haklarının korunabileceği bir düzeni tesis etmek zorunluluğunu idrak ettirmiştir. Bu düzen ise sosyal hayata ilişkin normların bütünü tarafından sağlanmaktadır. İşte hukuk ve ahlak bireyin davranışlarına yönelik ve toplumun barış, güven ve esenlik içerisinde bir arada yaşamasını sağlamak üzere kurallar içerir.

Sosyal ahlak kuralları çoğunlukla, hukuk kuralları olarak kanunlarda düzenlenmektedir. Medeni kanunlarda, ticaret kanunlarında, ceza kanunlarında belirlenen birçok kural ahlaktan kaynaklanmaktadır. Bu bakımdan, ahlakın doğrudan hukuk kuralı olarak düzenlenmesi veya hukukun ahlaka atıf yapması sık karşılaşılan bir durumdur. Ahlakın doğrudan hukuk normu olarak düzenlenmesi, ahlaki bir emrin veya yasağın kanunlaştırılması suretiyle olur. Hukukun ahlaka atıf yapması ise kanunun somut bir durumda boşluk içermesi durumunda söz konusu olabilir.

Buna karşılık, hukuk ve ahlak bütünüyle ortak düzenleme alanını içermez. Hukukun ahlakla ilgisi olmayan hatta ahlakla çatışabilecek potansiyele sahip olan kurallarından da bahsedilebilir. Hukuk ve ahlak arasındaki bu çatışma kimi durumda hukuk kuralının sosyal ahlakın değişmesine yol açması şeklinde sonuçlanabilir. Bundan daha büyük bir ihtimal ise genel ve baskın bir ahlak kuralıyla çatışan hukuk normunun ahlak doğrultusunda ilgası veya değiştirilmesidir.

Hukuk ve ahlak birbiriyle yakından ilişkili olmasının yanında, farklarının ortaya konulması yönüyle de tartışılmaktadır. Bu bakımdan, özellikle *pozitif hukukçular* hukuk ve ahlak arasında net bir ayrım yapmakta ve hukuk kurallarını ahlak kurallarından ayıran temel ölçütleri ortaya koymaktadırlar. Buna karşılık, *tabii hukukçular* hukuk ve ahlak arasında önemli bir bağ tesis etmektedirler. Fakat her hâlükârda, sosyal düzen kurallarını birbirinden ayıran farkların yanında, bunların temel ortak noktaları bulunmaktadır. Bahsedilecek farklar kapsamında hukuk ve ahlak arasında bir ayrım yapmak mümkün olmasına rağmen hukuk ve ahlak ilişkisi inkâr edilemez bir kapsamdadır. Bu da hukukun tesisinde adalete yönelmenin gerekliliğidir ki bundan hukukun ahlaki karakteri olarak bahsedilebilir (Yıldırımer, 2015, s. 250).

Bu yazıda ilk olarak, hukukun ve ahlakın normatifliği ve sosyal düzen kuralları öngörmelerinden bahsedilmektedir. İkinci olarak, hukuku ve ahlakı birbirinden ayıran özellikler belirlenmektedir. Üçüncü ve son olarak, hukuk ve ahlak ilişkisi çeşitli açılardan incelenmektedir.

Sosyal Düzen Aracı Olarak Hukuk ve Ahlak Kuralı

Normatif Değeri Bakımından Hukuk ve Ahlak

Toplum bir karmaşa, belirsizlik ve anarşi ortamında var olamaz veya varlığını sürdüremez. Toplumu bir arada tutan kurallar vardır. Hukuk ve ahlak bir sosyal olgu olarak toplumun doğal sonucudur (Öktem ve Türkbağ, 1999, s. 233). Toplum olmak, doğal olarak bir kurallar sistemi içerisinde yaşamayı gerektirmektedir. Bu bakımdan, hukuk kuralı da ahlak kuralı da bir norm ortaya koyar. Norm, bir emrin veya yasaklamanın yani kuralın ortaya konmasıdır (Gözler, 2014, s. 58; Kıllıoğlu, 1988, s. 313). Aslında, sosyal hayatı düzenleyen tüm davranış kuralları yani din, görgü, örf ve âdet kuralları, ahlak ve hukuk kuralları bir normu ortaya koymaları yönüyle ortak özellik gösterirler. Sosyal düzen kurallarına ilişkin bir diğer ortak özellik ise bunların nihai amacı bakımından belirtilebilir. Bu da insanın mutluluğa ulaşmasını sağlamaktır (Münif Paşa, 2016, s. 230; Yayla, 2011, s. 82). Dolayısıyla hukuk adaleti sağlamak suretiyle ahlak ise iyi olanın tercihini ortaya koymak yoluyla insanın mutluluğa ulaşmasını hedefler.

Hukuk adaleti sağlamak suretiyle ahlak ise iyi olanın tercihini ortaya koymak yoluyla insanın mutluluğa ulaşmasını hedefler.

Anayasa, kanun, tüzük ve yönetmelik gibi devletin yazılı olan ve örf ve âdet hukuku ile de yazısız olan hukukunun bütünü, devletin şekli anlamdaki hukukunu oluşturur.

Hukuk kuralı sosyal hayatı düzenleyen bir emir, yasak veya izin içeren kurallar bütünüdür (Gözler, 2014, s. 25). Hukuk, emir ve yasaklamayı sırf bunu yapmış olmak veya bireyin özgürlüğünü sınırlamak için değil; adaleti sağlamaya yönelik olarak özgürlük ve sınırlama alanını ortaya koyar. Dolayısıyla hukuksal davranış, haklı ile haksız arasındaki ayrımı yani adalete ulaşmayı esas alır (Işıktaç, 2000, s. 3). Hukukun, yalnızca normu ortaya koyup, bu norma uyulmasını sağlamaktan ibaret görülmesi ahlakilik bağlamında tartışılabilir. Bu bakımdan hukuk, bir normu ortaya koyarken bunun toplum içerisindeki karşılığına bakarak ve adaleti sağlamak amaçlarına yönelmelidir. Aksi takdirde, hukuka uygun davranmak noktasındaki genel kanı yani hukuku ihlal etmemenin ahlaki bir yükümlülük olduğu inancı sarsılabilir. Bu inancın sarsılması ise hukuka aykırı davranılmasına ve suç oranlarında artışa sebep olur.

Anayasa, kanun, tüzük ve yönetmelik gibi devletin yazılı olan ve örf ve âdet hukuku ile de yazısız olan hukukunun bütünü, devletin *şekli anlamdaki hukukunu* oluşturur. Buna göre pozitif hukuk bağlamında hukukun kaynağı, bizatihi hukukun kendisidir. Dolayısıyla hukuk kuralı ilgili mevzuata bakılarak tespit edilir (Gözler, 2014, s. 150).

Pozitif hukuk bağlamında, hukuk düzeni içerisinde her norm geçerliliğini bir üst normdan almaktadır. Peki, geçerliliğini bir üst normdan alan normlar içerisinde en üst normu ve buna bağlı olarak mevzuatın bütününü kim ortaya koymaktadır? Klasik pozitivizm anlayışı içerisinde Austin hukukun, egemenin iradesi olduğunu ve egemenin herkesin itaat ettiği kişi olduğunu belirtmiştir (Gözler, 2014, s. 208). Pozitif hukuk çerçevesinde hukukun geçerliliği, yetkili mercinin hiyerarşik düzende kuralları tesis etmesinden ibarettir (Akı, 2015, s. 3; Türkbağ, 2011, s. 75). Bu anlayış hukuku, yürürlükteki metinlerin incelenmesine ve kanunların şerhine indirgemesi yönüyle eleştirilebilir. Zira hukukun bundan daha geniş bir mahiyetinden bahsedilmelidir (Çağıl, 1984, s. 81; Kıllıoğlu, 1988, s. 252). Bu da ancak yüksek ahlaki değerleri taşıyan bir normun hukuk olabileceğidir (Yıldırımer, 2015, s. 250). Nitekim *tabii* veya *doğal hukuk* öğretisi hukukun pozitif yani mevzu hukukun yanında bir de ideal hukuku içerdiğini belirtmektedir. Buna göre hukuk adaleti sağladığı ölçüde hukuktur. Hukuka güven ve hukuka uygunluk, hukukun içerik olarak adil olması şartına bağlıdır. Böylelikle pozitif hukukun "Kanun hukuktur ve o da adildir" görüşünün yerini tabii hukukta "Kanun adilse hukuktur" görüşü almaktadır (Gözler, 2014, s. 387). Bu-

Nitekim tabii veya doğal hukuk öğretisi hukukun pozitif yani mevzu hukukun yanında bir de ideal hukuku içerdiğini belirtmektedir. Buna göre hukuk adaleti sağladığı ölçüde hukuktur. Hukuka güven ve hukuka uygunluk, hukukun içerik olarak adil olması şartına bağlıdır.

rada tabii hukuk ve ahlakın kesiştiği görülmektedir. Zira iyi kavramı içerisinde değerlendirilebilecek olan adalet, tabii hukukta yani olması gereken hukukta temel bir konumda bulunmaktadır.

Aslında iyi ve adil birbirine mündemiç kavramlardır (Kıllıoğlu, 1988, s. 321). Adalet en büyük iyilik, zulüm ise en büyük kötülük olarak görülebilir. Adalet hakkın teslimi, zulüm ise hakkın teslim edilmemesidir. Bu noktada şu tespitleri yapmak gerekiyor: Birincisi, kanun genel olarak adil bulunuyorsa pozitif hukuk tabii hukukun adalet idesini gerçekleştirmiştir denebilir. Münif Paşa, kanunun yapılması ve değişen şartlar doğrultusunda değiştirilmesi süreçlerinin tamamında tabii hukukun adalet idesi çerçevesindeki arayışın gerçekleşmesi ölçüsünde kanunların yeterli olacağını belirtmektedir (2016, s. 206-207). Bahsedilen durum pozitif hukuk, tabii hukuk ve ahlakın ortak noktada buluşmasıdır. Bu ortak nokta ise kanunun adil olmasıdır. İkincisi, tabii hukukun olması gereken hukuk olduğunu belirttik. Ama bu olması gereken, ideal ve adil hukuku ve bunun içeriğini kim belirleyecektir? Kanunun adil olduğunun tespiti ne ölçüde mümkün olabilir? Bu bakımdan, pozitif hukuktaki, kanunun yani *olanın* adil olduğu varsayımının belirginleşmekte olduğu söylenebilir. Yani, tabii hukuktaki olması gerekene yönelik tez, pozitif hukukçular lehine zayıflamış görülebilir. Fakat bu yöndeki tespit, hukuku yalnızca kanuna indirgemesi yönüyle eleştiriye açıktır. Zira insanın tekâmülü gibi hukukun da sosyal şartların değişimi doğrultusunda bir gelişme göstermesi gerekir (Çağıl, 1947, s. 267; Münif Paşa, 2016, s. 207). Bu gelişme ise ancak daha iyinin yani adaletli olanın arayışı sürecidir. Bu bakımdan, adaletin göreceli bir kavram olarak belirtilip hukukun dışına itilmesi, pozitif hukuka ilişkin eleştirilecek bir boyut olarak değerlendirilebilir (Yıldırımer, 2015, s. 256). Zira adaleti aramayan, adalete yönelmeyen hukukun ahlaki temeli ortadan kalkmış demektir.

Zira adaleti aramayan, adalete yönelmeyen hukukun ahlaki temeli ortadan kalkmış demektir.

Normatif Temeli Bakımından Hukuk ve Ahlak

Hukukun maddi kaynağı denildiğinde, hukuk kuralının temeline ilişkin görüşler anlaşılır. Buna göre hukuk, bilinçli bir iradenin ürünü olup olmaması yönüyle ayrılabilir (Gözler, 2014, s. 206). Pozitif hukuk, hukuku kanunlardan ibaret olarak ortaya koyar. Pozitif hukuk bağlamında kanunilik, hukukilik anlamına gelmektedir (Ünsal, 2010, s. 19). Hukukun bilinçli bir iradenin ürünü olduğunu varsayan görüşlerden bir diğeri hukukun kaynağı olarak dini görmektedir. Buna göre hukukun ilahî bir temeli vardır. Başka bir deyişle hukuk ilahî buyruklardan başka bir şey değildir (Ünsal, 2010, s. 6). Sosyolojik hukuk kuramı ise hukukun bilinçli bir iradenin ürünü olmadığını savunur. Buna göre hukuk, devletten önce var olan sosyal düzen kurallarının devlet tarafından

Dolayısıyla göreceli olduğunu belirterek hakkaniyeti, adaleti, iyiyi ve ahlaki olanı hukuktan ayırmak insan doğasının zıddını gerçekleştirmek ve hukukun amacını saptırmak anlamına gelebilir.

tespit edilmesinden ibarettir (Gözler, 2014, s. 219). Dolayısıyla sosyolojik hukuk kuramına göre ahlak, devletten ve hukuktan önce vardır. Devlet, aslında var olan hukuk kuralını (bu ahlaktan kaynaklanabilir) tespit etmekten başka bir şey yapmamaktadır. Bu kurama göre örneğin kölelik, sosyal şartların bir gereği ve ayrılmaz bir parçası olarak görülebilir. Bu durumda, köleliğin hukuki bir kurum olarak karşımıza çıkması gerekir. Nitekim Farabi, köleliği insan tabiatının bir gereği olarak görmüş ve egemenin köleleştirmesi ile köleleştirilenin efendisinin hayrına çalışmasının tam anlamıyla adalet olduğunu belirtmiştir (Farabi, 2017, s. 138). Bu durumu ise insan hakları ve özellikle tabii hukuk bağlamında temellendirmek güçtür. Zira köleliğin ahlakilik boyutuna ilişkin sorgulama, doğal olarak, bunun hukuki bir kurum olarak belirlenmesini de dışlamaktadır. Nitekim köleliğin yasaklanması süreci, insanların eşit doğduğu ve eşit olduğu ahlaki ilkesinin hukukileşmesinden başka bir şey değildir.

Münif Paşa, hukuku makul yani sağduyuya sahip insanların üzerinde mutabık olduğu kurallar olarak belirtmektedir (2016, s. 199). Bu kurallar "tabii kanunlar" olarak nitelenebilir. Zira insan, pozitif bir norm bulunmaksızın, akıl melekesi ile kendiliğinden, bir şeyin doğru veya yanlış, hak veya haksızlık, güzel veya çirkin, iyi veya kötü olduğunu belli ölçüde ayırabilir (Münif Paşa, 2016, s. 211). Bu belirleme, Anayasa Mahkemesinin aşağıda belirtilecek olan, ahlakı bir dönemdeki sağduyulu insanların üzerinde uzlaştığı kurallar olarak nitelemesiyle benzerdir (anayasa.gov.tr, 2017b). Dolayısıyla göreceli olduğunu belirterek hakkaniyeti, adaleti, iyiyi ve ahlaki olanı hukuktan ayırmak insan doğasının zıddını gerçekleştirmek ve hukukun amacını saptırmak anlamına gelebilir. Şu hâlde hukukun kaynağı, insanın varoluşuyla doğrudan ilişkilendirilmektedir. İnsanın varoluşuna ilişkin bu ilişkilendirme, hukuku insan tabiatının bir gereği olarak görmek anlamına gelir. Bu yaklaşım, hukukun doğal olarak asgari düzeyde de olsa ahlakilik boyutunun olduğu yönündedir. Bu ise büyük ölçüde tabii hukuka ilişkin bir durumdur. Gerçi tabii hukuk öğretisinin yaklaşımı İlk Çağ'da insan tabiatı iken; Orta Çağ'da din ve Yeni Çağ'da akıl olarak ortaya konmuştur (Çağıl, 1984, s. 81; Gözler, 2014, s. 214). Fakat tabii hukukta hukuk her hâlükârda insanın tekâmülünün sonucu olarak açıklanmıştır. Kaldı ki, insanın varoluşu din ve akıldan ayrılamaz bir bütünlük içermektedir.

Ahlak, uzun bir süreç sonrasında oluşmuş, uyulmasının zorunlu olduğu yönünde genel bir kabulü içeren kurallar bütünüdür

Ahlak, uzun bir süreç sonrasında oluşmuş, uyulmasının zorunlu olduğu yönünde genel bir kabulü içeren kurallar bütünüdür (Bozkurt, 2006, s. 7). Diğer bir tanımında ahlak, bir dönemde bir grup insan tarafından birbirleriyle ilişkilerini düzenleyecek şekilde oluşturulmuş kural ve ilkelerin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Kıllıoğlu, 1988,

s. 135). Ahlak kuralı da yine bireyin kendisine karşı ve topluma karşı belirli şekilde davranmasını ortaya koyan kurallardır. Ahlak kuralı kişinin doğrudan kendi vicdanına ilişkin olabileceği gibi kişinin diğer insanlara karşı davranışını da düzenleyebilir (Bozkurt, 2006, s. 7; Gözler, 2014, s. 39). Ahlak kuralı, genel anlamda, insanın içini temiz tutmakta olduğu gibi iç âleme yönelik bir kural getirirken ahlakın, aynı zamanda dışa yansıyan bir boyutu da bulunmaktadır (Kıllıoğlu, 1988, s. 137). Örneğin bahsedilen insanın içini temiz tutması gereği, hem insanın kendisine karşı ahlaki bir yükümlülüğün ifası olmak bakımından hem de diğer insanları incitici hareketlere yönelmesini engellemek bakımından işlevlere sahiptir. Esasında tüm sosyal düzen kuralları nihai olarak insanların barış ve mutluluk içerisinde yaşamalarına yöneliktir.

Bu bağlamda, Anayasa Mahkemesi ahlakı, "(Genel ahlak) deyimi, belli bir zamanda bir toplumun büyük çoğunluğu tarafından benimsenmiş bulunan ahlak kurallarıyla ilgili hareketleri gösteren ve kolayca anlaşılan bir anlam taşımaktadır." şeklinde tanımlamaktadır

Ahlakın bir hukuk kuralı olarak benimsenmesi durumunda, burada bahsedilen kişisel ahlak değil, objektif anlamdaki ahlaktır (Yıldırım, 2015, s. 107). Ahlak kuralı tek başına normatif bir değere sahiptir. Ahlakın normatifliği, buna ayrıca hukukilik sağlanması suretiyle de olabilir. Ahlak kuralının hukukileşmesi, sosyal işleyişte salt maddi değerlerin değil; manevi değerlerin de esas alınması gereğini ortaya koymaktadır (Bulut, 2000, s. 33). Bu bağlamda, Anayasa Mahkemesi ahlakı, "(Genel ahlak) deyimi, belli bir zamanda bir toplumun büyük çoğunluğu tarafından benimsenmiş bulunan ahlak kurallarıyla ilgili hareketleri gösteren ve kolayca anlaşılan bir anlam taşımaktadır." şeklinde tanımlamaktadır (anayasa.gov.tr, 2017a). Bulut (2000, s. 33), bu karardan yola çıkarak Anayasa Mahkemesinin ahlakın üç temel unsurunu ortaya koyduğunu belirtmektedir: Birincisi, ahlak bir normdur. Ahlak, bir norm olarak toplumca uyulması gerekli kurallar olarak anlaşılmaktadır. İkincisi, zamansal ölçüttür. Ahlak belirli bir dönemde geçerlidir. Ahlakın belirli dönemdeki geçerliliği, uzun bir zaman aralığını kapsayacağı gibi kısa bir zaman aralığında da söz konusu olabilir. Önemli olan ahlak kuralına uyulması noktasındaki genel kanaattir. Dolayısıyla ahlak kuralı, örf ve âdet kuralı gibi kadim olmak zorunda değildir fakat diğer tüm sosyal düzen kuralları ve hukuk kuralı gibi uyulmasının zorunlu olduğu yönünde bir kanaat vardır. Bunu ahlak kuralının manevi unsuru olarak da niteleyebiliriz. Üçüncü temel unsur ise toplumun geneli tarafından benimsenmesi gerekliliğidir. Görüleceği üzere hukukta temel alınan ahlak, kişisel ahlak anlayışı değil; objektif ahlaktır. Tabii, subjektif ahlak, kişinin kendi vicdanına sorumluluğu bağlamında esas alınabilir ve fakat bu, ahlakın hukuk kuralı olarak benimsendiği durumlarda geçerli değildir. Burada "toplu-

mun geneli" ibaresini vurgulamak gerekiyor. Anayasa Mahkemesi daha yakın tarihli bir kararında edep ve ahlak anlayışı esas alınacak olan toplumun genelini "…makul ve adil düşünceye sahip…" olmak yönüyle belirginleştirmiştir (anayasa.gov.tr, 2017b). Buna göre adil, makul ve doğru düşünceye sahip olmayan bir genel tarafından benimsenen kural, ahlak kuralı olarak belirtilse bile bu, Anayasa Mahkemesinin nitelediği genel toplum olarak belirtilemez. Zira Anayasa Mahkemesine göre genel toplum makul bir düşünceye sahiptir. Örneğin, kan davası veya töre cinayeti toplumun belirli bir kesiminde uyulması zorunlu bir kural olarak görülse bile, bu düşünce bakımından bahsedilen topluluk makul bir noktada değildir.

Ahlakilik bireyin seçme imkânında iyi olandan taraf olmasıdır. Fakat iyi olan nasıl belirlenecektir? İyi olanın tespit ve temellendirilmesinde dinin önemli bir yeri bulunmaktadır. Hatta ahlakın kişiden kişiye değişebilir olması sebebiyle objektif ahlak anlayışının ancak dinden kaynaklı olabileceği belirtilmektedir (Ünsal, 2010, s. 21; Yaman, 2016, s. 91). Aslında, hukukun temeline ilişkin görüşleri açıklarken belirttiğimiz gibi tüm sosyal düzen kurallarının birbiriyle ve doğal olarak dinle ilişkisi bulunmaktadır. Dinî inanış, bireyin doğuştan yani fıtraten kötü olduğuna yönelikse nihai olarak ahlaklı bir toplumun inşası mümkün görülmeyebilir. Zira insanın kötülüğü toplumun kötülüğü anlamına gelecektir. Bu durumda ise sosyal düzen kurallarının ahlaki bir temelinin olmayacağı belirtilebilir. Bu inanışta hukuk ancak düzeni sağlayacaktır. Bireyin hukuka itaati ise bunun aynı zamanda ahlaki bir yükümlülük olmasından değil; cebir endişesinden kaynaklı olacaktır. Dinî inanış, insanın doğuştan masum olduğu ve iyi ile kötü arasında yetişme şartlarının esas olduğu yönünde ise nihai olarak ahlaklı bir toplumun inşası mümkün görülebilir (Işıktaç, 2000, s. 7). En azından bu yöndeki irade ve mücadele diğer taraftan bir erdem ve ahlak anlayışı olarak belirtilebilir.

Yukarıda, insanın akıl ve irade sahibi olduğu böylelikle adalet ve iyi bağlamında tercihte bulunabileceğinden bahsedildi. Nitekim Ahlak-ı Alâ'i adlı eserinde Kınalızade, adaletin yüce bir sıfat ve bunun aklın bir görüntüsü olduğunu belirtmektedir (Kınalızade Ali Çelebi, 2015, s. 531). Buna karşılık, hukukun ve devletin ortaya çıkışına yönelik genel iradeyi belirten Hobbes, bahsedilen durumun tersine, doğal yaşamda menfaat ve çıkarın anarşiye yol açması ve insanın iyi ve kötü konusunda kesin bir ayrım yapacak kapasitede olmadığını belirtir. Buna göre hukuk ve devlet nizamının tesisi aynı zamanda ahlaki nizamın da tesisi olmuş ve insan arzularının esiri olması konumundan, empati olarak belirtilebilecek iyiliği kesin bir niteliğe büründürmüştür (Akad, Vural Dinçkol ve Bulut, 2014, s. 105). Farabi de Hobbes ile benzer şekilde, hâkimiyetin zorla elde edilmiş olsa bile adalet olduğunu belirtmiştir (Farabi, 2017, s. 137).

Hobbes'un yaklaşımında ahlakı, egemenin oluşturması yönü eleştirilebilir (Akad ve diğerleri, 2014, s. 107). Ayrıca Hobbes'un anlayışında, egemenin devlet ile düzeni sağlamasının egemeni her konuda ve ahlakta da belirleyici kılacağı savı, insan onurunu ve özerkliğini ihlal etmesi yönüyle yeterince ahlaki bulunmayabilir. Zira ahlak, egemenin anlayışının üzerinde birtakım evrensel değerleri de içermesi yönüyle ahlaktır. Nitekim Kınalızade adaleti, dünyayı ve devleti ayakta tutan bir daire olarak tasvir etmiş ve düzeni sağlayanın kanun olduğunu, kanunun ise ordu ve servetle korunabileceğini, servetin halktan kaynaklanması sebebiyle halka adil olunması olarak belirtmiştir (2015, s. 532).

Hukuk ve ahlakın bir norm ortaya koymak suretiyle sosyal hayatı düzenlediğini ve sosyal barışa ve nihayet insanın mutluluğuna hizmet ettiğini belirttik. Acaba, hukuku ve ahlakı birbirinden ayıran temel nokta(lar) nedir?

Hukuk Kuralları İle Ahlak Kuralları Arasındaki Farklar

Hukuk ve ahlak kuralları arasındaki farklar belirli yönlerden yola çıkılarak belirtilmektedir. İlk olarak, amaçsal bağlamda hukuk ve ahlak arasında bir fark olduğu ifade edilmektedir. Buna göre, hukuk kurallarının amacı adaleti sağlamaktır. Adalet, hakkın tespiti ve haklının hakkının iadesini içerir. Buna karşılık Farabi, adaleti insanın kendi tabiatının gereğini yerine getirmesi olarak belirtmektedir. Buna göre güçlü olanın güçsüz olan üzerinde her konuda kuracağı hâkimiyet adaletin tecellisinden başka bir şey değildir (Farabi, 2017, s. 137). Ahlak kurallarının amacı ise iyiliğin sağlanmasıdır. Aslında burada, tabii hukuk çerçevesinde kalınmasına rağmen hukuk ve ahlak arasında bir ayrım yapılabildiği görülmektedir. Zira pozitif hukukta, hukukun amacı düzeni sağlamak için her hâlükârda kanuna uyulması gerekliliğidir.

Acaba adil olan ve iyi olan ayrımı, bir kuralın hukuk veya ahlak kuralı olmasında temel belirleyici nokta olabilir mi? Bu soru beraberinde başka soruları da getirmektedir. Hukuk her durumda adalete yönelmiştir fakat her durumda adaleti sağlayabilir mi? Hukuk, adaleti sağlamadığında hukuk değil midir? Hukuk, adaleti sağladığında bu aynı zamanda iyi yani ahlaki olan değil midir? Peki ya adalet nedir? Görüldüğü üzere, amaçsal ayrım kimi durumda temellendirilebilir fakat yukarıdaki sorularda olduğu gibi kimi durumda hukuk ve ahlak arasında kavramsal ve kurumsal bir kesişme hâli de olabilir.

Adalet, hakkın tespiti ve haklının hakkının iadesini içerir. Buna karşılık Farabi, adaleti insanın kendi tabiatının gereğini yerine getirmesi olarak belirtmektedir.

Bahsedilen amaçsal ayrım basitçe, hukukta adaletin sağlanması, haklı ile haksızın ayrılması sürecini içerirken, ahlakta iyi ile kötü arasındaki seçme imkânında, kişinin iyinin tarafında yer alması şeklinde belirtilebilir (Işıktaç, 2000,

Yani kanunun vicdan süzgecinden geçirilerek uygulanması yolu bizzat kanunun yolu olduğunda aslında pozitif hukukun, tabii hukukun adalet idesi çerçevesinde hareket ettiği belirtilebilir. İşte bu durum, hukuk ve ahlakın ortak bir noktada buluşması hâlidir.

s. 3). Bu durum ayrıca, hukuk kuralına uygun davranılması ile ahlak kuralına uygun davranılması noktasında belirginleşebilir: Kişinin hukuka uygun hareket etmesi, nihayet bunun kendisinin menfaatine olduğunu düşünmesindendir. Yalnızca menfaat gerekçesiyle hukuka uyulması ise ahlaki bulunmayabilir. Buna karşılık, ahlaka uygun olan, bir şeye bizatihi iyi olduğu için uyulmasını gerektirir (Münif Paşa, 2016, s. 223).

Bazı durumlarda ise adil ve iyi arasında bir çatışma görülebilir. Şöyle ki, hukuk kuralının uygulanması kimi durumda vicdani bulunmayabilir hatta vicdansızlık olarak bile değerlendirilebilir. Pozitif hukuk çerçevesinden bakıldığında, hukukun her durumda uygulanması gereklidir. Öyleyse görünüşte vicdanı sızlatsa bile şeriatın kestiği parmağın acımayacağı, bu bakımdan hukukun katı bir şekilde uygulanmasının gerekliliği söz konusu olacaktır. Diğer yandan, aslında kanunda yani pozitif hukukta da vicdanı rahatlatacak bir çözüm öngörülmüş olabilir. İyi, ahlaki ya da vicdana uygun olan hukuk normunun uygulanmaması veya yumuşatılması, bizatihi kanunun tanıdığı bir yetki olabilir. Örneğin Türk Medeni Kanunu'nda hâkimin hukukun yanında hakkaniyete göre karar vermesi gereği bununla açıklanabilir (Madde 4). Fakat bu durum aslında bir kısır döngüyü de içermektedir. Tabii hukuk vicdani olanın uygulanmasını isterken; pozitif hukukta da takdir bu bağlamda değerlendirilebilir. Yani kanunun vicdan süzgecinden geçirilerek uygulanması yolu bizzat kanunun yolu olduğunda aslında pozitif hukukun, tabii hukukun adalet idesi çerçevesinde hareket ettiği belirtilebilir. İşte bu durum, hukuk ve ahlakın ortak bir noktada buluşması hâlidir.

Kimi durumda ise hukuk normunun bir konuda yasaklama veya yaptırım içermemesi ahlakla bağdaşmayabilir. Bu durumda ahlakın yaptırım beklediği durum, cebri meşru kılacak mıdır? Her iki durumda da devlet yaptırımı güvencesini taşıyan hukuk sistemi olduğundan iyi veya ahlaki bulunmasa bile, hukuk belirleyici olacaktır. Yani pozitif hukuk anlayışı çerçevesinde, kişi kendi ahlak anlayışıyla bağdaşmasa bile hukuk kuralına uygun davranmak zorunda kalacaktır (Güriz, 1999, s. 18). Bu, pozitif hukukun hem aynı zamanda adil olduğu düşüncesinin doğal sonucu hem de hukukun zorlama kapasitesine sahip olmasından dolayı hukuka uygun davranmaktan başka bir ihtimalin bulunmadığının kabulünden kaynaklanır. Şu var ki, hukuk ve ahlak arasındaki bu karşılaşma, hukuk kuralının değiştirilmesi sonucunu da doğurabilir. Zira toplum ahlaki değerinden vazgeçmediği takdirde, kamu düzeninin sağlanmasının bir parçası olarak hukuk ahlaka uygun hâle getirilebilir. Çünkü bahsedilen uyumsuzluğun belirginleşmesi kamu düzeninin bozulması ihtimalini doğurabilir.

Hukuk kuralları ile ahlak kuralları arasındaki diğer bir fark, hukuk kuralının kişinin dışa yansıyan davranışlarını esas alması buna karşılık, ahlak kurallarının kişinin hem içsel hem de dış dünyaya yansıyan davranışlarını esas alması olarak değerlendirilmektedir (Bulut, 2000, s. 31; Gözler, 2014, s. 40; Kıllıoğlu, 1988, s. 354). Bu durum, birçok bağlamda hukukun ve ahlakın ayrılmasında temel bir ölçüt olarak belirtilmesine rağmen kanaatimizce, mutlak bir ölçüt olarak başvurulması mümkün görünmemektedir. Bir defa, ahlak kuralları da hukuk kuralları gibi kişinin dış dünyaya yansıyan davranışlarını düzenlemektedir. Elbette, ahlak kuralları aynı zamanda kişinin iç dünyasına yönelik düzenlemeler de yapmaktadır. Fakat subjektif veya kişisel ahlak kuralları nihai olarak kişinin iç âlemindeki vicdani hesaplaşmayı içerir. Kişinin iç âlemindeki hesaplaşmanın ise çoğunlukla herhangi bir dış yansıması olmayacaktır. Bu bakımdan, bu alandaki kuralı veya yükümlülüğü tam olarak tespit etmek mümkün olmayabilir. Ayrıca bu alana ahlakın kişiden kişiye değişen boyutu da dâhil edilebilir. Dolayısıyla ahlakın kişinin iç dünyasına yönelik kurallar getirmesi yönü, hukuktan ayrılan yönü olarak savunulamaz. Başka bir deyişle ahlakın, kişinin iç dünyasına yönelik düzenlemeler getirmesi hukuktan ayrılan yönü olarak belirtilse bile, bunu her durumda ortaya koymak mümkün olmayabilir. Hukuk kurallarının ahlak kurallarına göre daha genel ve belirgin olduğu savı da bahsedilen sebepten dolayı temel bir fark olarak ileri sürülemez (Ters yönde, Bulut, 2000 s. 31). Çünkü kanunların yorumlanması da kanunların gerekçelerine rağmen, mahkemeden mahkemeye ve hukukçudan hukukçuya değişebilmektedir. Hatta aynı kural, aynı mahkemede, farklı zamanlarda farklı hükümlere temel teşkil edebilmektedir. Örneğin, Anayasa Mahkemesi önceki tarihli kararlarında laik devlet ilkesini din özgürlüğünün sınırlanmasında başörtüsüne ilişkin yasaklamada gerekçe olarak kullanırken; yakın zamanda bu ilkeyi özgürlükçü değerlendirilebilecek kararlarında gerekçe olarak kullanmaktadır. Bahsedilen değişkenlik, ahlak kurallarında daha sık karşılaşılabilen bir durum olabilir fakat görüleceği üzere, hukukun ve ahlakın ayrımında bu durum mutlak bir ölçüt olarak savunulamaz. Bunun yanında, örneğin ceza hukukunda hukukun yasaklama ve emrediciliği hukukun ahlaktan ayrılmasında belirleyici olabilir. Fakat Türk Borçlar Kanunu'nda yer alan kuralların çoğunluğu yedek hukuk kuralı olması yönüyle, sözleşmede boşluk olması hâlinde uygulama alanı bulacaktır. Bu bakımdan, hukukun emredicilik yönüyle ahlaktan ayrılması da her zaman belirleyici olmayabilir (Hart, 1958, s. 604).

Hukuk ve ahlak kuralları arasında belirtilebilecek bir fark, bunların yürürlüğe giriş ve yürürlükten kalkışlarına ilişkindir. Hukuk kuralı, belirli bir tarihte yürürlüğe girer ve kanunun ilgası ile yürürlükten kalkar yani artık uygulanmaz. Ahlak kuralı ise yürürlüğe girmesi ve yürürlükten kalkması bakımından bir tarihin belirlenmesi suretiyle etkinlik kazanmaz. Bir konunun ahlak olarak kabul edilmesi ya da ahlakın değişmesi yani bu konunun ahlaki bir değer olarak görülmemeye başlanması, tarihî bir sürece ve toplumsal değişmeye ilişkin bir konudur (Güriz, 1999, s. 17).

Gerçekten, birçok ahlaki ilkenin aynı zamanda bir hukuk kuralı olarak kanunda yer aldığı, bir yaptırıma bağlandığı görülmektedir. Yine ahlak, hukuku devlet yaptırımına bağlanmış ahlaki normlar olarak görüp bunlara uyulması gerektiğini salık verir.

Gözler, hukuk kuralı ile diğer tüm sosyal düzen kurallarını ve dolayısıyla ahlak kuralını birbirinden ayıran temel noktanın cebrin niceliği olduğunu belirtmektedir. Buna göre, devletin cebrinin en üstün yaptırımı içermesi yönüyle, kişiye hukuk kuralına uyması dışında bir ihtimal kalmamaktadır (Gözler, 2014, s. 56). Bu bağlamda, devlet güvencesi altında ve belirli bir şekil ve sistem doğrultusunda söz konusu olan yaptırım, kişinin vicdani bağlamdaki rahatsızlığından veya toplum tarafından dışlanması hususlarından farklıdır (Güriz, 1999, s. 18).

Hukuk Kuralları İle Ahlak Kuralları Arasındaki İlişki

Kıllıoğlu (1988, s. 328), hukuk ve ahlak ilişkisini üç temel ortak nokta üzerinde belirlemektedir. Buna göre ilk olarak, ahlak ve hukuk çoğunlukla birbiri ile aynı konuları düzenler yani bunlar arasında içerik olarak birliktelikten bahsedilebilir. İkinci olarak, ahlak hukuka uygunluğun sağlanmasında bir etkendir. Üçüncü olarak ise hukuk yaptırım unsuru yönüyle zorlamak suretiyle de olsa ahlakın gerçekleşmesini sağlayabilir. Gerçekten, birçok ahlaki ilkenin aynı zamanda bir hukuk kuralı olarak kanunda yer aldığı, bir yaptırıma bağlandığı görülmektedir. Yine ahlak, hukuku devlet yaptırımına bağlanmış ahlaki normlar olarak görüp bunlara uyulması gerektiğini salık verir. Zira hukuka ve devlete itaat edilmesi, sosyal düzenin korunması açısından önemli ahlak kuralları olarak belirtilebilir. Bunun sonucunda, yaptırıma bağlanmış yani hukukileşmiş ahlaktan bahsedebiliriz. Dolayısıyla bu son aşamada hukuk ve ahlak, bir noktada kesişmektedir.

Ahlak kuralları da hukuk kuralları gibi sosyal düzeni sağlar. Zaten bu bakımdan sosyal düzen kuralları veya beşerî davranış kuralları olarak adlandırılmaktadır. Bu yönüyle hukuk ve ahlak arasında inkâr edilemez bir ilişki vardır. Hukuk felsefesinde ahlak ve hukuk ilişkisi, en temel bir yerde bulunmaktadır. Bunun yanında, hukukun hemen tüm dalları ahlakla ilişkilendirilebilir. Örneğin ceza hukuku alanında, toplumun ahlaki anlayışıyla bağdaşmayan, toplumsal infial oluşturacak bir duruma kayıtsız kalınamayacaktır (İçel ve Donay, 2005, s. 16). Belirli suçlara yönelik olarak idam cezasının hukukumuzda öngörülmesine ilişkin tartışmalarda, hukuk ve ahlak ilişkisi görülebilir. Objektif ahlak anlayışı bağlamında, toplumun geneli tarafından şiddetle kınanan bir durumda, hukukun ortaya koyduğu yaptırımın tatmin edici bulunmaması bahsedilen tartışmada temel bir faktördür. Tabii, ahlakın hukuk ile ilişkisi hukukun tüm dallarında farklılaşabilir.

Hukuka Uygunluk Bakımından Ahlak Kuralı

Hukuk ve ahlak ilişkisinde, ahlakın hukukiliği boyutuna değinilmesi gerekmektedir. Ahlakın hukukiliği, kişinin hukuka uygun davranmak konusundaki iradesini her şartta sürdürmesidir. Aslında burada belli ölçüde hukuk ve ahlakın birlikteliğinden bahsedilebilir. Zira bireyin hukuk normuna itaati yalnızca cebir korkusundan değildir. Hatta bireyin hukuk normuna uygun hareketinin en temel gerekçesi olarak hukuka uygun hareket etmenin ahlaki bir yükümlülük olarak görülmesi belirtilebilir (Yıldırımer, 2015, s. 253). Bu durum, hukukun toplum tarafından benimsenmesi yani hukukun etik meriyeti olarak ifade edilmektedir (Yıldırımer, 2015, s. 255).

Ahlakın hukukiliği, kişinin hukuka uygun davranmak konusundaki iradesini her şartta sürdürmesidir

Çağıl, bireyin hukuka uygun hareket etmesini iki temel üzerinden açıklamaktadır: Egoizm ve ahlakilik. Egoizm hukuka uygunluğu cebre maruz kalma korkusu veya bir ücreti kazanma hırsı olarak tanımlanmakta; buna karşılık, ahlakilik nihai olarak mutluluğa ulaşmayı sağlayacağından norma itaati içermektedir. Dış yani görünen vasfı cebir, iç vasfı norm ve bir bütün olarak hukuk, düzeni ve adaleti sağlar (Çağıl, 1947, s. 266). Hukukun düzeni, mutluluğu ve adaleti sağlaması normun konulmasından ibaret bir durum olarak belirtilemez. Düzene ve adalete yönelen norm bizatihi yani araç olarak ahlaki olmalıdır. Dolayısıyla Machiavelli'nin, amaca giden yolu sağlayacak her vasıtayı meşru görmesi aslında bir ahlak anlayışından bahsedilmesini güçleştirmekte ve bu bağlamda kanunun ahlakiliğinin olmaması anlamına gelmektedir (Yayla, 2011, s. 82). Machiavelli'nin ahlak anlayışı hukukun yalnızca dış vasfını esas almaktadır. Bu bakımdan Çağıl, Makyavelizm'e yönelik mücadeleyi aslında hayrın gerçekleştirilmesi ve insan tabiatının iyi tarafının gereğinin yerine getirilmesi olarak belirtmektedir (1984, s. 71). Bununla birlikte Machiavelli, devletsiz toplumdaki anarşinin her durumda olumsuz ve erdemsiz bir içeriğe sahip olduğundan hareketle devlet otoritesinin sağlanması anlamına gelen kanunu, aynı zamanda bir erdem olarak belirtmiştir. Bu yönüyle ise ahlak, bizatihi kanuna uygun hareket etmektir (Akad ve diğerleri, 2014, s. 96).

Hukuk kurallarına uymak, cebre maruz kalma korkusundan değil de sırf hukuka uygun hareket etmenin ahlaki bir yükümlülük, bir erdem olarak görülmesinden ileri geliyorsa ahlakın hukukiliğinden bahsedilebilir (Kıllıoğlu, 1988, s. 314). Bu bağlamda, hukuk kuralları ile ahlakın kesişimi söz konusu olmaktadır. Bu kesişme, hukukta "adalet" kavramı ile ahlakta "iyi" kavramının amaçsal birlikteliği şeklindedir (Bulut, 2000, s. 30; Işıktaç, 2000, s. 10). Abadan (1954, s.

Hukuk kurallarına uymak, cebre maruz kalma korkusundan değil de sırf hukuka uygun hareket etmenin ahlaki bir yükümlülük, bir erdem olarak görülmesinden ileri geliyorsa ahlakın hukukiliğinden bahsedilebilir.

58), adaleti insan varlığında ahlakiliği gösteren iyilik olarak tanımlamaktadır. Abadan'a (1954, s. 253) göre hukuka uygun hareket etmek konusunda bireyin iradesini Makyavelizm'den ayıran temel nokta, asgari düzeyde ahlaki olan hukuk normuna bireyin hür iradesi ile uymasının ahlaki bir bilinçten kaynaklanmasıdır. Bu durumu Çağıl (1984, s. 79), insanın hakikati arayışının ancak özgürlükle mümkün olacağı dolayısıyla insanın özgürlüğün kıymetini bilmesi ve bunun sonucu olarak da hayrı tespit ve tevdi etmek bakımından gayret göstermesi gereği şeklinde belirtmektedir. Ancak bu durumda insanın varlık gayesi hukuki ve ahlaki anlamda temellendirilmiş olabilir. Bu bakımdan, kişi özgürlüğünün olmadığı yerde devletin veya hukukun ahlaki temelinden de bahsedilemez. Örneğin, sosyalizmi benimsemiş bir devlette, kişinin hak ve özgürlükleri toplum içerisinde eridiği ve kişinin değeri ancak toplumun bir parçası olmak yönüyle bahşedildiğinden, bu sistemin ahlakiliğinden de bahsedilemez (Çağıl, 1984, s. 107). Münif Paşa (2016, s.233), sosyalizmi sosyal eşitsizliğin doğurduğu adaletsizliğe olan tepkinin, çalışıp kazananın kazancı üzerindeki tasarruf yetkisinin olmaması suretiyle başka adaletsiz bir yola sevki anlamına geldiğini belirtmektedir.

Ahlaka Uygunluk Bakımından Hukuk Kuralı

Yukarıda ahlakın hukukiliğine değinmiş ve bunu bir değer olarak hukuka uygun hareket etmek şeklinde tanımlamıştık. Hukuk ve ahlak arasındaki ilişkiye ilişkin diğer bir durum ise hukukun ahlakiliğidir. Bu, ahlaki hukuk olarak da belirtilebilir (Kıllıoğlu, 1988, s. 322). Hukukun ahlakiliği, kanun koyucunun sosyal ahlak kurallarını dikkate alarak hukuk normlarını ortaya koymasıdır. Hukuk siyasi iradenin ürünüdür. Siyasi irade ise sosyal hayattan bağımsız değildir. Bu bakımdan toplumsal talep ve beklentiler dikkate alınır. Yine hâkim de karar verirken, normu genelin faydasına, iyiliğine yönelik olarak yorumlar. Yani bir anlamda soyut normun somutlaşması adalet terazisinde tartılarak gerçekleştirilir (Münif Paşa, 2016, s. 204). Bu bakımdan, kanunun katı bir şekilde, genel yarar ve hakkaniyet gözetilmeksizin yorumlanması, hukukun ahlaki boyutunu ortadan kaldırır.

Anayasa Mahkemesinin 26.5.2016 tarihli ve E:2015/108, K:2016/46 sayılı kararında, "Ceza ve ceza yerine geçen güvenlik tedbirlerine ilişkin kurallar… ülkenin sosyal, kültürel yapısı, *ahlaki değerleri*… göz önüne alınarak saptanacak ceza politikasına göre belirlenir… Suç ve ceza arasında adalete uygun bir oranın bulunup bulunmadığının saptanmasında o suçun toplumda yarattığı etkinin, suçtan zarar görenin kişiliğinin ve ona verilen zararın azlığı veya çokluğunun da dikkate alınması gerekir…" denilmektedir (anayasa.gov.tr, 2017c). Hukuku ortaya koyan

Hukukun ahlakiliği, kanun koyucunun sosyal ahlak kurallarını dikkate alarak hukuk normlarını ortaya koymasıdır.

irade objektif ahlak ile bağdaşmayan bir durumu yasaklayarak ve suç tanımı içerisine sokarak bir yaptırıma bağlar. Ahlaki olan bir davranışa ilişkin kanunlarda bir yaptırımın olmaması bununla ilgilidir. Nitekim Anayasa Mahkemesinin yukarıda bahsedilen kararında, "toplumda geçerli genel ahlak kuralları" da gözetilerek suça yönelik yaptırımın belirleneceği hususu belirtilmektedir.

Hukukun ahlakiliği, hukukun iç ahlakı olarak, kuralların herkes için açık, çelişkisiz, geleceğe etkili ve kuralları koyanlar tarafından da uyulması şeklinde ifade edilmektedir.

Hukukun ahlakiliği, *hukukun iç ahlakı* olarak, kuralların herkes için açık, çelişkisiz, geleceğe etkili ve kuralları koyanlar tarafından da uyulması şeklinde ifade edilmektedir (Akı, 2015, s. 4). Böylelikle hukuk, hukuku ortaya koyanlar ile ona tabi olanlar arasındaki dengeyi koruyacak ve insanlar korkudan ve belirsizlikten uzak bir şekilde yani hukuki güvenlik içerisinde yaşayacaktır (Akı, 2015, s. 22). Burada, hukuk güvenliğinin hukukun ahlaki boyutu olarak değerlendirildiği görülmektedir. Hukuk güvenliğinin adalet bağlamında da hukukun ahlaki karakteriyle ilişkilendirildiğini belirtmek gerekir. Buna göre ilk olarak, yasama organının kanunların yapılması sürecinde adaleti gözetmesi ve ikinci olarak hâkimlerin kanunları uygularken adalete yönelik bir karar tesis etmeleri hukukun ahlaki karakterini oluşturmaktadır (Yıldırımer, 2015, s. 250). Hukuk ve ahlak arasında bahsedilen bu simetri mutlak değildir. Örneğin ceza kanunlarında taksirli suçlar, sırf kanunda öngörülmeleri gerekçesiyle cezalandırılır. Yani suçun kasıtlı olmaması, failin ahlaki olarak kınanmasına engel teşkil etmesine rağmen, sırf kanunda yer alması sebebiyle davranışa yönelik ceza öngörülmektedir (N. Toroslu ve H. Toroslu, 2016, s. 28). Gerçi derinlemesine bakıldığında taksirli suç, kasıtlı olmamasına rağmen, fiilin kınanabilirliğine ve failin öngörüsüzlüğüne yönelik bir cezalandırmayı içermektedir.

Buna göre ilk olarak, yasama organının kanunların yapılması sürecinde adaleti gözetmesi ve ikinci olarak hâkimlerin kanunları uygularken adalete yönelik bir karar tesis etmeleri hukukun ahlaki karakterini oluşturmaktadır.

Acaba, hukuk kuralı ahlakın bütünüyle karşısında ise buna uyulması gerekir mi? Tabii hukuk çerçevesinde, evrensel ahlakla bağdaşmayan bir konu hukuk kuralı olarak ortaya çıkmış olduğunda bu hukuk kuralına uyulmaması gerektiği belirtilmektedir. Hatta kişinin sorumluluğu açısından, evrensel ahlak ile çatışan bu görünüşteki hukuk kuralına uymamak değil; tam tersine buna uyulması bir sorumluluğa yol açacaktır (Güriz, 1999, s. 19). Zira hukukun her şartta insanın özerkliğine riayet etmesi gerektiği belirtilmektedir (Akı, 2015, s. 16). Bu ise hukukun en azından insan onurunu gözetmesi yönüyle ahlakiliğini betimlemektedir. Abadan (1954, s. 253), ahlakın hukuk normuna bir sınır teşkil ettiğini ve hukukun asgari düzeyde ahlakiliği taşıması gerektiğini belirtmiştir.

Hukukun ahlakiliği konusu, bir ahlak kuralının hukuk kuralı hâline getirilmesi kapsamında da değerlendirilebilir. Bu bağlamda bir görüş, hukukun aslında ahlaktan başka bir şey olmadığını, ahlak kuralının devletçe korunan bir kapsamı içermekle hukukileştiğini belirtmektedir (N. Toroslu ve H. Toroslu, 2016, s. 27). Bu yönüyle de hukuka aykırı olan davranışın daima ahlaka da aykırı olduğu savunulmaktadır (N. Toroslu ve H. Toroslu, 2016, s. 26). Örneğin, kapalı alanlarda sigara içilmesi, buna ilişkin yasaklamadan önce çoğunlukla ahlaki bir eleştiriye konu değilken; bunun yasaklanması genel olarak olumlu karşılanmıştır. Bu genel kabul, sonuç olarak, yasağın herhangi bir durumdaki ihlalini çoğunlukla ahlaki bir eleştiriyi de içerecek duruma dönüştürmüştür. Dolayısıyla, kapalı alanda sigara içen kişi, kendi içinde ahlaki bir hesaplaşmayı yaşayabileceği gibi ahlaki bir davranış sergilemediği noktasında uyarılması, dahası bir hukuk kuralını ihlal ettiğinin hatırlatılması sonucu ortaya çıkabilecektir.

Pozitif Hukuk Kuralı Olarak Ahlak

Bir ahlak kuralının hukuk kuralı hâline getirilmesi durumunda artık ahlak kuralından değil, hukuk kuralından bahsederiz. Zira artık bu kural devlet güvencesinde bir cebre bağlanmış, hukukileşmiştir (Gözler, 2014, s. 171). Ahlak kuralının bir hukuk kuralı olarak benimsenmesi sürecinde önemli bir nokta, objektif ahlakın, ahlakı dayatma aracına dönüştürülmemesi gereğidir (Bulut, 2000, s. 32). Zira bu durum, hukukun özgürlükleri koruyucu yönünü ortadan kaldırmak sonucunu doğurur. Ayrıca, ahlakı hukuk vasıtasıyla dayatmak ne ölçüde ahlakidir (Hart, 2000, s. 26)? Nitekim Anayasa Mahkemesinin bir kararında bu durum, "soyut ve değişken bir kavram olan genel ahlaka ve adaba aykırılığın tespitinde toplumun belirli bir kesiminde kabul edilen değer yargıları değil; demokratik toplum düzenine ilişkin davranış kurallarının esas alınması gerekmektedir. Böylece çoğunluğun veya bir kesimin ahlak anlayışının toplum geneline dayatılması riskinin önüne geçilebilecektir" şeklinde belirtilmektedir (anayasa.gov.tr, 2017b). Bahsedilen riske rağmen, başkasına zarar verici olmayan veya başkasını ilgilendirmeyen durumların bütünüyle ahlaki olduğunu da belirtemeyiz (Hart, 2000, s. 16). Bununla birlikte, özgürlüklerin sınırlanmasında "genel ahlak" Anayasa'da bir sınır olarak belirtilmektedir (Bulut, 2000, s. 29). Örneğin, özel hayatın gizliliği başlıklı 20. maddede üst araması, özel kâğıt ve eşyanın aranması ve bunlara el konulmasında genel ahlak bir sınırlama sebebi yani özgürlüğe müdahalenin gerekçesidir. Yine konut dokunulmazlığı başlıklı 21. maddede konuta girilmesi, konutta arama yapılması ve eşyaya el konulması; haberleşme hürriyeti başlıklı 22. maddede haberleşmenin engellenmesi ve gizliliği bakımından genel ahlak bir sınırlama sebebidir.

Hukuk ve ahlak anayasa hukukunun devlet ve hükûmet şekilleri ve ahlaki yönetim konularında da değerlendirilebilir. Belirli bir devlet veya hükûmet şek-

li ahlaki midir yoksa ahlakilik mi bir devlet veya hükûmet şeklinde belirleyicidir? Cumhuriyet devlet şekli monarşiye göre daha ahlakidir tanımı yapılabilir mi? Parlamenter hükûmet sistemi, başkanlık sistemine göre daha ahlakidir değerlendirmesinde bulunabilir miyiz? Bu soruları artırmak mümkün olmasına rağmen devlet ve hükûmet şeklinde asıl olanın yönetimin ne şekilde yapıldığı değil nasıl yapıldığıdır. Dolayısıyla burada tekrar adalet kavramı ile karşı karşıya gelinmektedir. Başka bir deyişle, adil olan devlet veya adil olan hükûmet ahlakidir tanımının yapılması; şu devlet şekli veya hükûmet sistemi iyidir, adildir dolayısıyla ahlakidir tanımına göre daha isabetli görünmektedir.

Hukuk devleti, devletin bireyin hakkını ihlal etmeme yükümlülüğü altında olduğu devlettir. Bu bakımdan, devletten önce var olan genel haklara karşı da ihlal etmeme yükümlülüğü vardır. Bu durum ise devletin hukuki yükümlülüğünün yanında, devletin varlığının ahlaki temelleri bağlamında açıklanabilir.

Hukuk ve ahlak ilişkisi, insan hakları veya temel haklar bağlamında değerlendirilebilir. Buna göre genel insan hakları, yaratılıştan gelir ve bunlar devredilemez. Bu hakların varlığı devletle açıklanmaz (Çağıl, 1984, s. 76). Devlet, ancak bu hakları tanır ve üçüncü kişilerden gelecek ihlali önleme yükümlülüğü altındadır. Hukuk devleti, devletin bireyin hakkını ihlal etmeme yükümlülüğü altında olduğu devlettir. Bu bakımdan, devletten önce var olan genel haklara karşı da ihlal etmeme yükümlülüğü vardır. Bu durum ise devletin hukuki yükümlülüğünün yanında, devletin varlığının ahlaki temelleri bağlamında açıklanabilir.

Ahlaka, özel hukukta da doğrudan sonuç bağlanan durumlar vardır. Türk Medeni Kanunu'nun 2. maddesinde "Herkes haklarını kullanırken ve borçlarını yerine getirirken dürüstlük kurallarına uymak zorundadır. Bir hakkın açıkça kötüye kullanılmasını hukuk düzeni korumaz" hükmü hukukun sağladığı imkânın içerik olarak da kötü bir amaca yöneltilemeyeceğini belirtmektedir. Burada hukukun, ahlakın amacı olan içsel iyiliği sağlamak yönünde bir amacı benimsediği belirtilebilir. Yine Türk Borçlar Kanunu'nun 27. maddesi sözleşme özgürlüğünün sınırları kapsamında ahlaka aykırı olan sözleşmeyi kesin hükümsüz olarak belirtmektedir. Örneğin para karşılığında cinsel ilişki kurulmasına veya başkası yerine sınava girmeye yönelik sözleşmeler ahlaka aykırıdır (Yıldırım, 2015, s. 107). Türk Borçlar Kanunu'nun haksız fiile ilişkin 49. maddesinde ise "Zarar verici fiili yasaklayan bir kanun maddesi bulunmasa bile, ahlaka aykırı bir fiille başkasına kasten zarar veren de, bu zararı gidermekle yükümlü" olduğu belirtilmektedir. Görüleceği üzere burada ahlaka aykırılık, borcun kaynağı olarak görülmekte ve verilen zararın tazmini yükümlülüğünü doğurmaktadır. Muvazaa (danışıklılık) sebebiyle sözleşmelerin geçersizliği, sebepsiz zenginleşmede iade borcu, aşırı yararlanma (gabin) durumunda sözleşmenin iptali veya edimler arası dengesizliğin giderilmesi talebi gibi birçok hukuki kurumun temelinde, ahlaki yükümlülük görülebilir.

Ahlaka, ulusal hukukta olduğu kadar uluslararası hukukta da özgürlüklerin sınırlanmasında bir ölçüt olarak başvurulmaktadır. Örneğin Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi özel ve aile hayatına saygının (Madde 8), düşünce, vicdan ve din özgürlüğünün (Madde 9), ifade özgürlüğünün (Madde 10), toplantı ve dernek kurma özgürlüğünün (Madde 11) sınırlanmasında, ahlakı bir gerekçe olarak belirtmektedir. Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi'nde ise seyahat özgürlüğünün (Madde 12), düşünce, vicdan ve din özgürlüğünün (Madde 18), ifade özgürlüğünün (Madde 19), toplanma (Madde 21) ve örgütlenme (Madde 22) özgürlüklerinin sınırı olarak ahlak belirtilmektedir. Özgürlüklerin sınırlanması bahsinin dışında, bireyin dinî ve ahlaki tercihine saygı duyulması ve çocuğun ahlak eğitiminin bireyin özgürlük alanına dâhil olduğu ve hukukun koruması altında bulunduğu belirtilmelidir. Bu bağlamda, İnsan Hakları Komitesinin ve Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinin kararları bulunmaktadır (Yıldız, 2015, s. 96).

Ulusal hukukun ötesinde, ahlaka, özgürlüklerin sınırlanması konusunda uluslararası hukukta başvurulması diğer bir soruyu gündeme getirmektedir: Ahlak, genel olarak belirli bir dönemde ve bölgede geçerli kurallar olarak tanımlanmaktadır. Ahlakın bahsedilen bu yerel ve millî boyutuna rağmen acaba, ulus üstü düzeyde ahlak ne şekilde tespit edilecektir? Aslında her ne kadar ahlakın millî ve hatta bundan daha sınırlı ölçüde yerel boyutundan bahsetmek mümkünse de ahlakın insanlığın bütününe yönelik evrensel kurallar içerdiği de göz ardı edilmemelidir (Bulut, 2000, s. 35). Örneğin, Evrensel İnsan Hakları Bildirisi'nin evrensel düzeyde kabul görmüş bir hukuki belge olması, bunun aynı zamanda millet ve devletlerin üzerinde insanlığa ilişkin temel ahlaki ilkeleri ortaya koymasıyla ilişkilendirilebilir (Çağıl, 1984, s. 78). Yine uluslararası hukuk kurallarının önemli bir kısmı, devletler arasındaki teamüllerden ve bunların bağlayıcılığının ahde vefa ilkesi kapsamında temellendirilmesinden ileri gelmektedir (Kıllıoğlu, 1988, s. 313). Ayrıca, insanın ahlakiliği konusu, insan fıtratıyla ilgili olması yönüyle, milliyetin üzerinde tartışılabilecektir. Dolayısıyla, ahlakın evrensel boyutundan bahsedilebilir.

İnsanın benmerkezci bir yaklaşımla doğayı tahrip etmesi ve tüketmesi çevre hukuku bağlamında değerlendirilmesinin yanında ayrıca, objektif anlamda büyük bir ahlaksızlık olarak da değerlendirilebilir.

Hukuk, ahlak ilişkisinde güncel gelişmeler kapsamında çevre hukuku, insanın çevreyi tüketmesi anlayışından çevrenin bir parçası olduğu ve çevreyle tahrip edicilikten uzak, düzeyli bir ilişki kurması gerektiğini kavraması yönüyle de belirtilebilir (Işıktaç, 2000, s. 6). Zira insanın benmerkezci bir yaklaşımla doğayı tahrip etmesi ve tüketmesi çevre hukuku bağlamında değerlendirilmesinin yanında ayrıca, objektif anlamda büyük bir ahlaksızlık olarak da değerlendirilebilir. Çünkü insan çevrenin bir parçasıdır ve çevre üzerinde sınırsız yetkiye sahip değildir.

Görüleceği üzere ahlak özgürlüklerin sınırlanması konusunda ulusal ve uluslararası hukukta önemli bir yer işgal etmektedir. Bu noktada iki önemli konu belirtilmelidir. Birincisi, ahlakın hukukileşmesi sürecidir. Bu da hukuk normunun ahlaka atıf yapmak suretiyle ahlak kuralının hukuki yaptırımın güvencesine bağlanmasıdır. İkincisi ise ahlakın belirtilen yaptırıma bağlanması yönüyle ilintili olarak özgürlüklerin sınırlanmasında keyfîlik riskini içermesidir. Buna göre geniş bir yoruma imkân tanıyan ahlak anlayışının özgürlüklerin sınırlanmasında yasakçı tutumu meşrulaştırma aracı veya belirli bir ahlak anlayışını dayatma aracı olarak kullanılması riskidir. Bu yönüyle, objektif ahlak anlayışının benimsenmesi önemlidir. Objektif ahlak anlayışı benimsenirken de toplumdan topluma ve zamandan zamana değişebilir olması gözetilerek güncel ve genel ahlak çerçevesinde bir tercih yapılmalıdır. Bu bakımdan, devletin genel ahlak gerekçesiyle özgürlüklere müdahalesi, kamu düzeninin korunması gereğiyle sınırlandırılabilir (Bulut, 2000, s. 34). Çünkü ahlak gerekçesiyle kamu düzeninin bozulabiliyor olması, bunun objektif ahlak düzeyinde bir konu olduğunu, dolayısıyla devletin bu konuda pozitif bir edimi üstlenmesi gerektiğini göstermektedir.

Sonuç

Hukuk ve ahlak birbiriyle çok yakından ilişkilidir. Bu durum hukuk felsefesinin sonu gelmez bir tartışma alanından ibaret değildir. Bu bakımdan, pozitif hukuk ve tabii hukukun açıklamalarının da ilerisindedir. Hukuka ve ahlaka araçsal yaklaşım sonrasında bir kanaat ortaya konabilir. Bahsedilen konu aslında, hukukta adalet idesi ve ahlakta iyi idesinin kesişimidir. Buradan ise temel bir sonuca ulaşılabilir: İyi olan adil olandır ve adil olan iyi olandır. Bununla birlikte, adalet ve iyi kavramları göreceli yani subjektif bir içeriğe sahiptir. Bu yönüyle, hukukun ahlaka uygunluğuna ilişkin, yetkili organlarca usulüne göre yürürlüğe sokulmuş yani geçerli ve toplumda etkenliğe sahip bir normun hukuk normu olduğunu bunun ayrıca ahlaka uygunluğunun tespitinin, sonucu belirsiz bir tartışmayı doğuracağından bahsetmek gerekir (Güriz, 1999, s. 20). Fakat bu bahis, hukukun ahlaktan soyut ve bütünüyle ilgisiz olduğu anlamına gelmez. Çünkü ahlak normlarının birçok sefer hukuk kuralı olarak benimsenmiş olduğunu görmekteyiz. Örneğin, eşlerin birbirine karşı sadakat yükümlülüğü, bir hukuk ilkesi olmasının yanında bu yönünü ahlaktan almaktadır (Abadan, 1954, s. 254). Dolayısıyla bu durum, hukukun ortaya çıkışına ilişkin teorilerle yakından ilgilidir.

Hukukun tüm sosyal düzen kurallarını temel alması kaçınılmaz biri durumdur. Çünkü tamamı insan davranışını düzenler ve nihai amaç, sosyal barışın ve düzenin sağlanması suretiyle insanın mutluluğa ulaşmasıdır. Bu bağlamda, birçok ahlak kuralı aynı zamanda hukuk kuralı olarak kanunlarda düzenlen-

mektedir. Buna karşılık, bundan tüm ahlak kurallarının aynı zamanda hukuk tarafından düzenlendiği sonucu çıkarılmamalıdır. Zira ahlakla hiç ilgisi olmayan hatta kimi durumda ahlakla çelişebilecek hukuk kurallarına rastlamak mümkündür. Fakat hukuk her hâlükârda adaleti sağlama amacını taşımalıdır. Bu şekilde, asgari düzeyde ahlakilik temeli olan hukuk normuna uyulması, yaptırım ögesiyle de desteklenmek suretiyle gerçekleşecektir.

Hukuk ve ahlak sosyal barışı sağlamaya yönelik düzen kuralları ortaya koymaları yönüyle ortaktırlar. Buna karşılık, hukuk normu devlet güvencesini ve devleti temsil etmesi yönleriyle diğer tüm sosyal düzen kurallarından ayrılır. Fakat hukuk ve ahlak ilişkisi bu noktada son bulmaz. Hukukun temeline bakıldığında, birçok hukuk kuralı aslında ahlakın kanun çerçevesinde devlet tarafından güvence altına alınmasından ibarettir. Tabii, hukuk bunun ötesinde ahlakla doğrudan ilgili olmayan içerikte düzenlemelere de sahiptir. Fakat her hâlükârda hukuka uygun hareket etmek noktasındaki inanç, bunun ahlaki bir yükümlülük olarak görülmesindendir. Dolayısıyla hukuk ve ahlak arasındaki ilişkiyi soyutlamak mümkün değildir. Ayrıca, bireyin hukuka uygun hareket etmesi, yalnızca yaptırım tehdidiyle açıklanamaz. Bireyin, hukukun adaleti sağladığına yönelik inancı, dolayısıyla hukukun ahlakiliği boyutu, hukuka uygun hareket etmesi neticesini doğurmaktadır. Bu bakımdan, kanun koyucunun normun sosyal ahlaki boyutunu, yani adaleti sağlaması boyutunu ihmal etmemesi gerekir. Bu ise normu nasılsa itaat ediliyor anlayışıyla değil; adaleti sağlamak amacıyla ortaya koyup bu suretle itaat edilmesini sağlamak şeklinde gerçekleştirilebilir (Yıldırımer, 2015, s. 257).

Hukuk ve ahlak ilişkisinin diğer bir görünümü, ahlak kuralının doğrudan bir kanunda maddeleştirilmeyip, maddenin belirli bir konudaki ahlak kuralına atıf yapmasıdır. Bu durum, aslında pozitif hukuk açısından da ahlakın bütünüyle dışlanamayacağını göstermektedir. Gerçi pozitif hukuk bağlamında da hukuk sadece yazılı hukuktan ibaret değildir, dolayısıyla kanun maddesi bir ahlak kuralına atıf yapıyorsa kanunda yazılı olarak düzenlenmemiş olsa bile aslında bahsedilen ahlak kuralı hukukileşmiştir. Dolayısıyla, pozitif hukuk ile tabii hukukun bu tartışma alanından çıkıldığında, hukukun ahlaka kayıtsız kalamayacağı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Hukuk ve ahlakın bahsedilen ilişkisine rağmen kimi durumda ahlak kuralıyla hiç ilgisi olmayan bir hukuki düzenlemeye rastlanabilir. Bu açıdan, bütüncül bir yaklaşım yani hukuk ahlaktır anlayışının da temellendirilemeyeceğini belirtmek gerekir. Gerçi bu belirleme daha çok pozitif hukuk kapsamında olmaktadır. Zira tabii hukuk çerçevesinde, ahlakla ilgisi olmayan bir konuyu düzenleyen norm şekli anlamda hukuk olarak nitelenebilir. Tabii hukuka göre ilmi anlamda hukukun ahlakla ilgisinin muhakkak kurulması gerekir (Yıldırımer, 2015, s. 250).

Hukukun ahlakla ilgili olmayan bir konuyu düzenlemesinin dışında, kimi durumda düzenleme konusu ahlakla çatışabilir. Acaba bu durumda hukuk normunun geçersizliğinden bahsedilebilir mi? Bu soru pozitif hukuk ile tabii hukuk bağlamında bir tartışmanın başlangıcına işaret eder. Buna göre, tabii hukuka göre hukuk, asgari düzeyde de olsa ahlakla uyumlu olmalıdır. Buna karşılık, pozitif hukuk, hukukun görünüşte ahlakla çatışıyor olsa bile göreceli kavram ve kurumlar üzerinden karmaşa doğması ihtimali sebebiyle, kanunun uygulanmasının adaleti sağlayacağını belirtir. Bu yönüyle, tabii hukukta ahlaki olan kanunun geçerli olduğu ve uygulanacağı önermesinin yerini, pozitif hukukta hukukun uygulanmasının ahlaki olduğu savı almaktadır. Bu bağlamda, pozitif hukukta hukuka uygun davranma iradesi ahlakın hukukiliği şeklinde; tabii hukukta hukukun ahlaki temelinin olması ise hukukun ahlakiliği olarak belirtilebilir.

ÖRNEK OLAY

Ahmet klasik otomobil galerisi, Aydın ise son model otomobil plazası sahibi iki arkadaştır. Son zamanlarda Aydın, Ahmet'in tavırlarından rahatsız olmakta ve bu rahatsızlık giderek zarar verme isteğine dönüşmektedir. Ahmet'in 1968 Anadol marka bir klasik araç almak üzere satıcıyla anlaştığını duyan Aydın, bu fırsattan istifade ederek hiç ilgisi olmamasına rağmen sırf Ahmet'e zarar vermek için satıcıyla "bir dost" edasıyla gizlice irtibat kurup araç üzerinde yeniden pazarlık yapar. Bunun sonucunda satıcı otomobili Aydın'a satıp devreder. Ahmet ise arabayı alamadığı için çok üzülerek ağır bir hastalığa yakalanır, maddi ve manevi ciddi kayıpları olur.

Bu olaya göre hukuk ve ahlak ilişkisi çerçevesinde Ahmet, Aydın'dan herhangi bir talepte bulunabilir mi?

Değerlendirme: Aydın, elini çabuk tutmuş ve Ahmet'ten önce otomobili satın almıştır. Bu durumda, Ahmet, daha önce anlaştığı gerekçesiyle Aydın'dan otomobili isteyemez. Dolayısıyla, Ahmet'in Aydın'a karşı otomobili istemek yönünde bir talebi söz konusu olamaz. Aydın otomobilin maliki olmuştur. Buna karşılık, Aydın'ın sırf Ahmet'i zarara uğratmak amacıyla hareket etmesi ahlaki bir yaklaşım değildir. Türk Borçlar Kanunu'nun 49/2. maddesi "Zarar verici fiili yasaklayan bir hukuk kuralı bulunmasa bile, ahlaka aykırı bir fiille başkasına kasten zarar veren de, bu zararı gidermekle yükümlüdür" hükmünü içermektedir. Buna göre Aydın'ın fiili her ne kadar doğrudan bir hukuk normunu ihlal etmese de ahlakilik bağlamında bir sorun teşkil etmekte ve buna hukuken bir sonuç bağlanmaktadır. Aydın'ın, kasıtlı olarak Ahmet'e zarar vermek amacıyla hareket etmesi ahlaka aykırılık teşkil etmektedir ve bu yönüyle tazminat davasına konu edilebilir.*

* Örnek olayın hazırlanmasında ve çözümünde Yıldırım'ın, (2015, s.179-180) eserinden yararlanılmıştır.

Kaynakça

Abadan, Y. (1954). *Hukuk felsefesi dersleri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.

Akad, M., Vural Dinçkol, B. ve Bulut, N. (2014). *Genel kamu hukuku*. İstanbul: Der Yayınları.

Akı, E. İ. (2015). Hukukun iç ahlakı: Lon L. Fuller'ın görüşleri çerçevesinde bir inceleme. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, *64*(1), 1-35.

Anayasa Mahkemesi Kararı. (2017a). 28.1.1964 tarih ve E:1963/128, K:1964/8, http://kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/a34330a1-f933-4562-9605-66c572f1daa6?excludeGerekce=False&wordsOnly=False, 11.11.2017.

Anayasa Mahkemesi Kararı. (2017b). 1.4.2015 tarih ve E:2014/118, K:2015/35, http://kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/2ac967f2-4742-4d86-9ba8-dd2282da4b6f?excludeGerekce=False&wordsOnly=False, 11.11.2017.

Anayasa Mahkemesi Kararı. (2017c). 26.5.2016 tarih ve E:2015/108, K:2016/46, http://kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/8295ece8-40f9-4c3a-835f-8bf338189759?excludeGerekce=False&wordsOnly=False, 11.11.2017.

Bozkurt, E. (2006). *Genel hukuk bilgisi*. Ankara: Asil Yayın.

Bulut, N. (2000). Hak ve özgürlüklerin sınırlandırılma nedeni olarak genel ahlak. *Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi*, *IV*(1-2), 29-47.

Çağıl, O. M. (1947). Jheiring'in hukuk nazariyesinin anahatları. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, *13*(1), 259-286.

Çağıl, O. M. (1984). İnsan hakları ve tabii hukuk. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, *50*(1-4), 69-115.

Farabi. (2017). *İdeal devlet*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Gözler, K. (2014). Hukuka giriş. (11. Basım). Bursa: Ekin.

Güriz, A. (1999). Hukuk felsefesi. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Hart, H. L. A. (1958). Positivism and the separation of law and morals. *Harvard Law Review*, *71*(4), 593-629.

Hart, H. L. A. (2000). Hukuk, özgürlük ve ahlak. (Çev. E. Öz). Ankara: Dost.

Işıktaç, Y. (2000). Hukuk, etik ilişkisinde yeni gelişmeler. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, *LVIJL*(J-2), 3-14.

İçel, K. ve Donay, S. (2005). *Karşılaştırmalı ve uygulamalı ceza hukuku*. İstanbul: Beta.

Kıllıoğlu, İ. (1988). *Ahlak-hukuk ilişkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

Kınalızade Ali Çelebi. (2015). *Ahlak-ı alâ'i*. (3. Basım). İstanbul: Klasik.

Münif Paşa. (2016). *Hikmet-i hukuk*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Öktem, N. ve Türkbağ, A. Ü. (1999). *Felsefe, sosyoloji, hukuk ve devlet*. İstanbul: Der Yayınları.

Toroslu, N. ve Toroslu H. (2016). *Ceza hukuku genel kısım*. Ankara: Savaş.

Türkbağ, A. Ü. (2011). Hart-Dworkin tartışmasının ana hatları. *Anayasa Yargısı*, *28*, 71-82.

Ünsal, A. (2010). Hukukun temeline ilişkin yaklaşımlar. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *9*(18), 5-23.

Yaman, A. (2016). Fıkıh - ahlak ilişkisi islâm amelî ahlakının ilke ve uygulamaları çerçevesinde bir giriş. *Usûl İslam Araştırmaları*, *9*(9), 87-118.

Yayla, M. (2011). *İslam hukukunda insan hakları ve eşitlik*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Yıldırım, A. (2015). *Türk borçlar hukuku genel hükümler*. (3. Basım). Ankara: Adalet.

Yıldırımer, Ş. (2015). Tabii hukuk teorisi bağlamında hukukun etik karakteri ve etik (meriyeti) geçerliliği. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, *73*(1), 249-258.

Yıldız, A. (2015). Uluslararası standartlar açısından Türk Anayasa Mahkemesi'nin din ve vicdan özgürlüğüne ilişkin kararları. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Akı, E. İ. (2015). Hukukun iç ahlakı: Lon L. Fuller'ın görüşleri çerçevesinde bir inceleme. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, *64*(1), 1-35

Bulut, N. (2000). Hak ve özgürlüklerin sınırlandırılma nedeni olarak genel ahlak. *Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi*, *IV*(1-2), 29-47.

Çağıl, O. M. (1947). Jheiring'in hukuk nazariyesinin anahatları. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, *13*(1), 259-286.

Çağıl, O. M. (1984). İnsan Hakları ve Tabii Hukuk. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 50(1-4), 69-115.

Kıllıoğlu, İ. (1988). *Ahlak-hukuk ilişkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

Kınalızade Ali Çelebi. (2015). *Ahlak-ı alâ'i*. (3. Basım). İstanbul: Klasik.

14

Öğretmenlik ve Ahlak

Feride Ersoy

Tartışma Soruları

Günümüzde öğretmenlik mesleğinin toplumdaki yeri ve önemi nedir?

İyi bir öğretmen öğrencilerine, velilere, meslektaşlarına nasıl davranmalıdır? Neden?

Öğretmen haberlerini izlediğinizde benzer haberlerden daha fazla dikkat kesilmenizin sebepleri neler olabilir?

Bir öğretmen öncelikle hangi ahlaki ilkelere sahip olmalıdır? Neden?

Hayatınızda etkili olan bir öğretmeninizin ahlaki özelliklerini anlatınız. Bu özellikler sizin hayatınızda hangi konularda etkili oldu? Nasıl?

Giriş

Eğitim bireyin, toplumun ve devletin geleceğinin teminatıdır. Bir ülkenin ekonomik, siyasi ve askerî başarısı, o ülkede yaşayan milletin kültürel dokusu, ekonomik, sosyal ve manevi açıdan huzuru ve refahı, eğitimin niteliği ve kalitesiyle yakından ilgilidir. Dolayısıyla ileri uygarlığa sahip ülkeler, eğitim sistemlerinin amaç ve içeriğini bireyin, toplumun ve devletin geleceğini planlayarak oluşturmaktadır. Eğitim sistemi içinde yapılan tüm amaç ve içerik planlaması müfredat programında hayat bulmakta ve müfredat programı okullarda görev yapan öğretmenler tarafından uygulamaya geçirilmektedir. Bu bağlamda, bir eğitim programının uygulamadaki başarısında, öğretmenlerin niteliği oldukça önem arz etmektedir.

Günümüzde öğretmenlerin mesleki anlamdaki niteliği konusunda birtakım standartlar geliştirilmiştir. Bir öğretmen; alan bilgisi, pedagojik formasyon konusunda yeterli olmalı ve birtakım kişisel ve mesleki değerlere sahip olmalıdır. Hangi disiplin alanında öğretim yapıyorsa elbette bir öğretmenin o alanda başarılı bir öğretme yeteneğine ve bilgisine sahip olması beklenir.

Öğrencilerin aklına takılan pek çok konuda öğretmeninden cevap alabilmesi de eğitim-öğretimi güçlendirir. Ancak bunların yanında daha da önemli olan konu, öğretmenin kişisel ve mesleki değerleri yani ahlakı meselesidir. Zira öğretmenin sahip olduğu değerler, kişilik özellikleri, onun davranışlarına da yansıyacak ve onunla sürekli iletişim içinde olan öğrenciler bu davranışlardan olumlu veya olumsuz anlamda etkilenecektir. Sonuç olarak, en iyi müfredat programları hazırlansa da öğretmenin o programı hayata geçirecek azmi, sabrı, mesleki sorumluluk bilinci, iletişimi, bilgi ve becerileri bulunmuyorsa eğitimin amaçlarına ulaşmak güç olacaktır.

Birey, temel bilgi, beceri ve davranışları aile içinde kazanmaktadır. Okul çağına geldiğinde gününün çok önemli bir zaman dilimini okulda geçirmektedir. Anne ve babanın birlikte iş hayatına başlaması, çocuk eğitiminin daha profesyonel bir psikolojik boyut kazanması gibi nedenlerle okulda eğitim, ailede eğitimin hem bir tamamlayıcısı hem de bir rehberi niteliği kazanmıştır. Okulda eğitimin uygulayıcısı olan öğretmenler, bireyin hayatında bir kimlik inşası gerçekleştirirken aynı zamanda bireye ve aileye rehberlik etme görevini ve sorumluluğunu yüklenebilmektedir. Öğretmenin sahip olduğu ahlak, bu görevi icra etmede ve sorumluluğu layıkıyla yerine getirmede oldukça önemlidir. Bu bağlamda halk arasında söylenegelen; "Çocuk, ailenin aynasıdır." sözü yerini biraz da "Öğrenci, öğretmenin aynasıdır." sözüne bırakmaktadır.

Öğretmenlerin sahip olması beklenen ahlak ilkeleri, mesleklerin sergilemesi gereken davranış standartlarıyla ilgilenen meslek etiği kavramıyla açıklanmaktadır. Bir meslek grubu olarak öğretmenlerin sergilemesi beklenen ahlaki davranışlar, etik ilkeler, Millî Eğitim Bakanlığı ve ayrıca Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu tarafından hazırlanan genelgeler ve yönetmeliklerle ilan edilmektedir. Tüm bunlara rağmen öğretmenlik mesleğinde birey ve toplum vicdanını son derece yaralayıcı, kabul edilemez ahlak zaafiyetleri ile de karşılaşılmaktadır.

Toplumda öğretmenlerin ahlakıyla, bilgisiyle, kültürüyle öncü ve örnek birer insan olacağı yönünde yaygın bir kabul bulunmaktadır. Toplum nazarında öğretmenler; sadece müfredattaki içeriği öğrenciye aktarmakla yükümlü kişiler değil aynı zamanda fazilet sahibi, bilgili, kültürlü, çalışkan, öğrenciye rehberlik edecek ve olumlu örnek oluşturacak yeterliğe sahip olan kişilerdir. Bu nedenle öğretmenlerin ahlaki veya gayriahlaki davranışları bireyi ve toplumu önemli ölçüde etkilemektedir. Öğretmenlerin ahlaki davranışları, birey ve toplum tarafından takdirle karşılanmakta, örnek alınmakta, hayata dokunarak onlara rehberlik etmekte iken gayriahlaki davranışları ise güven zedelemekte, bireyin ve toplumun vicdanını son derece rahatsız etmektedir.

Bu bölümün amacı; öğretmenlik mesleğinde sadece öğretim boyutunun değil aynı zamanda ahlakın da önemine dikkat çekmeye çalışmaktır. Bu amaçla ele alınan bölümün içeriğinde; öğretmenlik mesleğinin günümüzdeki anla-

mıyla bir meslek olma sürecine kısaca değinilmiş, mesleğin önemine dikkat çekilmiş, öğretmenlik ile ahlak bağlantısı kurulmaya çalışılmış, öğretmenlik mesleğinde ahlakın neden önemli olduğu konusunda birtakım alt başlıklar oluşturulmuştur. Ayrıca öğretmenlik mesleği etik ilkelerine yer verilmiştir. Konular; özlü sözler, örnek olaylar ve örnek etkinlikler ile zenginleştirilmeye çalışılmıştır.

Öğretmenlik Mesleği

"Bir yıl sonrasını düşünüyorsanız pirinç ekin, on yıl sonrasını düşünüyorsanız ağaç dikin, 50 yıl sonrasını düşünüyorsanız insan yetiştirin!"

Çin Atasözü

İnsan yetiştirmeyi hedefleyen bir eğitim politikacısı olsaydınız, neler yapardınız?

Öğretmenlerle ilgili bir eğitim politikası geliştirerek konu başlığını aşağıdaki boşluğa yazınız.

.....

.....

Bu politikayı sınıfta oluşturacağınız küçük bir oyun ortamında veya yalnız olarak basın mensuplarına tanıtım yaparmış gibi sunabilirsiniz. Sunumunuzda yukarıdaki atasözünü de vurgulayınız!

Meslek Olarak Öğretmenliğin Kısa Bir Tarihçesi

Öğretmenlik mesleğinin iki temel eylemi olan eğitme ve öğretme ilk insanlara kadar tarihlendirilebilmektedir. İnsandan insana bilgi ve kültür aktarımının olduğu her ortamda eğitme ve öğretme faaliyeti var olmuştur. Zamanla nüfusun artması; iş çeşitliliğinin ve yeni ihtiyaçların ortaya çıkması; bilgide karmaşıklığın, derinliğin ve uzmanlığın artması; teknolojide ve bilimde yaşanan gelişmeler gibi pek çok neden; ihtisaslaşmış, planlı, programlı bir eğitim anlayışıyla alanında uzman, nitelikli kişilerin yetiştirilmesini gerekli kılmıştır.

Medeniyetimizde, ilk öğretmenin yaratıcımız olan Hazreti Allah (c.c.) olduğuna inanılmaktadır. Bu inanç, Allah'ın Hz. Âdeme bütün isimleri öğrettiğine delil olan Bakara Suresi'nin 31. ayeti ile temellendirilmektedir. Öğretmenlik, aynı zamanda, Hz. Muhammed (s.a.v.) tarafından Mescidi Nebevi'de ve Suffa'da başlatılan eğitim nedeniyle, Müslümanlar tarafından, bir peygamber mesleği olarak da kabul edilmekte ve son derece önemsenmektedir.

Tarihimizde öğretmen; baba, usta, hoca, âlim, muallim, molla, muîd, müderris gibi farklı unvanlar almaktadır. Öğretmen; aile içinde anne veya baba, bir meslek grubunda usta, medresede müderris olarak karşımıza çıkmaktadır. 11. yüzyılın ilk yarısında Gazne, Nişabur ve Merv gibi kentlerde kurulmaya başlayan medreseler, 1067'de Selçuklu veziri Nizâmülmülk tarafından Bağdat'ta inşa ettirilen Nizamiye medreselerinin yaygınlaşmasıyla birlikte Selçuklu ve Osmanlı devletlerinin temel eğitim kurumu hâline gelmiştir. Medrese eğitimi din görevlisi, kadı ve medrese hocası gibi ilmiye sınıfının insanlarını yetiştirmektedir. Bu eğitimde ders geçme ve icazet sistemi uygulanmakta ve eğitimin bütçesi önemli ölçüde vakıflar tarafından karşılanmaktadır. Müderris esaslı icazetnamede, okutulan derslerin tanımı ve icazeti veren müderrisin hoca silsilesi görülmektedir (Tekeli ve İlkin, 1999, s. 7-17). Müderrisin sahip olması beklenen ahlak ilkeleri, öğrenciye ve halka karşı görev ve sorumlulukları, öğrenci ile münasebetleri vs. gibi konular ise dönemin eğitim anlayışı çerçevesinde ayrıca ifade edilmektedir (Bayraktar, 2015, 2015; Ersoy, 2016; İbn Cemaa, 1998; İbn Sahnûn, 1996; İmam-ı Azam Ebu Hanife, 1969; İmam-ı Gazali, 1971; Kabisi, 1966; *Minhâcü'l-Müteallim*, 2009).

Devletin yönetim anlayışına, toplumun beklenti ve ihtiyaçlarına göre farklı süreçlerden geçen öğretmenliğin günümüzdeki anlamıyla bir meslek olarak görülmeye başlaması Tanzimat Dönemi'ne denk gelmektedir (Çelikkaya, 2014, s. 133; Şimşek, 2014, s. 77). 16 Mart 1848 tarihinde açılan ve rüştiye okullarına öğretmen yetiştirmeyi amaçlayan Darulmuallimîn, Akyüz'e (2006) göre Türk eğitim tarihinde çok önemli bir yenilik ve Türk öğretmen yetiştirme tarihinde bir dönüm noktasıdır. 14 Ağustos 1850 tarihinde bu kurumun başına müdür olarak getirilen Ahmet Cevdet Efendi, 1 Mayıs 1851 tarihli bir Nizamname kaleme almıştır. Abdülmecit Han (1839-1861) tarafından onaylanarak uygulamaya geçen Nizamname'de öğretmenlik, bir meslek olarak yer almaktadır (s. 29-34).

Eğitim tarihimizde, öğretmenlik mesleği açısından Darulmuallimîn Nizamnamesi kadar önemli olduğu ifade edilen bir diğer Nizamname, 1869 yılında çıkarılan Maarif-i Umumi Nizamnamesi'dir. Bu Nizamname'de umumi mekteplere öğretmen olmada öncelik hakkının Darulmuallimînde eğitim görmüş öğretmenlere ait olduğu ifade edilmektedir. Nizamname'de belirtilen bu madde, öğretmenliği meslekleştirme adına oldukça önemli bir adımdır. Öğretmenliği meslekleştirme adına girişilen birtakım hukuki düzenlemeler Tanzimat Dönemi'nde olduğu gibi, II. Abdülhamid döneminde de devam etmiştir (Özoğlu, Gür ve Altunoğlu, 2013, s. 18-19).

Günümüz eğitim sisteminde öğretmenlik, bir ihtisas mesleği olarak görülmektedir. Öğretmen olmak isteyen bireyler, öğretmen yetiştiren kurumlardan

mezun olduktan sonra sınavla atanmaktadır. 1789 sayılı Millî Eğitim Temel Kanunu Madde 43'te öğretmenlik mesleği şöyle tanımlanmaktadır: "Öğretmenlik, Devletin eğitim, öğretim ve bununla ilgili yönetim görevlerini üzerine alan özel bir ihtisas mesleğidir. Öğretmenler bu görevlerini Türk Millî Eğitiminin amaçlarına ve temel ilkelerine uygun olarak ifa etmekle yükümlüdürler." (Millî Eğitim Bakanlığı [MEB], 1980, s. 19).

Öğretmenlik Mesleğinin Önemi

Aşağıda öğretmene ve öğretmenliğe yönelik iki farklı bakış açısı verilmiştir. Bu iki farklı bakış açısında öğretmenin toplumdaki konumu nasıldır? Tartışınız.

"Bana bir harf öğretenin kırk yıl kölesi olurum."	*"Hiçbir şey olamazsan öğretmen olursun."*
Hz. Ali	***Anonim***

Bireyin eğitiminde en temel kurum ailedir. Birey, temel bilgi ve becerileri; güven, saygı, hoşgörü, vatanseverlik, misafirperverlik ve yardımseverlik gibi millî ve toplumsal değerleri; âdâb-ı muaşeret kurallarını; dili ve dini öncelikle aile içinde öğrenmeye başlamaktadır. Aile içinde başlayan bu öğrenmeler, anaokulu veya ilkokul yaşına gelen birey için devletin resmî eğitim sistemi içerisinde, millî eğitim amaçları doğrultusunda, müfredat programlarına uygun olarak okullarda öğretmenler tarafından sürdürülmektedir.

Bireyin eğitiminde aileden sonra önemli bir kurum okuldur. Okulda, bireyin eğitiminden sorumlu uzman kişiler öğretmenlerdir. Öğretmenler; okuldaki eğitim sürecinin planlanmasından uygulanmasına ve değerlendirilmesine kadar eğitim-öğretimle ilgili süreçleri yürütmede yetkili ve uzman kişilerdir. Eğitim-öğretim sürecinde öğretmenler, öğretimi gerçekleştirmenin yanı sıra öğrencilere olumlu rol modeli olmakta, gerektiği durumlarda aile ve çevre ile iş birliği yapmakta, öğrencilerin sahip olduğu yetenek ve potansiyeli keşfetmekte, geliştirmekte ve doğru bir şekilde yönlendirmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda öğretmenlik mesleği bir insan yetiştirme mesleğidir. İnsanın zihinsel, fiziksel, manevi ve ahlaki yönüyle bir bütün olarak eğitilebilmesi nitelikli ve ahlaklı öğretmenler ile mümkün olacağından öğretmenlik mesleği birey ve toplum için son derece önemli bir meslektir.

Öğretmenlik Mesleği ve Ahlak

Öğretmenlik Mesleği ve Ahlak İlişkisi

Aşağıdaki ifadede kast edilen "gölgesine bile basılmayacak saygınlığa sahip bir öğretmen" nasıl bir öğretmendir?

"Öğretmenin Gölgesine Bile Basmayınız!"

Güney Kore Atasözü

Peki, ya siz bir öğretmen olsanız, nasıl bir öğretmen olmak istersiniz? Neden?

Meslek; "belirli düzeyde kabiliyet, tecrübe, teorik-pratik-teknik bilgi, eğitim ve icazet (diploma) gerektiren, niteliği toplumdan topluma değişmekte beraber, yüksek statü, prestij ve gelir kazandıran iş" olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda meslek; "insanın bir aidiyet ve kimlik duygusu oluşturmasını sağlayan, sosyal statü ve saygınlık kazandıran, insanın belirli bir sosyal düzen içinde yaşama ihtiyacına cevap veren, insanın bildiğini, zihni ve ruhi gücünün sürekli olarak aktif halde kalmasını sağlayan…" bir çalışma biçimi olarak da tanımlanmaktadır (Seyyar, 2015, s. 386-387). Bir meslek sahibi olarak öğretmen ise "mesleği bilgi öğretmek olan kimse, hoca, muallim, muallime" olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], t.y.).

Öğretmenlik mesleği, insan iletişiminin ve etkileşiminin yoğun olduğu bir meslektir. Öğretmenler, öğrencileriyle, velilerle ve okul çalışanlarıyla yoğun bir iletişim ve etkileşim içindedir. Bu iletişim ve etkileşimde hem kendisi açısından hem muhatabı açısından hem de mesleğin saygınlığı açısından, öğretmenin davranışları ve davranışlarına temel oluşturan ahlakı son derece önem kazanmaktadır.

Peki, öğretmenin ahlakı nedir? Nasıl olmalıdır? Kelime olarak "ahlak", Arapça hulk kelimesinin çoğuludur. "Hulk; yaratılış, tabiat ve huy gibi anlamlara gelmektedir." (Ayverdi, 2006, s. 58). Ahlak; iyi ve kötü huyları, fazilet ve reziletleri ifade etmek amacıyla kullanılan kapsamlı bir kavramdır (Ersoy, 2013, s. 9). "İnsanın iyi veya kötü olarak vasıflandırılmasına yol açan manevi niteliklerini, huylarını ve bunların etkisiyle ortaya koyduğu iradeli davranışlarını" içermektedir (Çağrıcı, 1989, s. 1).

Bir bireyin ahlaklı olması onun iyi ve güzel niteliklere sahip olması, iyi davranışlar sergilemesi ve kötülüklerden kendi özgür iradesiyle uzak durmayı tercih etmesiyle açıklanabilir. Zira ahlak; insanın "kendi isteğiyle iyi davranışlarda bulunup kötülüklerden uzak kalmak istemesidir" (Seyyar, 2015, s. 33). Ahlak kavramının tanımlarında, kişinin kendi iradesiyle iyiyi tercih et-

mesi durumunun ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda öğretmenin bireysel anlamdaki ahlakını, kendi iradesiyle göstereceği iyi davranışlar ile açıklamak mümkündür. Ancak bir meslek olarak öğretmenliğin ahlaki standartlarından bahsedebilmek için "meslek ahlakı" veya "etik" kavramına yönelmemiz gerekmektedir.

Ahlak, bireyin davranışlarıyla ilgilidir. Belirli bir meslek grubunun sergilemesi beklenen standartlaşmış ahlaki ilkelerin meslek ahlakı, profesyonel ahlak, deontoloji, mesleki etik gibi kavramlarla ifade edildiği görülmektedir. "Her mesleğin benimsediği davranış kuralları olması nedeniyle, meslek ahlakı kavramı literatürde sıkça kullanılmaktadır" (Çelikkaya, 2014, s. 183). Meslek ahlakı; "bir mesleği temsil eden etik kaideler", "meslek hayatındaki doğrular ve yanlışlar", "herhangi bir mesleğe yönelik ahlak kaideleri, ilke ve standartları" anlamında kullanılmaktadır (Seyyar, 2015, s. 386). Bu ilke ve standartlar, mesleği icra eden kişiler için etik ölçütleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda öğretmenin kişisel ahlakı ile çatışsa bile, mesleki etik ilkelere uyma zorunluluğu olduğu söylenebilir. *Peki, öğretmenlik mesleğinde, ahlak neden önemlidir?*

Öğretmenlik Mesleğinde Ahlakın Önemi

*Şeyma Öğretmen**

Eğitim fakültesinden mezun olmanın huzuru içinde, arkadaşlarıyla mutluluk pozları verdiği mezuniyet gününü hatırladı Şeyma öğretmen, sınıftaki afacan öğrencilere sesini duyurmaya çabalarken. Sonra bir bir geçiverdi gözünün önünden atanmak için odasından hiç çıkmaksızın azimle çalıştığı günler… Biraz daha çalışabilmek için çay üstüne çay ve kahve üstüne kahve ile uykusunu açtığı geceler… Bir bir hatırladı tüm emeklerini. Hatta sadece kendisinin değil, aynı zamanda ailesinin onu okutabilmek uğruna katlandığı tüm sıkıntıları…

Ders saatinin başlamasından beş-on dakika geçmiş olmasına rağmen sınıfta kimse kendisini dinlemiyor, yerine oturmuyor ve Şeyma öğretmen bir türlü dersi işlemeye başlayamıyordu. Bir süre çabaladıktan sonra günün konusuna giriş yapmaya başladı Şeyma öğretmen. Ancak yine de bazı öğrenciler kendi aralarında fısıldaşıp gülüşmelere devam ediyor, hatta bir öğrenci pencere kenarına oturmuş, sanki sınıfta bir öğretmen yokmuş gibi dışarıyı izliyordu.

…..

* Çalışmadaki örnek olaylar, araştırmacı tarafından gözlemlenen gerçek olaylardan alınmıştır. Bilimsel çalışmalarda şahısların kimlik bilgilerini gizli tutmak amacıyla isimler değiştirilmiştir.

Şeyma öğretmenin, karşılaştığı davranışlar karşısındaki yaklaşımı, onun kişiliğini, ahlaki özelliklerini yansıtmaktadır. Aşağıdaki iki farklı sonuç durumunu inceleyiniz.

Durum 1: Gözleri doldu Şeyma öğretmenin, boğazı düğümlendi, her iki kanadı bir anda kırılıp hızla yere düşen bir kuş gibi hissetti kendini. Büyük bir hayal kırıklığı içinde;

-Ben, dedi, içinden. Ben bu günler için mi, bu öğrenciler için mi öğretmen oldum!

Şeyma öğretmen, ders anlatmak için çabalamayı bırakıp sandalyesine oturdu. Masanın üzerindeki sınıf defterini inceledi. Çantasından bir dergi çıkardı ve incelemeye başladı. Bir taraftan da aklından şunu geçiriyordu:

- Bundan sonraki derslerde sözümü dinleyenleri dikkate alırım. Diğerlerini sessiz olmak kaydıyla sınıfın arka sıralarında kendi haline bırakırım. İsteyen beni dinler, istemeyen dinlemez. Yeter ki sessizlik olsun. Neden kendimi bu kadar yorayım ki…

…..

Durum 2: Şeyma öğretmen, öğretmenliği ne kadar da severek okuduğunu, hayattaki amaçlarından birinin de insan hayatında olumlu izler bırakabilmek olduğunu bir kez daha aklından geçirdi. Çocuktu onlar, elbette coşkunlukları olacaktı. O an karar verdi ki bir öğretmen olarak sabırla ve azimle öğrencilerini yetiştirmek için elinden gelen fedakârlığı yapacaktı. Kalbindeki merhamet ve sevgi ile öğrencilerine baktı. İçinden şöyle geçirdi:

- Bu afacanlar, beni biraz yoracak ama olsun, ben yine de gayret edip onların her birini kazanacağım! Onlara kendimi sevdirdiğinde dersi zaten dinleyecekler.

Şeyma öğretmen, ders anlatmak için çabalamayı bırakıp öğrencilerin dikkatini kendine doğru çekebilmek için ellerini hızla birbirine vurdu. Sınıfa gülümsedi ve şöyle dedi:

- Çok hareketli, neşeli çocuklarsınız. Sizin gibi öğrencilerim olduğu için kendimi şanslı hissediyorum. Neşenizi ikiye katlamak için size bir fıkra anlatayım, sonra da dersimize başlayalım.

Siz Şeyma öğretmenin yerinde olsaydınız öğrencilerin davranışları karşısında nasıl hissederdiniz? Şeyma öğretmenin öğrencilere öfkeyle ihmal ederek veya sevgiyle emek vererek yaklaşımı eğitim sürecini, öğrencilerin akademik başarısını ve karakter özelliklerini nasıl etkileyecektir? Neden?

Yukarıdaki örnek olayı mesleğe yeni başlayan pek çok öğretmen yaşayabilmektedir. Öğretmenlerin üniversite eğitiminde; sınıf yönetimi, iletişim, öğretim yöntemleri, değerler eğitimi gibi pek çok konudaki dersin içeriğinde öğrenmiş olduğu bilgiler bir anda hayata geçemeyebilir. Zira sınıf ortamı canlı bir ortamdır ve ilk kez sınıfın kapısını açan bir öğretmen, sıralarında sessizce oturmuş bir şekilde kendisini bekleyen bir kitle ile karşılaşmayabilir. Öğretmen, deneyimli bir öğretmen olsa bile yeni bir okulda veya aynı okulun farklı bir sınıfında böyle bir durum ile karşı karşıya kalabilir. Kendisi için hedef kitleyi tanıma, kural oluşturma ve otorite sağlama gibi süreçler henüz yeni başlıyor

olabilir. Bu ve benzeri bir süreci yaşamakta olan, hatta sınıfında aniden gelişen bir kriz durumuyla veya çözmek zorunda olduğu bir sorunla karşı karşıya kalan öğretmenin ahlakı, mesleğini icra ederken göstereceği tutum ve davranışlara yön vermektedir. Dolayısıyla ahlak, öğretmenin öğrenci ile karşılaştığı daha ilk intiba anından başlayarak eğitim süreci boyunca sonraki süreçleri de etkilemektedir. Bu nedenle öğretmenin ahlakı, eğitim-öğretimle ilgili tüm konularda ve süreçlerde hem öğretmen açısından hem de hedef kitlenin sağlıklı eğitimi açısından son derece önemlidir.

Mesleğin Hakkını Vermek

Ders zili çalmıştı. Öğrenciler, okulun merdivenlerinden birbirini geçmeye çalışarak hızla ve heyecanla dersliklerine doğru koşuşuyordu. Birazdan ders başlayacak, öğretmen sınıfa girecek ve dersliğe öğretmeninden geç giren öğrenciler öğretmenlerine karşı mahcup hissedeceklerdi. Tüm koşuşturmaları, öğretmenlerinden önce dersliğe girebilmek içindi.

Birinci zilden 5 dakika sonra ikinci zil, öğretmenlerin dersliklerine geçmesi için çaldı. Eğitim materyallerini dolaplarından alan öğretmenler, öğrencileriyle buluşacak olmanın sevincini hissederek dersliklerinin bulunduğu koridorlara doğru yöneldi. Öğretmenler odasında bir öğretmen daha vardı ki onlarla aynı heyecanı hissetmiyordu: Aslı öğretmen.

Aslı öğretmen, başka bir okulda birkaç yıl görev yaptıktan sonra bu okula henüz atanmıştı. Ders zilinin çalmasından pek haz etmezdi. "Yine sınıfa gireceğim, yine gürültülü bir ortamda kafam şişecek, yine o yaramazlar…" diye zihninden geçirerek yerinden kalktı. Ders anlatmaya üşenen bir ruh hali içinde, öğretmenler odasından ağır adımlarla çıkıp 7-A sınıfının bulunduğu koridora yöneldi. "Aman canım sen de... Ödev veririm, sınıfta yaparlar veya film açarım izlerler. Ben de akşam arkadaşlarımla gideceğim sinema filmi için biletleri alır, fatura borçlarımı öderim internetten" diye aklından geçirdi.

Aslı öğretmenin ders saatinde kendi işleriyle ilgilenmesini meslek ahlakı açısından değerlendiriniz? Öğretmenlik mesleğinin hakkını vermek, öğretmenlik meslek sorumluluğunu yerine getirmek isteyen bir öğretmen eğitim-öğretim sürecinde hangi konulara dikkat etmelidir?

Güzel ahlak, sahibine Allah katında kulluk bilinci, kendi içinde huzur, toplumda saygınlık kazandırmaktadır. Güzel ahlak sahibi olması beklenen bir meslek grubu da insanlarla iletişimi yoğun bir meslek grubu olan öğretmenlerdir. Öğretmen ahlakı şüphesiz hem öğretmeni hem de etkileşimde bulunduğu kişileri ve grupları etkilemektedir. Öğretmen de bu kişiler ve gruplar tarafından etkilenmektedir; ancak konuyu sınırlamak amacıyla sadece öğretmenin ahlakının muhatabını etkilemesi üzerine durulacaktır. Bu bağlamda -konuşulabilecek pek çok konu olmakla birlikte- öğretmen ahlakının önem kazandığı temel konular hakkında birkaç başlık oluşturulabilir:

i. Kişiler arası etkileşim ve iletişim
ii. Mesleki sorumlulukları yerine getirme
iii. Eğitim hedeflerinin gerçekleşmesi
iv. Öğretmenin rol model alınması
v. Olumlu veya olumsuz iz bırakma
vi. Aile-öğretmen iş birliği
vii. Okul iklimi

Kişiler Arası Etkileşim ve İletişim

Meslek gereği öğretmenler, insan ile sürekli etkileşim ve iletişim içindedir. Öğrenciler, veliler, okuldaki diğer çalışanlar, aile ve toplum öğretmenin mesleğinin bir parçası olarak onu etkilemekte ve ondan etkilenmektedir. Öğretmenliğin insana dair bir meslek olması, yine insanlar arası ahlaki davranış ilke ve kurallarına sahip olmayı da beraberinde getirmektedir. Öğretmenin insan haklarına, hukuk kurallarına, çocuk haklarına vs. uygun davranmasının yanı sıra öğrencileriyle, ailelerle, meslektaşlarıyla ve toplumda iletişim kurduğu diğer bireylerle iletişiminde saygı, dürüstlük, hoşgörü vb. değerlere sahip olması da önem kazanmaktadır.

Mesleki Sorumlulukları Yerine Getirme

Bir eğitimci olarak öğretmenin resmî ve örtük birtakım mesleki yetki ve sorumlulukları bulunmaktadır. Öğretmenlik, eğitimin hedefleri doğrultusunda hazırlanan müfredat kapsamındaki içeriği öğrenciye kazandırmanın yanı sıra öğrencinin, karakteri ve kimlik inşası ile de ilgilenmeyi ve eğitim-öğretim amacıyla birtakım iş birlikleri yapmayı gerektiren bir meslektir. Öğretmen, sınıf içinde ve sınıf dışında planladığı etkinliklerle öğretimi zenginleştirirken aynı zamanda öğrencinin hem bir modeli hem de bir rehberi olarak davranışlarını ince ince işlemektedir.

Öğretmenlik, ders saatiyle ve konu anlatımıyla sınırlı bir meslek değildir. Öğretmen öğrencinin problem çözümüne katkı sağlamakta, ihtiyaç durumunda aileye eğitim veya rehberlik desteğinde bulunmaktadır. Öğretmen, etkili bir eğitim öğretim için bazen velilerle, bazen okul idaresi ve öğretmenlerle iş birliği içinde çalışmaktadır. Kısacası öğretmenin çabaları, salt öğretim yapmanın ötesine geçmekte, insan yetiştirme tüm boyutlarıyla öğretmenin uğraş alanına girmektedir.

Öğretmenin, meslekî sorumluluklarını layıkıyla yerine getirebilmesi, eğitim öğretimde nitelikli bir süreci yürütebilecek bilgi ve beceri donanımının yanı sıra sahip olduğu ahlak özellikleriyle de yakından ilgilidir. Zira öğretmen yüksek

motivasyon, sevgi, çalışkanlık, sabır, sorumluluk, saygı, duyarlılık, yardımseverlik, liderlik gibi birtakım özelliklere sahip olmazsa resmî yükümlülüğü olan ders saatinde içeriği aktaran, mesai-ücret mantığıyla çalışan bir kişiye dönüşür. Bu mantık, iş hayatında normal olsa da öğretmenlik meslek ruhuna aykırıdır.

Eğitim Hedeflerinin Gerçekleşmesi

Türk millî eğitiminin amaçlarına bakıldığında ilk maddede; "Türk Milletinin milli ahlaki, insani, manevi ve kültürel değerlerini benimseyen, koruyan ve geliştiren; ailesini, vatanını, milletini seven ve daima yüceltmeye çalışan…" ve ikinci maddede; "beden, zihin, ahlak, ruh ve duygu bakımlarından dengeli ve sağlıklı şekilde gelişmiş bir kişiliğe ve karaktere…" sahip bireylerin yetiştirilmesi hedeflendiği görülmektedir. Bu bireylerin; "hür ve bilimsel düşünme gücüne, geniş bir dünya görüşüne sahip, insan haklarına saygılı, kişilik ve teşebbüse değer veren, topluma karşı sorumluluk duyan…" kişiler olarak yetişmesinin hedeflendiği görülmektedir (MEB, 1980, s. 7-8). Eğitimin bu hedeflerine ulaşmasında, öğretmenin bilgi ve becerilerinin yanı sıra ahlakının da önemi büyüktür. Öğreteceği değerleri öncelikle kendisi içselleştirmiş bir öğretmenin eylem ve söylemleri arasında bir tutarlılık olacağından öğrencinin o öğretmeni benimsemesi, dersini sevmesi ve hatta onu model alması çok daha kolay olacaktır.

Öğretmenin Rol Model Alınması

Çağlayan (2005) Kınalızâde'nin "Öğrenciler huy taklitçileridir." ifadesini aktarmaktadır. Bu ifadeye katılmamak elde değildir. Çocuklar evde, okulda ve sosyal hayatta yakından tanıdıkları, sevdikleri insanları taklit etmeyi sevmektedir. Bu kişiler arasında anneler, babalar, sanatçılar, sporcular ve öğretmenler de yer almaktadır (s. 80). Çocukların okulda öğretmenleriyle birlikte geçirdikleri süre dikkate alındığında, sevilen bir öğretmenin olumlu veya olumsuz bir niteliğinin öğrenci tarafından taklit edilmesi ihtimalinin oldukça güçlü olduğu görülecektir.

"Her öğretmen kendi inancını, samimiyetini, heyecanını, duygularını, özet olarak kendi ruhunu öğrencilerine aşılar." (Çamdibi, 2014, s. 14). Öğretmen, güzel ahlakıyla hem öğrencilerine hem de topluma örnek olabilmektedir. Öğrencilerin kişilik gelişimi, kimlik inşası için öğretmenin güzel ahlaklı olması, öğrencileri tarafından sevilmesine katkı sağlayacaktır. Sevilen öğretmen, öğrenci tarafından kolayca kabullenilmekte ve hatta model alınabilmektedir. "Öğrenciler değer verdikleri, önemsedikleri modellere karşı daha duyarlı ve istekli davranır. Sınıf ortamında ve farklı ortamlarda sevgi, saygı, empati ve dürüstlüğü ilke edinen öğretmenin örnek tavır ve davranışları bir öğrenci için en güzel modeldir." (Çağlayan, 2005, s. 80).

Olumlu veya Olumsuz İz Bırakma

Öğretmen sınıfındaki öğrencilerin motivasyonunda, akademik birikiminde, kişilik ve beceri gelişiminde önemli bir ilham kaynağı olmaktadır. Cesaretlendirici, destekleyici ve rehberlik edici uygulama, tutum ve davranışlarıyla öğretmen, öğrencilerinin zihinlerinde ve kalplerinde yer edinmektedir. Bilinçlice veya farkında olmaksızın, söylemi veya eylemi ile öğrencilerinde kalıcı bir iz bırakabilmektedir. Öğretmen ahlakı, bu izin olumlu mu yoksa olumsuz mu olacağında önem arz etmektedir.

Öğretmen, öğrenciyi yetiştirecek uzman kişidir. Öğrencinin olumlu veya olumsuz davranışları karşısında nasıl davranacağını bilmekte; gerekli ilgi, sevgi ve tahammülü gösterebilmektedir. Okulun ve öğrencinin şartları kendisini zorlasa da eğitimci şuuruyla davranabilmektedir. Örneğin; öğretmen, öğrencisinin ailede, arkadaşları arasında yaşadığı bir problemden veya etkisinde kaldığı bir film, öykü, bilgisayar oyunu vs. gibi bir nedenden kaynaklı sorun davranış sergilediğinde bile göstereceği yaklaşımın hem öğrenciyi hem öğretmeni çok yönlü etkileyeceğinin bilincinde hareket etmektedir.

Öğretmen, öğrencide davranış dönüşümü sağlayarak, öğrencilerin sevgisini kazanarak, rol model olarak, bir yeteneği keşfedip geliştirerek ve/veya istenmeyen bir davranışı bizzat kendisi sergileyerek öğrencide olumlu veya olumsuz anlamda iz bırakmaktadır. Onun ahlakı, bu izin yönünü ve etki gücünü belirlemektedir. Örneğin; akran zorbalığı karşısında öğretmen, teneffüste bir arkadaşına zorbalık girişiminde bulunan öğrencisini gördüğü hâlde görmemiş gibi geçip gidebilmekte veya koridorda herkesin içinde ona kızabilmektedir. Bunun aksine öğretmen, sorunun kaynağını tespit edip her iki öğrenciyi kaynaştırmayı, zorbalık eğiliminde olana öfke kontrolü kazandırmayı hedefleyebilmektedir. Duyarsız kalmak ve kızarak sorunu bastırmak kolaydır; fakat olumlu bir dönüşümü sağlamaya karar vermişse öğretmenin uygulamayı düşündüğü etkinlikler, rehberlik faaliyetleri, iş birliği içinde yürütmesi gereken çalışmalar olacağından ek çaba, maddi ve manevi fedakârlıklar gerektirmektedir. Kendisini zorlayan biri olmadığı hâlde bu uğraşa gönüllü olması, yine onun ahlakıyla ilişkili bir durumdur.

Aile-Öğretmen İş Birliği

Türkiye'de öğretmenler, kırdan kente imkân ve ihtiyaç bakımından farklılık arz edebilen okullarda görev yapmaktadır. Okulun bulunduğu çevreye, sahip olduğu maddi ve manevi imkânlara, öğrencilerin sosyoekonomik ve kültürel şartlarına bağlı olarak öğretmenlerin -farklı konularda- eğitim sürecini velilerle iş birliği içinde yürütmesi gerekmektedir. Aile-öğretmen iş birliği gerektirecek bazı başlıklar şöyledir:

i. *Çocuğun bütüncül eğitimi*: Öğretmenin öğrenciyi fiziksel, zihinsel ve ahlaki yönleriyle bir bütün olarak eğitebilmesi onu tanımasına, özelliklerini ve şartlarını dikkate alarak eğitim sürecini düzenleyebilmesine hatta aileyi de eğitimin bir parçası yapabilmesine bağlıdır. Bunun için gerekli bilgi ve desteği aile iş birliğiyle sağlayabilir.

ii. *Aileler arası iş birliği geliştirme*: Öğretmenin ailelerle iş birliği içinde olması aynı zamanda aileler arası kaynaşma etkinlikleri organize edebilmesine de katkı sağlayacaktır. Bu tür organizasyonlar dolaylı olarak öğrencilerin davranışlarını etkilemektedir.

iii. *Aile eğitimi*: Anne-baba tutumları, gelişim özellikleri, bağımlılıkla mücadele, meslek seçimi gibi konularda ailelerin eğitime ihtiyaç duyması söz konusu olabilmektedir. Aile iş birliği, bu ihtiyacın tespitini ve okul tarafından çözümünü mümkün kılmaktadır. Ailenin eğitimi hem aileye hem de dolaylı olarak yine okuldaki eğitime katkı sağlamaktadır.

iv. *Okula destek bulma*: Aile iş birliği içinde olan bir öğretmen, okulun maddi veya manevi imkânlarının yeterli gelmemesi durumunda eğitim amacıyla ailelerden destek bulabilmektedir.

v. *Sorun çözümü*: Öğrencinin okulda sergilediği bir problem davranış, parçalanmış aile, anne babanın ilgisiz/baskıcı tutumu, okula devamsızlık gibi sorunları çözebilmek için öğretmen, aile ile iş birliğine ihtiyaç duyabilmektedir.

İnsan fiziksel, zihinsel ve manevi yönleriyle bir bütündür. Dolayısıyla öğretmen, öğrencilerini bir bütün olarak eğitebilmelidir. Aile ile iş birliği içinde olması, aileyi de eğitime katması, öğretmenin eğitim faaliyetlerini doğrudan ve dolaylı olarak destekleyecektir. Ancak, aile iletişimini sağlamak; öğrencinin karakter niteliklerini, yeteneklerini, imkânlarını, sorunlarını vs. tanımak gibi süreçleri yürütmek; öğrencinin eğitiminde veli ile iş birliği içinde çalışabilmek için öncelikle öğretmenin sorumluluk, fedakârlık, sabır, saygı, hoşgörü, cesaret ve adalet gibi değerlerle bütünleşmiş bir ahlaka sahip olması gerekmektedir.

Okul İklimi

Okul müdürü, öğretmenler ve diğer okul çalışanlarının iletişiminden doğan manevi atmosfere okul iklimi denir. Öğretmen iş birliğine yatkın, mütevazı, bilgi paylaşımına ve eleştiriye açık, mesleğine tutkuyla bağlı bir karaktere sahip ise sorumluluklarını yerine getirme azmine sahip ise öğrencilerine ve meslektaşlarına sevgi ve saygı çerçevesinde davranabiliyor ise bu iklim, okuldaki herkesi olumlu etkileyecek ve bir aidiyet duygusu gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bu iklimin öğrenci kişilik gelişimine olumlu katkıları bulunacağı açıktır. Çamdibi (2014, s. 115) bu konuda şunları ifade etmiştir: "Okulda insan ilişkileri, öğret-

men-öğrenci, veli-öğretmen arasında devamlı işbirliğine dayalı sıcak ilişkilere ihtiyaç vardır. Çünkü çocuğun gelişmesi, içinde bulunduğu hal ve gelecekte cemiyette intibak edebilen dengeli bir fert olabilmesi buna bağlıdır."

Öğretmenlik Mesleğinde Etik İlkeler

"Ele verir öğüdü, kendi keser söğüdü!" deyimini öğretmen davranışları açısından bir örnek ile açıklayınız.

Etik, insan ilişkilerinin temelinde yer alan değerleri, kuralları, iyi-kötü veya doğru-yanlış gibi ahlaki açıdan araştıran bilim dalıdır (Seyyar, 2015, s. 173). Etiğin bir alt dalı olarak nitelendiren meslek etiği, mesleklerin kendine özgü kurallarını, etik ilkelerini incelemektedir. Zira yaşamın çok önemli bir bölümünü oluşturan mesleklerin de kendine özgü kuralları ve etik ilkeleri bulunmaktadır. Bu bağlamda, "Meslek etiği, meslek yaşamındaki davranışları yönlendiren, neyin yapılacağı neyin yapılmayacağı konularında rehberlik eden etik prensipler ve standartların toplamıdır." (İşgüden ve Çabuk, 2006, s. 60). Öğretmenlik mesleğinde hangi davranışların ahlaka uygun olduğu veya olmadığı konusu da yine öğretmenlik meslek etiğinin inceleme alanı kapsamındadır.

Toplumda bir öğretmenin ahlaki özellikleri hakkında genel kabuller mevcuttur. Sevgi, gayret, doğruluk, adalet, sabır, tevazu, ağırbaşlılık, olumlu model, ilgi, saygı, nezaket vs. iyi bir öğretmen hakkında yorum yaparken kullanılan ifadelerdendir. Şiddet eğilimi, ilgisizlik, öğrenciler arasında ayrım yapma, derse önem vermeme, söylem-eylem tutarsızlığı vs. olumsuz kabul edilen öğretmen davranışlarındandır. Toplumdaki bu görüşlerin yanı sıra, resmî olarak da hem kamu görevlisi hem de öğretmenlik mesleğinin bir mensubu olarak öğretmenin uygun davranması beklenen etik ilkeler bulunmaktadır.

Millî Eğitim Bakanlığı [MEB] (2015) tarafından 24.06.2015 tarihinde Eğitimciler İçin Mesleki Etik İlkeler konulu bir genelge yayımlanmıştır. Bu genelgenin amacı; ekonomik ve sosyal hayatı olumsuz etkileyen, ahlaki değerleri aşındıran, kamu kurumlarına olan güveni zedeleyen tutum ve davranışlara karşı kurumsal kapasitenin geliştirilmesi, güvenilir bir yönetim anlayışının oluşturulması amacıyla hazırlanan eylem planına dayanarak yönetim içerisindeki her bir meslek grubu için ayrı ayrı etik ilkelerin belirlenmesi ve çıkar çatışmalarının önlenmesidir. Bu genelge hazırlanırken Birleşmiş Milletler Kamu Görevlileri İçin Uluslararası Davranış Kuralları ve Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik dikkate alınmıştır.

Millî Eğitim Bakanlığı tarafından, eğitimciler için belirlenen ve 24.06.2015 tarihli genelge ile eğitimcilere duyurulan mesleki etik ilkelerin tam metni Ek 1'de verilmiştir. Genelgeye göre eğitimcilerin uyması gereken etik ilkelerin madde başlıkları şöyledir:

I- Öğrenciler ile İlişkilerde Etik İlkeler
i. Sevgi ve saygı
ii. İyi örnek olma
iii. Anlayışlı ve hoşgörülü olma
iv. Adil ve eşit davranma
v. Öğrencinin gelişimini gözetme
vi. Öğrenciye ait bilgileri saklama
vii. Menfi psikolojik durumları yansıtmama
viii. Kötü muameleden kaçınma
II- Eğitim Mesleğine İlişkin Etik İlkeler
ix. Mesleki yeterlilik
x. Sağlıklı ve güvenli eğitim ortamı sağlama
xi. Mesai ve ders saatlerine uyma
xii. Hediye alma
xiii. Kişisel menfaat sağlama
xiv. Özel ders verme
xv. Bağış ve yardım talebinde bulunma

Tüm bu maddelerde yer alan ilkeler hakkında öğretmenlerin nasıl bir tutum ve davranış yolu izlemesi gerektiği maddelerin Ek 1'de verilen içeriklerinde anlatılmaktadır. Ayrıca genelgede içeriği maddeler hâlinde ayrılmamış fakat toplu açıklamalar yapılmış üst başlıklar da vardır:

III- Eğitimcilerle İlişkilerde Etik İlkeler
IV- Veliler ile İlişkilerde Etik İlkeler
V- Okul Yönetimi ve Toplum ile İlişkilerde Etik İlkeler
VI- Okul Yöneticilerinin; Öğretmenler, Öğrenciler ve Veliler ile İlişkilerinde Etik İlkeler

Öğretmenler, 12056 sayılı 657 numaralı Devlet Memurları Kanunu'nun (1965) eğitim ve öğretim hizmetleri sınıfında yer almaktadır. Bu nedenle etik ilkeler konusunda kamu görevlileri için çıkarılan hükümlere de tabidirler. 25486 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (2004) ile Başbakanlık bünyesinde Kamu Görevlileri Etik Kurulu kurulmuştur. Bu kurul, kamu görevlilerinin görevlerini yürütürken uymaları gereken etik davranış ilkelerini belirlemek üzere kurulmuştur.

Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu tarafından 25785 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik (2005) içeriğinde öğretmenler de dâhil tüm kamu görevlilerinin uyması gereken etik davranış ilkeleri yer almaktadır (Ek 2). Öğretmen, bu kapsamda, bir kamu görevlisi olarak, kısaca şu ilkelere dikkat etmelidir: Kamu hizmeti bilinciyle hareket etme, görevinin gerektirdiği hizmet standartlarına uyma, eğitimin amaç ve misyonuna bağlı kalma, tüm davranışlarında dürüst ve tarafsız olma, mesleğinin saygınlığını koruma ve güven oluşturma, nezaketli ve saygılı davranma, yasaya uygun olmayan durumları yetkili makamlara bildirme, mesleğini kullanarak kendine veya yakınlarına şahsi bir çıkar sağlamama, yetkilerini menfaat sağlamak amacıyla kullanmama, kanuna uygun olmayan bir hediyeyi almama, kamu mallarını ve kaynaklarını sadece kamusal amaçlı hizmetlerde kullanma, israftan kaçınma, gerçek dışı beyandan kaçınma, usulüne uygun olarak bilgi verme, kamusal denetime hazır olma, eski kamu görevlilerine imtiyazlı davranmama ve mal bildiriminde bulunma.

"Kamuda etik kültürünü yerleştirmek, kamu görevlilerinin görevlerini yürütürken uymaları gereken etik davranış ilkelerini belirlemek…" amacıyla çıkarılan bu yönetmelik, Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun'un (2004) 3. ve 7. maddelerine dayanarak hazırlanmıştır. Tüm bu yönetmeliklerde ve kanunlarda yer verilen etik ilkeler, insan etkileşiminin oldukça yoğun yaşandığı öğretmenlik mesleğinde, öğretmenlerin eğitim ortamında, karşılaştığı farklı olaylar ve kişiler karşısında temel alacağı ahlak ilkelerini oluşturmaktadır. Etik ilkeler aynı zamanda eğitim sürecinde öğretmenlik meslek ahlakının temel davranış ölçütünü oluşturmaktadır.

Öğretmenler Günü Hediyem

Annesiyle birlikte girdiği kuyumcudan neşe içinde çıkıyordu Metehan. Elindeki küçük, kırmızı pakette öğretmenine aldığı altın bileklik vardı. Bilekliği en sevdiği öğretmeni Filiz hanıma hediye ettiğinde öğretmeninin ne kadar da mutlu olacağını hayal ediyor ve neşesi ikiye katlanıyordu. Öğretmenler günüydü ve öğretmeni her şeyin en güzelini hak ediyordu.

Filiz öğretmen, derslikten çıkacağında Metehan'ın kapıda kendisini beklediğini fark etti. "Hayırdır, oğlum", dedi. "Bir şey mi diyecektin?" Metehan, elindeki küçük paketi öğretmenine uzatıp; "öğretmenim, öğretmenler gününüz kutlu olsun", dedi. Filiz öğretmen paketi eline aldı, açtı ve Metehan'a dönüp şöyle dedi: ……
……

Filiz öğretmen, paketi açtığında nasıl bir tepki vermelidir? Neden?
Öğrenciden pahalı hediye almayı öğretmenlik meslek ahlakı açısından değerlendiriniz?

Öğretmenlik mesleği etik ilkeleri öğretmen-öğrenci, veli-öğretmen, öğretmen-öğretmen iletişimi açısından son derece önem arz etmektedir. Yukarıdaki Filiz öğretmen örneğinde de olduğu gibi zaman zaman öğrenciler öğretmenlerine pahalı hediyeler alabilmektedir. Meslek etiğine önem veren bir öğretmen, öğrenciyi kırmaksızın hediyeyi almamaktadır. Ayrıca bazı öğrenciler veya veliler öğretmenden özel ders vermesini isteyebilmektedir. Meslek etiğine dikkat eden bir öğretmen kendi öğrencisine okulda öğretebileceği dersi ücretli vermemekte; fakat dikkat etmeyen bir öğretmen ise dersini kişisel menfaat sağlamak amacıyla kullanabilmektedir. Meslek etiği öğretmenlik mesleğinde o derece yer edinmiştir ki okul etkinliklerine seçme, not verme, sorunla mücadele etme, ilgilenme, iletişim kurma gibi pek çok konuda, öğrencileri arasında ayrım yapma veya adaletli davranma gibi pek çok öğretmen davranışında meslek etiğinden bahsetmemiz mümkündür.

Sonuç ve Öneriler

Bireyin huzuru ve toplumun refahı eğitimin niteliğiyle yakından ilgilidir. Eğitim sistemini oluşturan ögelerin nitelikli olması, bireylerin iyi bir eğitim sürecinden geçerek kişilik bütünlüğü içinde yetişmesini mümkün kılmaktadır. Eğitim sisteminin temel unsurlarından biri öğretmenlerdir. Öğretmenler, sahip olduğu yetenek ve potansiyeli keşfederek bireyi maddi ve manevi anlamda olumlu yönde geliştirebilmek için gerekli bilgi ve becerilere sahip yetkili ve uzman kişilerdir. Mesleki bilgi, beceri ve ahlak ile bütünleşmiş donanımlara sahip liyakatli bir öğretmen, yetiştireceği nesiller ile toplumda nitelikli, huzurlu, güzel ahlaklı insanların sayısının artmasına katkı sağlamaktadır.

Öğretmen, medeniyet tarihimizde hoca, âlim, muallim, müderris gibi isimlerle anılmıştır. Halk içinde ve saray çevresinde önemsenmiş, asırlar boyunca halktan ve devlet erkânından hürmet görmüştür. Tarihten günümüze eğitim kurumları, metodoloji ve sahip olması beklenen nitelikler bakımından farklılık arz ettiği görülen öğretmenlik, günümüzde bir ihtisas mesleği olarak tanımlanmakta ve yapılan bir araştırmaya göre en itibarlı dördüncü meslek olarak toplumdaki yerini ve saygınlığını korumaktadır ("İşte Türkiye'nin en itibarlı meslekleri", 2017).

Öğretmenlik, insan yetiştirme mesleğidir. İnsan yetiştirme bilgi, ideal ve gönül işidir. Bir diğer deyişle öğretmenlik, sadece müfredatta yer alan bilginin aktarımıyla sınırlı bir meslek değildir. Bilgi aktarımının yanı sıra ideal, azim, sabır, saygı, anlayış, sorumluluk, öğrenci sevgisi, insana değer verme, çalışkanlık, samimiyet ve olumlu davranış örnekleri oluşturacak yüksek ahlaki nitelikler gerektirmektedir.

Öğretmen, eğitim-öğretim faaliyetlerini yürütürken öğrencilerle, velilerle ve meslektaşlarıyla hatta toplumdaki kişiler ve kuruluşlarla yoğun etkileşim ve iletişim içindedir. Bu nedenle eğitim sürecinde öğretmenin kişilik özellikleri ve ahlaki ilkeleri önem kazanmaktadır. Öğretmenin ahlakı kişiler arası etkileşim ve iletişim, meslekî sorumlulukları yerine getirme, eğitim hedeflerinin gerçekleşmesi, öğretmenin rol model alınması, olumlu veya olumsuz iz bırakma, aile-öğretmen iş birliği, okul iklimi gibi konularda önemli etkilere sahiptir.

Öğretmenlik mesleği etik ilkeleri genelge, kanun ve yönetmelikle düzenlenmiş ve okullara bildirilmiştir. Ancak etik ilkelerin hayata geçirilmesinde Millî Eğitim Bakanlığı, yükseköğretim kurumları ve eğitimle ilgili sivil toplum kuruluşları tarafından düzenlenecek birtakım uygulamalara ihtiyaç bulunmaktadır.

Millî Eğitim Bakanlığı, okullarda öğretmenlik meslek etiğini gündemine almalıdır. Etik ya da diğer bir deyişle meslek ahlakı, denetimde ve uygulamada önemle üzerinde durulan bir konu olmalıdır. Ayrıca kurum içinde düzenlenecek seminerlerle öğretmenlere, öğretmenlik meslek ahlakı tanıtılmalı ve öğretmenlik mesleğinde etik ilkelere uygun davranışın öğretmen, öğrenci, aile, toplum açısından önemine dikkat çekilmelidir.

Yükseköğretim kurumları ve eğitimle ilgilenen sivil toplum kuruluşları öğretmenlerin/öğretmen adaylarının öğretmenlik meslek ahlakını oluşturan ilkeleri içselleştirebileceği uzun vadeli teorik ve pratik eğitimler planlamalıdır. Bu eğitimlerde, bilginin yanı sıra meslek ahlakı üzerine konuşmalar, örnek olay analizleri, sorun davranışla veya ikilemle karşılaştırma gibi uygulamaya dönük içeriğe de yer verilmesi etik ilkelerin içselleştirme sürecini hızlandırabilir. Aynı zamanda öğretmenlik meslek ahlakı, tüm branşlarda öğretime katılmalıdır.

Kurumlar tarafından düzenlenen eğitimler nihayetinde kişi kendini geliştirmek isterse amacına ulaşabilmektedir. Öğretmenlik meslek ahlakı konusunda farkındalık kazanmış, eğitimle ilgilenen her bireyin bizzat kendi davranışlarını analiz ederek, sahip olduğu olumlu nitelikleri geliştirme ve olumsuz bulduğu niteliklerini ise olumluya dönüştürme çabası bu anlamda son derece önemlidir. Zira öğretmen, kendisinin de öğretmenidir.

ÖRNEK OLAY Öğretmenin İkilem Örnekleri

- Gizem öğretmen teneffüs saatinde okulun ikinci katında nöbetçiydi. Koridoru dolaşırken bir öğrencinin tekerlekli öğretmen koltuğuna oturduğunu ve bir arkadaşının da onu koridorda hızla hareket ettirdiğini gördü fakat o sırada nişanlısı ile telefonda düğün hazırlıklarını konuşuyordu. Konuşmaya devam etmeyi çok istiyordu ama aynı zamanda öğrencinin en küçük bir dikkatsizlikte merdivenden düşme ihtimalini de geçirdi aklından. Görmezden mi gelmeliydi yoksa görüşmeyi mi sonlandırmalıydı? Ne yapmalıydı?
- Ahmet öğretmen, mesleğine yeni atanmış idealist bir öğretmendi. Sınıfa yeni gelen bazı öğretmenlerde olduğu gibi o da öğrencileri tanıma ve öğrenciler tarafından kabullenilme sürecinde birtakım sıkıntılar yaşıyordu. Sınıf disiplinini bozucu davranışlara sabrediyor, öğrencilerin sevgisini kazanmak için çabalıyor, mesleki sorumluluklarını layıkıyla yerine getirebilmek için azimle çalışıyordu. Ahmet öğretmen, görevinin ikinci ayında yaşadığı olaya kadar özverili çalışma azmini korumuştu. O gün, 7. sınıf öğrencileriyle derste olduğu bir gündü. Sınıftaki popüler olma çabasında olan bir öğrenci, dersin tam ortasında bir anda ayağa kalkıp yan sırada oturmakta olan bir başka öğrencinin kitabını makasla kesmeye başladı. Diğer öğrenciler de onun bu davranışına gülmekteydi. Ahmet öğretmen, gördüğü bu saygısızlık karşısında o güne kadarki tüm emeklerinin boşa gittiğini düşünmüş ve ilk kez kendisini bu kadar çaresiz hissetmişti. Bu öğrenciler için özveriyle çalışmaya devam etmeli miydi, yoksa umudunu keserek daha mı az yorulmalıydı? Ne yapmalıydı?
- Nalan öğretmen, okula sürekli bağışta ve katkıda bulunan bir veliyi misafir ediyordu bugün. Velinin ondan küçük bir ricası vardı: Kızının yıl sonu etkinliklerinde pamuk prenses rolüne seçilmesi. Fakat Nalan öğretmen biliyordu ki pamuk prenses rolü o öğrencisi için hiç uygun bir rol değildi. Bir tarafta okula o kadar maddi manevi yardımda bulunmuş, kıramayacağı bir veli diğer tarafta o rolü layıkıyla oynayabilecek öğrencilerin hakları ve etkinliğin kalitesi söz konusuydu. Nalan öğretmen, velinin ricasını kabul etmeli miydi, yoksa rolü layıkıyla oynayabilecek bir öğrenciye mi vermeliydi? Ne yapmalıydı?

Yukarıda öğretmenin karşılaşabileceği birkaç örnek ikilem yer almaktadır. Bu ikilem durumlarında öğretmen nasıl davranmalıdır? Neden?

Her üç örnekte de öğretmen meslek etiğini değil de menfaatini temele alarak davranmış olsa öğrenci bu durumdan kısa ve uzun vadede nasıl etkilenir?

Siz de öğretmenlik mesleğinde karşılaşmanız muhtemel ikilem durumlarını yazarak arkadaşlarınızla paylaşabilirsiniz.

ÖRNEK OLAY Öğretmen Davranışları

Profesör eğitim fakültesinde öğrenim gören 3. sınıf öğrencilerine; "Neden öğretmen olmak istediniz?" diye sormuştu. Bir öğrencinin anlattıkları şöyleydi:

Öğretmen olmak istedim, çünkü nasıl öğretmen olmayacağımı bir öğretmenimden öğrendim. Ben kişilik yapısı olarak çok çekingen bir insanım. Ortaokulda da öyleydim. Öğretmenimiz, çoğu zaman beni hiç görmezdi. Zaten diğer öğrencilerle de dersi pek işlediğini söyleyemem. Çoğunlukla önde oturan öğrencilerle muhabbet eder, o günkü dersten bahseder, sonra oturup gazetesini okurdu sınıfta. Bir kısmımız bahçede oynardık, bir arkadaşımızı okulun yanındaki markete sigara almaya gönderirdi. Onun davranışlarından öyle rahatsız olmuştum ki böyle bir öğretmen olmamak, nasıl öğretmen olunması gerektiğini göstermek için öğretmen oldum!

Bir başka öğrenci ise şu cevabı vermişti:

Lisedeki edebiyat öğretmenimin sahip olduğu ahlaki özellikler öğretmen olmamda etkili olmuştur. Öğretmenim oldukça dürüst bir insandı. Bize verdiği sözleri yerine mutlaka getirir, bir aksilik olduğunda ise hiç gurur yapmadan öğrencilerinden özür dileyebilirdi. Sınavlarda adil davranırdı. Herkese hak ettiği notu verir hatta bizim sınıfta okuyan akrabasına bile torpil yapmazdı. Ne zaman bir sorunum olsa ilk ona anlatırdım. Bilirdim ki o çok iyi bir sırdaş ve dost gibiydi. En çok ona güvenirdim. Ayrıca öğrencileriyle cana yakın bir iletişim içinde olması, sosyal aktiviteler düzenlemesi, üniversiteye giriş sınavının stresli hazırlık döneminde psikolojik olarak bizi desteklemesi, sürekli motive etmesi, tertibi düzeni, iyilikseverliği, öğretmenliğin yalnızca bilgi vermek değil aynı zamanda insan yetiştirmek için fedakârca emek vermek olduğunu bize hissettirmesi, öğretmenliğin ne kadar da özel bir meslek olduğunu bana öğretti. En çok da sosyal faaliyetler düzenleyerek huzurevlerinde, yetimhanelerde kalan insanlara bizimle birlikte iyilik ulaştırma çabasından etkilenmiştim. Ben de onun gibi bir öğretmen olacağım ve iyiliği insanlara ulaştırmak için çalışacağım, dedim. Öğretmen olmaya böyle karar verdim.

Öğretmen davranışlarına yönelik yukarıdaki örnekleri okuyunuz. Sizin hayatınızı olumsuz veya olumlu anlamda etkilemiş bir öğretmeninizin sahip olduğu ahlaki özellikleri yazınız.

Öğretmenlik mesleğinde ahlaki/etik ilkelerin önemini öğrenci ve eğitim açısından tartışınız.

Drama, tiyatro veya münazara etkinliği düzenleyerek, sınıfınızda bir öğretmenin meslek ahlakına uygun olan veya uygun olmayan bir davranışını konu edinebilirsiniz. Böylece öğretmen ahlakının öğrenci/aile/okul/toplum/eğitim sistemi üzerindeki etkilerine dikkat çekebilirsiniz.

ÖRNEK OLAY Zeynep Hanım'ın İkilemi

Aşağıda sizin hazırlayabileceğiniz ve kendinizi mesleki anlamda geliştirebileceğiniz bazı etkinlik önerileri vardır.

- Öğretmenin ahlaki özellikleri, öğrenciler üzerinde olumlu veya olumsuz bir iz bırakabilmektedir. Öğretmeni tarafından cesaretlendirilen, öğrenmeye motive edilen, yetenekleri keşfedilip geliştirilen bir öğrenci ile öğretmeni tarafından pasif ve sorunlu görülen, ihmal edilen, sürekli kızılan veya görmezden gelinen bir öğrencinin okula/derse/hayata bakış açısını yansıtabilirsiniz.

- Öğretmenin ahlaki özellikleri, toplumda yankı bulmaktadır. Aynı suçun işlendiği iki farklı haberde, suçlulardan biri öğretmen ise bu haber daha fazla dikkat çekmektedir. Aynı şekilde fedakârlıklarıyla öğrencilerinin hayatında olumlu bir gelişme yaşatan öğretmenler de dikkat çekmekte ve toplumun takdirini toplamaktadır. Siz de öğretmenin suçlu olduğu bir gazete haberini ve öğretmenin fedakârlığını yansıtan bir başka gazete haberini yan yana getirip öğretmen ahlakının insan hayatındaki ve toplumdaki önemi üzerine konuşabilirsiniz.

- Aynı fakülteden mezun olan iki öğretmenin görev yaptığı okulun imkânları, öğrenci ve veli profili, karşılaştığı problemler, problemlere yaklaşımı, eğitim faaliyetleri ve süreci farklı olabilmektedir. Bu farklılıklar karşısında öğretmenin davranışları da değişebilmektedir. Bu davranışlar onun ahlaki özelliklerini dışa yansıtmaktadır. Bunun gibi, öğretmeni konu edinen pek çok filmde öğretmenin ahlaki özellikleri dikkat çekmekte, olumlu veya olumsuz bir örnek filme konu olabilmektedir. Siz de öğretmeni konu edinen bir filmi izleyerek, meslek etiği açısından onun davranışları üzerine tartışabilir hatta film sahnelerini sınıfa yansıtarak üzerine konuşabilirsiniz

- Kendini ahlaki özelliklerinizi tanımak amacıyla kişilik özelliklerinizi ve değerlerinizi boş bir kâğıda listeleyip öğretmenliğin gerektirdiği etik ilkeler ile karşılaştırabilirsiniz. Böylece öğretmenliğin size uygun bir meslek olup olmadığı hakkında fikir yürütebilirsiniz. Bu liste etkinliği ile olumlu taraflarınızı fark edebilir veya (varsa) geliştirmeniz gereken niteliklerinizi tespit edip geliştirmeye başlayabilirsiniz.

Bir plan yapın ve uygulayın!

Başarılar!

Kaynakça

657 numaralı Devlet Memurları Kanunu. (1965). *T.C. Resmî Gazete*, 12056, 14 Temmuz 1965.

Akyüz, Y. (2006). Türkiye'de öğretmen yetiştirmenin 160. yılında Darülmuallimîn'in ilk yıllarına toplu ve yeni bir bakış. *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, *20*, 17-58. http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/19/1335/15452.pdf adresinden 13 Haziran 2017 tarihinde edinilmiştir.

Ayverdi, İ. (2006). *Misalli büyük Türkçe sözlük*. İstanbul: Kubbealtı Lugatı.

Bayraktar, M. F. (2015). *İbn Cemaa'dan öğretmen ve öğrencilere öğütler*. İstanbul: Marmara

Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

Bayraktar, M. F. (2015). *İslâm eğitiminde öğretmen-öğrenci münâsebetleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.

Çağlayan, A. (2005). *Ahlak pusulası: Ahlak ve değerler eğitimi*. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.

Çağrıcı, M. (1989). Ahlak. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* içinde (C. 2, s. 1-9). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.

Çamdibi, M. (2014). *Güzel ahlak ve insan ilişkileri*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.

Çelikkaya, H. (2014). *Eğitim bilimlerine giriş: Eğitimcilik ve öğretmenlik*. Ankara: Nobel Yayınları.

Ersoy, F. (2013). *Sosyal bilgiler dersiyle bütünleştirilmiş aile katılımlı karakter eğitimi programının geliştirilmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Ersoy, F. (2016). İslam eğitim klasiklerinde öğretmen. Ü. Güneş ve E. S. Yavaş (Ed.), *V. Lisansüstü Çalışmaları Kongresi bildiriler kitabı* içinde (C. II, s. 251-272). İstanbul: İlmi Etüdler Derneği.

İbn Cemaa, B. S. (1998). *İslam geleneğinde öğretmen öğrenci eğitim öğretim adabı* (çev. M. Ş. Aydın). İstanbul: Marifet Yayınları.

İbn Sahnûn. (1996). *Eğitim ve öğretimin esasları* (çev. M. F. Bayraktar). İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı.

İmam-ı Azam Ebu Hanife, N. bin S. (1969). *Cevaplar* (çev. N. Erdoğan). İstanbul: Dede Korkut Yayınları.

İmam-ı Gazali. (1971). *İhyâ'u ulûmi'd-din* (C. 1, çev. A. Arslan). İstanbul: Yaylacık Matbaası.

İşgüden, B. ve Çabuk, A. (2006). Meslek etiği ve meslek etiğinin meslek yaşamı üzerindeki etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *9*(16), 59-86. http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c9s16/makale/c9s16m4.pdf adresinden 14 Haziran 2017 tarihinde edinilmiştir.

İşte Türkiye'nin en itibarlı meslekleri. (2017, 19 Haziran). *Hürriyet* gazetesi. http://www.hurriyet.com.tr/galeri-iste-turkiyenin-en-itibarli-meslekleri-40364624?p=20 adresinden 19 Haziran 2017 tarihinde edinildi.

Kabisi. (1966). *İslamda öğretmen öğrenci meselelerine dair geniş risale* (çev. S. Ateş ve H. R. Öymen). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik. (2005). *T.C. Resmî Gazete*, 25785, 13 Nisan 2005.

Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun. (2004). *T.C. Resmî Gazete*, 25486, 8 Haziran 2004.

Millî Eğitim Bakanlığı. (1980). *Milli Eğitim Temel Kanunu*. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.

Millî Eğitim Bakanlığı. (2015). *Eğitimciler için mesleki etik ilkeler*. http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/15/03/133782/dosyalar/2015_07/06040146_meslekietik.pdf?CHK=34c06eebf243b80219a03ee11ee50cd9 adresinden 14 Haziran 2017 tarihinde edinilmiştir.

Minhâcü'l-müteallim (çev. Y. V. Yavuz). (2009). İstanbul: Feyiz Yayınları.

Özoğlu, M., Gür, B. S. ve Altunoğlu, A. (2013). *Türkiye ve dünyada öğretmenlik: Retorik ve pratik*. Ankara: Eğitim Bir-Sen Yayınları.

Seyyar, A. (2015). *Ahlak terimleri*. İstanbul: Rağbet Yayınları.

Şimşek, H. (2014). Osmanlı döneminde kısa süreli öğretmen yetiştirme uygulamaları (Darulameliyat ve taşrada öğretmen yetiştirme). *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *XI* (I), 77-95.

Tekeli, İ. ve İlkin, S. (1999). *Osmanlı İmparatorluğu'nda eğitim ve bilgi üretim sisteminin oluşumu ve dönüşümü*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Türk Dil Kurumu. (t.y.). *Güncel Türkçe sözlük*. *http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.594d23d1e323e1.91635138* adresinden 13 Haziran 2017 tarihinde edinilmiştir.

İLERİ OKUMA ÖNERİLERİ

Bayraktar, M. F. (2015). *İslam eğitiminde öğretmen-öğrenci münasebetleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

Cüceloğlu, D. ve Erdoğan, İ. (2015). *Öğretmen olmak: Bir cana dokunmak*. İstanbul: Final Kültür Sanat Yayınları.

Sever, M. ve Aypay, A. (Ed.). (2014). *Öğretmenlik halleri: Türkiye'de öğretmen olmak üzerine nitel bir araştırma*. Ankara: Pegem Akademi.