

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL SORUMLULUK ALANINDA
ÜNİVERSİTELERİN YERİ VE TÜRKİYE'DEKİ
DEVLET ÜNİVERSİTELERİ İLE VAKIF
ÜNİVERSİTELERİNİN SOSYAL SORUMLULUK
UYGULAMALARI KONUSUNDA BİR
KARŞILAŞTIRMA

ÖZLEM MİNE CEYLAN

2501130325

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Nilüfer Fatma GÖKSU

İstanbul, 2019

ÖZ

SOSYAL SORUMLULUK ALANINDA ÜNİVERSİTELERİN YERİ VE TÜRKİYE’DEKİ DEVLET ÜNİVERSİTELERİ İLE VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI KONUSUNDA BİR KARŞILAŞTIRMA

ÖZLEM MİNE CEYLAN

Bu çalışma sosyal sorumluluk olgusu ile üniversitelerin ilişkisi üzerine odaklanmaktadır. Toplumsal gelişim ve kalkınmanın önemli bir dayanağı olan üniversitelerin, sosyal sorumluluk alanındaki yeri ve sosyal sorumluluk anlayışı ile olan ilişkisi, devlet ve vakıf üniversiteleri karşılaştırması kapsamında incelenmiştir.

Bu doğrultuda Türkiye’deki üniversiteler üzerinden akademinin sosyal sorumluluk çalışma ve uygulamaları, vakıf ve devlet üniversitesi kategori başlıkları altında karşılaştırılmıştır. Hem genel olarak üniversite ve sosyal sorumluluk ilişkisinin, hem de Türkiye bazında devlet ve vakıf üniversiteleri arasındaki konuya ilişkin farkların ortaya konulması çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Çalışma dahilinde 2019 yılında, Türkiye’deki tüm üniversitelerin İletişim Fakültelerinde görev yapmakta olan akademisyenlere anket çalışması uygulanmış; elde edilen veriler doğrultusunda Türkiye’deki üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki uygulamaları ve devlet üniversitesi ile vakıf üniversitesi arasındaki uygulama farkları, üniversitelerin misyonu bakış açısıyla yorumlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Türkiye’deki Devlet Üniversiteleri ile Vakıf Üniversitelerinin Karşılaştırılması

ABSTRACT

THE STATUES OF UNIVERSITIES IN SOCIAL RESPONSIBILITY AND A COMPARISON BETWEEN STATE UNIVERSITIES AND FOUNDATION UNIVERSITIES IN SOCIAL RESPONSIBILITY APPLICATIONS

ÖZLEM MİNE CEYLAN

This study focuses on the relationship between social responsibility and universities. The place of the universities in the field of social responsibility and its relationship with the understanding of social responsibility, which is an important basis of social development, has been examined within the scope of the comparison of state universities and foundation universities.

Social responsibility activities and practices of universities in Turkey were compared under state and foundation universities category headings. The purpose of this study; to put forward the relations of universities and social responsibility and differences between the state and foundation universities in Turkey on this field.

Within the study in 2019, questionnaire applied to all academics who work in the Faculty of Communication in all universities in Turkey. With the collected data, that is about social responsibility practices of universities in Turkey and practice differences between the state university and foundation university has been interpreted from the perspective of the mission of universities.

Key Words: Social Responsibility, The Comparison Of State and Foundation Universities in Turkey

ÖNSÖZ

Sosyal sorumluluk olgusu, günümüzde kurum ve kuruluşlar tarafından önemi gittikçe artan bir değer haline gelmiştir. Özellikle son on, on beş yılda yalnızca bir yönetim stratejisi değil, kurum kişiliği ile özdeşleşen bir özellik olma yoluna girmiştir. Değişimin bu yönde olmasında toplumsal beklentilerin değişmesinin ve dolayısıyla da toplumsal bilinçlenmenin en büyük etken olduğu söylenebilir. Yalnızca kurumlardan beklenen değil, aynı zamanda bir kişilik özelliği olarak da değerlendirilen sosyal sorumlu davranış biçimi, hem bireysel hem de toplumsal gelişim açısından oldukça değerlidir.

Üniversiteler var oluş amaçları doğrultusunda toplumsal gelişim için önemli birer kurum niteliği taşımaktadırlar. Bu bakımdan topluma değer katma anlamında, sosyal sorumluluk proje ve uygulamaları konusunda öncü konumda bulunmaları gerekmektedir. Geleceği şekillendiren bilgi üretim işlevinin dışında, günümüzdeki modern yapısıyla birlikte topluma hizmet misyonunu da üstlenen üniversiteler, aynı zamanda eğitim verdikleri öğrenciler dolayısıyla geleceğin toplumunu da şekillendirmektedirler. Öğrencilerin üniversite hayatları boyunca elde ettikleri bilgi ve kazandıkları deneyimler, gelecek üzerinde etkili olmaktadır. Bu bağlamda sosyal sorumlu gençler yetiştirmek, onları duyarlı birer vatandaş haline getirmek, sosyal sorumluluk proje ve uygulamaları konusunda onlara cesaret vererek teşvik etmek ve destek olarak yönlendirmek üniversitelerin sorumlulukları arasındadır.

Üniversiteler ve sosyal sorumluluk olgusunu birleştiren bu çalışmada; öncelikle sosyal sorumluluk olgusu, literatür taraması ile geçmişten günümüze geçirdiği değişimler ile incelenmiş; modern dünyanın bu olguya yüklediği anlamlar üzerinde durulmuştur. Günümüzün önemli etkileşim grupları olarak değerlendirilen paydaşlar nezdinde sosyal sorumluluğun sahip olduğu değer irdelenmiştir. Toplumdaki önemli paydaş gruplarından biri olan üniversitelerin ise, tarihsel süreç içerisinde üstlendiği misyonlar doğrultusunda, sosyal sorumluluk konusundaki rolü üzerinde durulmuştur.

Tüm bu bilgiler ışığında, Türkiye’deki üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki yerini ortaya koymak amaçlı yapılan araştırma ile devlet ve vakıf üniversitelerinin bu alandaki rolleri, gerçekleştirdikleri uygulamalar bazında karşılaştırılmıştır. Çalışma,

Türkiye’deki tüm üniversitelerin İletişim Fakültelerinde görev yapmakta olan akademisyenler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın Türkiye genelinde yapılmış oluşu, elde edilen veriler bakımından önem arz etmektedir.

Çalışmam sırasında yaşadığım güçlüklerle rağmen, akademik hayatım boyunca özel ilgi alanım olan sosyal sorumluluk konusunda Türkiye genelinde gerçekleştirilmiş bir araştırmayı tamamlamış bulunmaktan dolayı mutluluk duyuyorum. Öncelikle, tez sürecinde yaşadığım zorluklar sırasında desteğini benden esirgemeyen değerli danışman hocam Doç. Dr. Nilifer Fatma GÖKSU’ya ve beni sosyal sorumluluk projeleri üretilip hayata geçirmem konusunda cesaretlendirerek, akademik ve mesleki hayatıma yön veren hocam Yard. Doç Dr. Saadet UĞURLU’ya hayatıma kattığı bu değerli dokunuş için çok teşekkür ederim. Bugünlere gelmemde emeği olan İstanbul Arel Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi’ndeki tüm hocalarıma, beni destekleyerek sürekli arkamdaki varlıklarını hissettiren aileme ve tüm bu süreçte yanımda olarak desteklerini esirgemeyen tüm arkadaşlarıma da teşekkürü bir borç bilirim.

Özlem Mine CEYLAN

İstanbul

2019

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	III
ABSTRACT	IV
ÖNSÖZ.....	V
İÇİNDEKİLER	VII
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XI
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

1.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı	4
1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı.....	5
1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Süreci	10
1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri	15
1.4.1. Friedman’ın Hissedarlar Modeli.....	15
1.4.2. Davis’in Sosyal Sorumluluk Modeli	16
1.4.3. Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli	18
1.4.4. Sosyal Performans Modeli.....	18
1.4.5. Ackerman’ın Sosyal Duyarlılık Modeli.....	19
1.4.6. Preston ve Post’un Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli.....	20
1.4.7. Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli	21
1.4.8. Philip Kotler’in 6 Seçenek Modeli	22
1.4.9. Sethi’nin Sosyal Sorumluluk Modeli	23
1.4.10. Carroll’ın Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli	23
1.4.11.Üç Alanlı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli.....	26
1.4.12. Carroll’un Üç Boyutlu Sosyal Performans Modeli	27
1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Uygulama Alanları	28
1.5.1. Çalışanlara Karşı Sorumluluk.....	29
1.5.2. Müşterilere Karşı Sorumluluk	30
1.5.3. Sosyo-Kültürel Çevreye Karşı Sorumluluk	31

1.5.4. Devlete Karşı Sorumluluk	32
1.5.5. Doğaya ve Çevreye Karşı Sorumluluk	33
1.5.6. Hissedar ve Yatırımcılara Karşı Sorumluluk.....	34
1.5.7. Tedarikçilere Karşı Sorumluluk	35
1.5.8. Rakiplere Karşı Sorumluluk	35
1.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları	36
1.6.1. Klasik Yaklaşım.....	36
1.6.2. Modern Yaklaşım	37
1.7. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk	38
1.8. Paydaş Teorisi	42
1.9. Sosyal Sorumluluk ve Paydaş İlişkisi	47
1.10. Sosyal Sorumluluğun Önemi.....	49

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’DEKİ ÜNİVERSİTELER VE SOSYAL SORUMLULUK

2.1. Üniversite Kavramı	52
2.2. Üniversitelerin Gelişim Süreçleri.....	53
2.2.1. Dünyada Üniversitelerin Gelişim Süreci	53
2.2.2. Türkiye’de Üniversitelerin Gelişim Süreci.....	57
2.3. Üniversitelerin Misyonu.....	60
2.4. Üniversitelerin Sosyal Sorumluluk Alanındaki Yeri.....	63
2.5. Türkiye’deki Üniversiteler ve Sosyal Sorumluluk.....	66

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DEKİ DEVLET ÜNİVERSİTELERİ İLE VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI KONUSUNDA BİR KARŞILAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Konusu	70
3.2. Araştırmanın Amaç ve Hedefleri	70

3.3. Araştırmanın Önemi	71
3.4. Hipotezler	72
3.5. Sınırlılıklar.....	74
3.6. Evren ve Örneklem.....	74
3.7. Araştırma Yöntem ve Teknikleri.....	75
3.8. Veri Toplama.....	75
3.9. Veri Analizi	76
3.9.1. Genel Frekans Analizleri	76
3.9.2. Hipotezlerin Test Edilmesi	80
3.9.3. Türkiye’deki Devlet Üniversiteleri ile Vakıf Üniversitelerinin Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Karşılaştırması	91
SONUÇ.....	97
KAYNAKÇA	102
EKLER.....	117

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. H1 Hipotezi Ki-Kare Testi	81
Tablo 2. H2 Hipotezi Ki-Kare Testi	82
Tablo 3. H3 Hipotezi Ki-Kare Testi	83
Tablo 4. H4 Hipotezi Ki-Kare Testi	84
Tablo 5. H5 Hipotezi Ki-Kare Testi	84
Tablo 6. H2 Hipotezi Ki-Kare Testi	85
Tablo 7. H7 Hipotezi Ki-Kare Testi	86
Tablo 8. H8 Hipotezi Ki-Kare Testi	86
Tablo 9. H9 Hipotezi Ki-Kare Testi	87
Tablo 10. H10 Hipotezi Ki-Kare Testi	88
Tablo 11. H11 Hipotezi Ki-Kare Testi	89
Tablo 12. H12 Hipotezi Ki-Kare Testi	89
Tablo 13. H13 Hipotezi Ki-Kare Testi	90
Tablo 14. H14 Hipotezi Ki-Kare Testi	91

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Carroll'un Sosyal Sorumluluk Boyutları.....	24
Şekil 2. Üç Alanlı Sosyal Sorumluluk Modeli	27



KISALTMALAR LİSTESİ

- AB:** Avrupa Birliği
MEB: Milli Eğitim Bakanlığı
ÜAK: Üniversiteler Arası Kurul
ÜDK: Üniversite Denetleme Kurulu
Vb: Ve benzeri
YÖK: Yüksek Öğretim Kurumu



GİRİŞ

Günümüz yükseköğretim kurumlarının başlıca üç misyonu vardır. Bunlar; bilimsel bilgi üretmek, eğitim – öğretim ve topluma hizmettir. Bunlardan ilk ikisi üniversitelerin ilk kuruldukları dönemden bu yana sahip oldukları işlevlerdir. Zaman içerisinde her alanda meydana gelen değişim ve gelişimler gibi toplumsal hayatta da çeşitli gelişmeler yaşanmış ve toplumun önemli paydaş gruplarından biri olan üniversitelere, topluma hizmet görevi de yüklenmiştir.

Üniversiteler bu görevleri çeşitli yollarla yerine getirmeye çalışmaktadırlar. Bu görevi yerine getirme konusunda en etkili yol ise eğitim – öğretim verdikleri öğrenciler aracılığıyla geleceğe yaptıkları yatırımdır. Geleceği şekillendirecek gençler söz konusu olduğunda, ilk ve orta öğretimde edinilen genel eğitim bir yana, üniversitelerin gücü yadsınamayacak büyüklüktedir. Gençlerin henüz çocuk yaşta girdiği fakat yetişkin birer birey olarak ayrıldığı üniversiteler, hem eğitim – öğretim anlamında hem de bireysel gelişim ve elde edilen deneyimler anlamında önemli kurumlardır. Bireylerin hayatına bu denli etki ederek onları toplumdaki rollerine hazırlayan kurumlar, toplumsal gelişim söz konusu olduğunda, hem kurumsal olarak gerçekleştirdikleri uygulamalar ile hem de yetiştirdikleri bireyler aracılığı ile topluma hizmet etmektedirler.

Küreselleşmenin etkisi ve toplumsal bilinçlenmenin bir getirisi olarak birey ve kurumların, topluma hizmet edişinin en temel yollarından birisi sosyal sorumluluktur. Bireysel bir özellik olarak da değerlendirilen sosyal sorumluluk kavramı, günümüzdeki kurum ve kuruluşların da tüzel birer vatandaş gibi görülmesi dolayısıyla kurumsal bir özellik halini almıştır. Topluma değer katmanın önemli bir beklenti haline gelişi, kurum ve kuruluşların da sosyal sorumluluğa bakış açısını değiştirmiş ve bu olgunun, kurum kişiliği ve kültürüyle bir bütün hale gelmesine zorlamıştır. Artık günümüzde hem kamu hem de özel kurum ve kuruluşlar, sosyal sorumluluğu bir yönetim anlayışı ve stratejisi olarak kabul etmektedirler.

Topluma hizmet söz konusu olduğunda, diğer kurum ve kuruluşlardan önce üniversitelerden, var oluş amaçlarına uygun olarak topluma değer katması beklenmektedir. Sosyal sorumlu olması gereken devlet ve devlet kurumları gibi,

toplumu geliştirme, ilerletme hedefleriyle hareket eden üniversiteler, sosyal sorumluluk uygulamaları konusunda öncü konumda olmalıdırlar. Gerek kurum olarak gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk uygulamalarıyla, gerekse öğrencilerini sosyal sorumlu bireyler olarak yetiştirmeleriyle bu görevi yerine getirecek olan üniversiteler, toplumun önemli bir paydaş grubunu oluşturmaktadırlar.

Toplumla ve toplumda bulunan diğer kurum ve kuruluşlarla olduğu gibi uluslararası arenada da varlık gösteren üniversiteler, yerel, ulusal ve küresel projelerle tüm insanlığa hizmet etmektedirler. Öncelikle bulundukları bölge bazında etkinlik gösteren üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki rolü, dünya genelinde her geçen gün artmaktadır. Üniversitelerin bu alanda öncü olması gerektiği fikri, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de daha konuşulur hale gelmiştir. Üniversiteler kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını artırmaya başlamış, bu projelerle özel olarak ilgilenen öğrenci kulüpleri kurulmuş, müfredata topluma hizmet ve sosyal sorumluluk dersleri eklenmiş, pratik uygulamalar ile öğrencilere bu alanda deneyim kazandırılmaya başlanmıştır.

Türkiye’deki üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki yerini inceleyen bu çalışma yukarıdaki bilgiler doğrultusunda üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sosyal sorumluluk kavramından, kurumsal sosyal sorumluluğun gelişiminden ve tarihçesinden, bu kavrama dair teorilerden ve yaklaşımlardan bahsedilerek, sosyal sorumluluk olgusunun önemi ve günümüzde aldığı hal üzerinde durulmuştur.

İkinci bölüm ise üniversiteler üzerinedir. Dünyada yükseköğretimin var oluş sürecinden bahsedilerek, üniversitelerin oluşum ve gelişim dönemleri literatür taraması dahilinde anlatılmıştır. Türkiye’deki üniversitelerin oluşumundan ve günümüzde aldığı son halden bahsedilerek üniversiteler ile sosyal sorumluluk ilişkisi irdelenerek, bu ilişkinin ideolojik hali ortaya konulmuştur

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünü ise, Türkiye’deki devlet üniversiteleri ile vakıf üniversitelerinin sosyal sorumluluk alanındaki uygulamalarının karşılaştırıldığı araştırma oluşturmaktadır. Türkiye’deki üniversitelerde görev yapmakta olan akademisyenler üzerinde anket yöntemiyle gerçekleştirilen araştırmada,

üniversitelerin sosyal sorumluluk uygulamalarını ne şekilde gerçekleştirdiği, akademisyenlerin bu konuya olan ilgi düzeyleri, öğrencilerin sosyal sorumluluk proje ve uygulamalarındaki yeri üniversite türü kıyaslamasıyla ortaya konulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

1.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramından bahsetmeden önce sorumluluk kavramından bahsetmek gerekmektedir. Literatürde bu kavrama dair çeşitli tanımlamalar mevcuttur.

Türk Dil Kurumu, sorumluluk kavramını “kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, mesuliyeti” olarak tanımlamaktadır (www.tdk.gov.tr). Burada öne çıkan nokta kişinin kendi davranışlarının bilincinde olarak eylemlerini gerçekleştirmesi ve sonuçlarını sahiplenebilmesidir.

Sorumluluk kavramını, yapılan iş ya da verilen kararın etkilerini ve sonuçlarını kabullenerek, üstlenmek olarak ifade etmek mümkündür. Hem ahlaki hem de hukuksal anlamda bireylerin, kendi gerçekleştirdikleri davranışlarının ve yetki alanları dahilindeki olayların sonuç ve etkilerini üstlenmesi beklenmektedir (Glover, 1970, s. 17). Bir diğer tanım ise, başkalarını tanıyarak varlıklarını kabullenmek ve onlara ve onların değerlerine saygı göstermek şeklinde ifade edilmiştir (Özüpek, 2005, s. 12-13). Tüm bu ifadelerdeki ortak nokta bireylerin kararlarının ya da yaptıklarının sonuçlarını, iyi ya da kötü anlamdaki etkilerini tümüyle kabullenmeleri, üstlenmeleridir.

Sosyal sorumluluk, bir kimsenin üzerine aldığı ya da yaptığı iş için gerektiği zamanda hesap verme durumu olarak da tanımlanabilir. Sorumluluk kavramı kişinin kendi eylem ve kararlarının sonuçlarını kabullenmesi olarak ele alındığında, sorumlu bir kişinin varlığı söz konusu olacaktır. Türk Dil Kurumu’na göre sorumlu kavramı “üstüne aldığı veya yaptığı işlerden dolayı hesap vermek zorunda olan, sorumluluk taşıyan (kimse), mesul” olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Bu bağlamda sorumlu bir kişinin varlığı, gerçekleştirilen davranışın sonucunun üstlenilmesi ve hesap verme yükümlülüğü, beraberinde yapılan işten etkilenen başkalarının varlığına da işaret etmektedir. Verilecek hesap, gerçekleştirilen davranış ya da meydana gelen

olaydan etkilenen kişilere karşı verilecektir. Bu da durumun sosyal bir yapıya sahip olduğunun göstergesidir.

Sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkışı medeniyetler ve dinlerle ilişkilendirilmektedir. Dinlerin insanlara verdiği saygılı davranma, haksızlık yapmama, adaletli davranma, çevreye duyarlı olma gibi çeşitli mesajlar sosyal sorumluluk anlayışıyla yakından ilgilidir. Musevi dininin peygamberi Hz. Musa ‘On Emir’ ile sosyal sorumlu bir toplum düzeninin oluşumuna yön vermiştir (Yozgat, 1983, s. 7). Hristiyanlıkta, kilise aracılığıyla dile getirilen görüş ve emirler, sosyal sorumlu davranış biçimleriyle yakından ilgilidir. Sosyal sorumlu bir yönlendirmeye toplum şekillendirmeye çalışılmıştır. İslamiyet ise, öz itibari ile sosyal sorumlu bir din özelliği taşımaktadır. Halk yararına çeşitli hayır kurumları, vakıflar, dernekler İslamiyet’in hüküm sürdüğü coğrafyalarda sıkça rastlanan kurumlardır. Gerek dinlerin gerekse medeniyetlerin ve sosyal yaşamın bir getirisi olarak, sosyal sorumlu davranış biçimleri ve sosyal sorumluluk düşüncesiyle oluşturulan kurumlar, çok öncelerden beri toplumda varlık göstermektedir.

Bu tanımlamalardan yola çıkılarak sorumluluk kavramının duygu ve davranış olarak iki boyutta ele alındığını söylemek mümkündür. Günümüzde sosyal yaşantı içerisinde ahlaki boyutta değerlendirilen sosyal sorumluluk anlayışının yanı sıra, hukuksal boyutta değerlendirilen sosyal sorumluluk kuralları da mevcuttur. Başlangıç olarak bireysel değerlendirme ile ortaya çıkan bu olgu, tarihsel süreçte toplumsallaşma ve toplumda gerek ekonomik birimlerin gerekse gönüllü kurum ve kuruluşların var olmasıyla birlikte, bireysellikten kurumsallığa doğru evrilerek yeni bir boyut daha kazanmıştır. Sosyal sorumluluğun kurumlar nezdinde kazandığı bu yeni olgu kurumsal sosyal sorumluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Sorumluluk kavramı zaman içerisinde bireysellikten çıkarak toplumsallaşmaya ve kurumlar aracılığı ile de kurumsallaşmaya başlamıştır. Yukarıda bireysel olarak bahsedilen sorumluluk kavramının kurumlar açısından ele alınan hali kurumsal sosyal sorumluluk kavramıdır.

Sosyal sorumluluğa ilişkin somut örnekler yazılı tarih ile birlikte gün yüzüne çıkmıştır. Babil hükümdarı Hammurabi'nin Kanunları, Mezopotamya'da o dönemdeki sosyal sorumluluk örneğini teşkil etmektedir. Yönetimde sosyal sorumlu eylem ve uygulamaların var olması gerektiğinden söz eden hükümlerde, çeşitli iş alanlarında toplumsal çıkarı gözetken kurallar yer almaktadır (Balta Peltekoğlu, 1993, s. 181). Bu özelliğiyle Hammurabi Kanunları sosyal sorumluluğun kurumsallaşması anlamında büyük önem taşımaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve tanımı ise, ilk kez 1953'te Howard R. Bowen tarafından yazılan "Social Responsibilities of the Businessman" (İş Adamlarının Sosyal Sorumlulukları) isimli kitapta kullanmıştır. Bowen kitabında iş adamlarının toplumun değerlerine uygun biçimde sosyal sorumluluk çalışmalarında bulunmaları gerektiğini, bu değerler eşliğinde kararlar vermelerini ve yönetim politikalarını bunlara göre şekillendirmelerini savunmuştur (Aktan, 2007, s. 12). Böylece iş dünyasında sosyal sorumluluk yerini bulmaya başlamıştır.

Sosyal Sorumluluğun ortaya çıkışına ilişkin yapılan araştırmalarda konuya ilişkin çeşitli yaklaşımlar bulunduğu ortaya konmuştur. Sosyal sorumluluğun topluma din aracılığı ile öğretildiğini savunan araştırmaların yanı sıra (Aydede, 2007, s. 16), hukuksal düzen ile bağ kuran ve hukuka uyma beklentisiyle sosyal sorumluluğun başladığını savunan araştırmalar da mevcuttur (Hirschland, 2006, s. 6). Kökeninin 19. yüzyıldaki hayırseverlik uygulamalarına dayandığı belirtilen sosyal sorumluluk kavramı, son otuz yıldır iş hayatı için kullanılmakta ve modern bir yönetsel kavram olarak ele alınmaktadır (L'Etang & Pieczka, 2002, s. 157). Philip Kotler ve Nancy Lee, kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllülük esasına dayandığı vurgusunu yaparak sosyal sorumluluğun, isteğe bağlı iş faaliyetleri ve kurumun kaynakları kullanılarak toplum refahına katkı sağlamak için üstlenilen yükümlülükler olduğunu söylemektedirler (Kotler & Lee, 2008, s. 2-3). Özellikle son yıllarda kurum ve kuruluşların sürdürülebilirliği açısından yalnızca ekonomik uygulamaların yetersiz kaldığının görüldüğü günümüzde, kurumsal sosyal sorumluluk departmanlarının gittikçe önem kazandığını ve sosyal konuları ele alan uygulamalarının arttığını söylemek mümkündür.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ortaya çıktığı ilk dönemden bu yana çeşitli tanımlamalar ve beklentiler eşliğinde değişim ve dönüşümlere uğramıştır. Başlarda sadece kurum ve kuruluşların kâr elde ediyor olması bu kavram altında tanımlanırken; günümüzde geldiği noktada toplumla iç içe bir kurum algısı dahilinde, sadece kurumun hukuksal zorunluluk ya da kendi çıkarları için değil, toplumun faydası ve beklentileri doğrultusunda hareket etmesi olarak tanımlanmaktadır (Yamak, 2007, s. 9). Tarihsel süreç içerisinde çeşitli anlamlar yüklenerek şekillenen sosyal sorumluluk kavramına ilişkin farklı dönemlerde çeşitli tanımlamalar yapılmıştır.

Mescon sosyal sorumluluğu; kurumların yalnızca kâr elde etmesi değil, topluma karşı belirli sorumlulukların varlığı olarak ifade etmiştir (Mescon, 2001, s. 48). Aynı şekilde Hill ve Gareth'e göre de sosyal sorumluluk; karar verici konumundakilerin yalnızca kendi çıkarlarını değil, aynı zamanda toplumun çıkarlarını da gözeterek eylemde bulunma zorunluluğudur (Hill & Gareth, 1989, s. 47). Robbins ve Coulter ise sosyal sorumluluğu, kurumun yalnızca ekonomik ve yasal yükümlülüklerinin ötesinde, uzun dönemli olarak toplum için faydalı girişimler gerçekleştirmek olarak tanımlamaktadır (Robbins & Coulter, 2002, s. 114). Buradaki önemli nokta uygulama sonrası etkinin kapsadığı süredir. Kısa dönemli uygulamalar yerine topluma uzun dönemli fayda sağlayacak girişimlerde bulunmak, hem toplumun refahı hem de kurumun toplum gözündeki değeri açısından önemlidir. Uzun dönemli uygulamalara atıf yapan bir başka tanıma göre sosyal sorumluluk, çeşitli sosyal konularda uzun dönemli sorumluluk almak, bu tür konulara sadece maddi kaynak yaratmanın ötesinde gerek kurum içinde gerekse çeşitli iş birlikleriyle topluma faydalı uygulamalarda bulunmak ve bunu yaparken kurum hedeflerinden uzaklaşmamaktır (Smith, 1994, s. 105). Smith, sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştirirken önemli bir noktanın altını çizmekte ve kurumun hedefini şaşırması gerektiği üzerinde durmaktadır. Kurum hedefi ile uyumlu çalışmalarda bulunmak hem toplumun hem kurumun faydasına olacaktır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını literatüre kazandıran Bowen'e göre sosyal sorumluluk; kurumların hem kendi çıkarları hem de toplumsal fayda doğrultusunda kararlar alması, politikalar belirlemesi ve faaliyetlerini yerine getirmesi ve sosyal yaşamı iyileştirmeye yönelik sorumlulukların toplamıdır (Özgener, 2004, s. 157).

Fakat sosyal sorumluluk uygulamalarının yalnızca toplum faydası gözetilerek oluşturulması yeterli değildir. Kurum içi hedef kitlenin de çıkarları ve beklentileri gözetilmeli, aynı zamanda kurumun da varlığını sürdürebilmesine katkı sağlayacak adımlar atılmalıdır. Bu konuya vurgu yapan Bingöl'e göre, kurumlardaki ahlaki değerler doğrultusunda, ekonomik ve yasal kurallar çerçevesinde, hem kurum içi hem de kurum dışı grupların istek ve beklentilerine uygun olarak faaliyetler geliştirmeyi ve sürdürmeyi zorlayan duygu sosyal sorumluluktur (Bingöl, 2001, s. 51). Kurum ve kuruluşların varlıklarını sürdürebilmeleri için, var oluş amaçlarını unutmadan diğer çalışmaları sürdürmesi gerekliliği göz ardı edilmemelidir.

Sosyal sorumluluğu, Davis ve Blomstrom ise hem kişisel hem de kurumsal karar verme sürecinde, verilen kararların ortaya çıkaracağı etkileri öngörme ve değerlendirme zorunluluğu olarak tanımlamaktadırlar (Davis & Blomstrom, 1971, s. 85). Öngörülü olabilmenin yolu ise stratejiler doğrultusunda hareket etmek ve tüm sonuçları önceden hesaplayabilmekten geçmektedir. Bu bakımdan kurumsal sosyal sorumluluğu bir yönetim stratejisi olarak değerlendirmek gerekmektedir.

Grigsby ve Stahl kurumsal sosyal sorumluluğu; bir kurumun kaynaklarını toplumun yararına olacak şekilde kullanması olarak (Grigsby & Stahl, 1997, s. 4); Robert H. Miles, toplumdaki kural, değer ve beklentilerle kurumsal davranışın uyumu olarak (Miles, 1987, s. 73); Hirschland ise sosyal paydaşların beklentilerini karşılarken aynı zamanda bu işlerden kâr elde edebilecek sürdürülebilir davranışlar oluşturmak ve bunun stratejik yönetimi olarak tanımlamaktadır. (Hirschland, 2006, s. 7). Bu üç tanımın birleşimiyle, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları için kararlar alınırken, hedef kitlenin beklentileri ile kurumun hedeflerini kesiştirmek gerektiğini söylemek doğru olacaktır. Sosyal sorumluluk her ne kadar ekonomik çıkarlar gözetilmeden, ahlaki bir bakış açısıyla, hayırseverlik duygusu üzerinden şekillense de kâr amacı güden ticari kurum ve kuruluşların ana amacı, kâr elde etmek ve varlığını sürdürmektir. Bu doğrultuda kurum ve kuruluşların, sosyal sorumluluk alanındaki uygulamaları, kurum varlığının sürdürülebilir olmasına hizmet edecek nitelikte olmalıdır.

Konuya ilişkin bir diğer tanım ise Boone ve Kutz tarafından yapılmıştır. Sosyal sorumluluğu, kurumun tüm faaliyetlerini gerçekleştirirken topluma verilecek zararlı

etkileri sınırlayan, toplum faydasına katkıda bulunmaya zorlayan ve bu davranış biçimlerini kurumun benimsemesi olarak ifade etmektedirler (Boone & Kurtz, 1992, s. 73). Kurumların, toplum üzerinde oluşabilecek zararlı etkilerinin kısıtlanmasıyla ilgili bir diğer tanım ise; kurumların sürdürülebilirliğini sağlayan ekonomik faaliyetlerini, kurum paydaşlarına zarar vermeden, sahip olunan kıt kaynakları en verimli şekilde kullanarak, paydaşların da beklentileri doğrultusunda gerçekleştirmesi şeklindedir (Şimşek, Akgemci, & Çelik, 2003, s. 378). Benzer şekilde Eren de sosyal sorumluluğun, kurumun ekonomik ve yasal koşullara uymanın yanı sıra iş ahlakına, iç ve dış paydaşların beklentilerine uygun şekilde bir yönetim stratejisi oluşturma ve insanları memnun etmeye yönelik olduğunu söylemektedir (Eren, 1990, s. 110).

Bayrak, sosyal sorumluluğu, kurum amaçlarını gerçekleştirirken toplumda hüküm süren ahlaki değerlere bağlı kalmak ve kâr elde etmenin yanı sıra kurum kaynaklarını, içerisinde var olduğu toplumun gelişime katkı sağlayacak şekilde kullanmak olarak tanımlamaktadır (Bayrak, 2001, s. 83). Toplumdaki değer yargıları kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında dikkat edilmesi gereken en önemli noktalardan biridir. Kurumlar her ne kadar toplum faydasını gözeterek sosyal sorumluluk projeleri geliştirse de gerçekleştirilecek olan çalışmalar toplumun ahlak ve değer yargılarıyla örtüşmediği takdirde başarılı olması mümkün değildir. Bu konuya vurgu yapan bir diğer kişi de Coşkun'dur. Coşkun, sosyal sorumlu kurumların sadece yasal kurallara değil, aynı zamanda toplumsal etik kurallara da uygun biçimde faaliyet gerçekleştirmesi gerektiğini ve bu doğrultuda ekonomiye katkı sağlarken çalışanların, çalışanların ailelerinin, hem yerel hem de ulusal halkın yaşam kalitesini iyileştirmesine yönelik davranışlarda bulunması gerektiğini söylemektedir (Coşkun, 2010, s. 49). Bu gereklilikler, toplumun ve diğer paydaş gruplarının kurumlardan beklentileri doğrultusunda oluşmaktadır.

Özgen, daha çok kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllülük boyutu üzerinde durmuş ve kurumların her ne kadar yasal zorunlulukları olmasa da toplum yararına faaliyetlerde bulunmasının kurumun değeri ve sürekliliği açısından önemli olduğundan bahsetmiştir (Özgen, 2006, s. 11). Sosyal sorumluluğun gönüllülük esasına dayanan bir yaklaşım olmasının yanında, artık doğal bir zorunluluk haline geldiğini vurgulamıştır.

Dünya küreselleştikçe kurum ve kuruluşların da değişim hızı artmaktadır. Ekonomik ve teknolojik alanlarda yaşanan gelişmeler kurumları yeni stratejiler belirlemek zorunda bırakmaktadır. Bir yandan varlıklarını sürdürmek zorunda olan kurumlar, ekonomik anlamda mücadele verirken, diğer yandan da hedef kitlelerinin beklentileri doğrultusunda topluma değer katacak uygulamalarda bulunmak durumundadırlar. Artık kurumların değeri topluma ne ölçüde değer kattığı ile doğru orantılı olarak artmakta ya da azalmaktadır (Güçdemir Akıncıoğlu, 2005, s. 269). Toplumun kuruma bakış açısı ve kurum imajı da bu doğrultuda şekillenmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının literatüre girişi yeni olmasa da konuya ilişkin ilgi düzeyi son yıllarda önemli derecede artmıştır. Bu ilgi artışında iş dünyasında meydana gelen skandalların etkisi büyüktür. Skandallar etkisiyle yöneticilere, kurumlara güven azalmaya başlamış; iş ahlakı ve kurumsal yönetim konuları daha önem kazanmış, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ön plana çıkmıştır (Aktan & Börü, 2007, s. 11). Bir diğer yandan ise çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından oluşturulan bildiri ve yaklaşımlar kurumların sosyal sorumluluk konusunda daha dikkatli davranmalarına yol açmıştır. Toplumsal gelişimin de etkisiyle bilinçlenen paydaş grupları, sosyal sorumlu kurum beklentisini artırmış, bu da kurumların bu alandaki gelişimini hızlandırmıştır.

1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Süreci

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, ilk olarak 1950'li yıllarda ortaya çıksa da tarihinin daha eskiye dayandığını savunanlar bulunmaktadır (Aydede, 2007, s. 16). Bir yönetim stratejisi anlamında 1950 sonrası dönem kurumsal sosyal sorumluluk için oldukça önemlidir, fakat öncesinde de çok eski çağlara kadar uzanan bir geçmiş söz konusudur.

Hammurabi Kanunları ya da çeşitli dinlerin davranış ve düşünceye ilişkin yaklaşımları, geçmişteki sosyal sorumluluk anlayış ve uygulamalarının örneklerindendir (Aydede, 2007, s. 16). Yunan düşünürlerinin fikirleri de sosyal sorumluluk anlayışıyla oldukça yakından ilgilidir. (Bayraktaroğlu, İlter, & Tanyeri, 2009, s. 33). Özellikle toplumsal yaşam konusunda ortaya atılan toplumsal düzenin yürütülüşü ile ilgili ideolojiler, sosyal sorumlu bir yönetim anlayışıyla şekillenmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluğu dört dönem olarak incelemek mümkündür. Bunlar; eski medeniyet ve din anlayışlarının yaygın olduğu birinci dönem, Sanayi Devrimi öncesi ikinci dönem, 1800’den 2. Dünya Savaşı’na kadar olan üçüncü dönem, 2. Dünya Savaşı sonrası modern dönemdir (Özüpek, 2005, s. 16).

Birinci dönem dini inançların, etik görüşlerin ve yasaların yönlendirmesiyle insanların farkında olmadan uyguladıkları sosyal sorumluluk görünüşlerinden oluşmaktadır. Eski Yunan’da Eflatun, Aristo gibi düşünürlerin ekonomi ve ekonomik adalet üzerine olan savları; Musevilikteki 10 Emir, Hristiyanlık ve İslamiyetteki doğru, adalet, hoşgörü yönlendirmeleri ilk dönem sosyal sorumluluk örneklerindendir.

Sanayi Devrimi öncesi ikinci dönemde devlet, ekonomik gücü elinde bulunduran kurum olarak değerlendirilmektedir. Bu dönemde ana amaç, devletin güçlenmesi olmuştur. Bu nedenle çalışanların maaşları çok düşüktür ve halk oldukça fakir bir hayat sürmüştür. Güçlü devletler, güçsüz olan devletleri sömürgeleştirme gayesiyle hareket etmiş ve sömürge ülkelerinde acımasız bir durum söz konusu olmuştur (Bayraktaroğlu, İlter, & Tanyeri, 2009, s. 33). Devlet dışında ise iş ahlakı, ticaret yapan kişilerin vicdanı doğrultusunda şekillenmiştir (Luhans & Hoggetts, 1972, s. 3). Bu dönemdeki kurumların çoğunluğu devlet tarafından kurulmuş ve kuruldukları ulus devlete karşı sorumlu olmuşlardır. Devlet bu kurumlara hazinesinden yatırımlar yapmıştır. Genel düşünce ise, devletin yararına olan her şeyin toplumun da yararına olacağıdır. Bu sebeple en büyük amaç devleti güçlendirmek olmuştur

Sosyal sorumluluğun bir kavram olarak değer görmesi Sanayi Devrimi döneminde olmuştur. 19. yüzyılın ikinci yarısı Sanayi Devrimi’nin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Coşkun, 2010, s. 45). Üçüncü dönem olarak değerlendirilen bu dönemde, kurumlar nezdinde maksimum kâr anlayışı yaygındır. Kurumların sadece ekonomik olarak varlıklarını sürdürmelerinin toplumun yararı için yeterli olduğu düşüncesi hakimdir. Sosyal sorumluluk anlayışının da kâr maksimizasyonuna göre şekillendiği dönemde, bir kurumun sosyal sorumluluğu, o işletmenin karı ile doğru orantılı olarak değerlendirilmiştir (Özüpek, 2005, s. 19-20). Bu nedenle kurumlar yalnızca maksimum karı sağlamaya çalışmalıdırlar anlayışı ile hareket edilmiştir.

Sanayileşme arttıkça, büyük kurumların sayıları da artmıştır. Sanayi lideri olan John D. Rockefeller, Andrew Carnegie, Cornelius, Vanderbiit gibi aile şirketleri de aynı dönemde kurulmuştur. Büyük şirketlerin varlığı ile birlikte sosyal sorumluluk kavramı daha fazla gündeme gelmiştir (Aydede, 2007, s. 17-18). Bu dönemde oluşan serbest piyasa ekonomisi içindeki şirketler, kendilerine devletin müdahalesini tamamen olmasa da en aza indirmeye çalışmışlardır. Böylece devlet tarafından dikte edilen değil, gönüllü şekilde kendi istekleri doğrultusunda sosyal sorumluluk çalışmaları gerçekleştirmişlerdir. Hem hissedar hem de yönetici olan zengin aileler ve kişiler, hayırseverlik faaliyetleriyle bireysel olarak ilgilenmişler, bu durum da bireysel sosyal sorumluluğu kurumsal sosyal sorumluluğa atfetme şeklinde yorumlanmıştır. Devlet de bu tür sosyal sorumluluk uygulamalarını desteklemiş ve ödüllendirmiş, fakat devlet tarafından getirilen uygulama ve düzenlemeler kâr amacı güden kurumların verimliliğini azaltacak, uygun olmayan eylemler olarak değerlendirilmiştir (Livesa & Carnegie, 2000, s. 79). Böylece kurumsal sosyal sorumluluk kurum sahibi ve yöneticilerinin takdirine bırakılmıştır. Kurumların ne ölçüde sorumlu olduğu kararı da yine bu kişilerce verilmiştir.

Aynı dönemde kurumların, sosyal sorumluluğu en başından beri gönüllülük anlayışı doğrultusunda kabul etmediklerini söylemek mümkündür. Çoğu büyük kuruluş gerçekleştirdikleri faaliyetler sonrasında meydana getirdikleri olumsuz durumları, kendi sorumlulukları dışında görmüş olsa da toplumsal tepkilerle karşılaştıkça sosyal sorumluluğu benimsemek durumunda kalmışlardır. Sanayileşme ekonomik büyümeye önemli katkılar yapsa da artan rekabet ve ekonomik güç isteği; çocuk işçiler, artan mesai saatleri ve düşük ücretlendirme, işçilerin sömürülmesi, kamu sağlığının tehlikeye atılması gibi olumsuz durumları beraberinde getirmiştir (Pringle & Thomson, 2000, s. 261). Meydana gelen bu durum karşısında çeşitli kaza ve olaylar da yaşanmış, sonrasında kurumlar toplumdan gelen olumsuz tepkilere maruz kaldıkça, kendi amaçlarına hizmet edecek doğrultuda çeşitli sosyal sorumluluk uygulamaları oluşturmaya başlamışlardır. Bununla birlikte yukarıda bahsedilen şekilde bazı kuruluşlar, yöneticilerinin bireysel kararları doğrultusunda yardım faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Bu oluşum daha sonra kurulacak olan sendikaların varlığına altyapı oluşturmuştur.

Sosyal sorumluluğun modern bir kavram haline gelmesinde Dünya Savaşları ve 1929-1933 Ekonomik Buhranları etkili olmuştur. Bu olaylardan sonra devletler ekonomik yaşama daha fazla müdahalede bulunmuş, işsizlik artmış, gündeme gelen insan hakları ve demokratikleşme süreçleri sosyal sorumluluk anlayışları üzerinde de etkili olmuştur (Özüpek, 2005, s. 23-27). Yine bu dönemde eğitime ayrılan kaynaklar genişlemiş, savaş sonrası kurumların hem içinde hem de dışında çeşitli baskı grupları oluşmuştur. Bu gruplar kurumların yalnızca kâr odaklı hareket etmelerini eleştirmiş ve çalışanların da amaçlarını benimseyen bir kurum yapısının oluşmasına katkı sağlamıştır. Bu doğrultuda bireysellik yerine toplumsal bir anlayış hüküm sürmeye başlamış; insan ihtiyaçlarına önem verilmesi gerekliliği gündeme gelmiş, hızlı bir demokratikleşme sürecine girilmiş ve toplumsal sorumlulukların yalnızca belirli kurumlar tarafından değil, toplumda varlığını sürdüren tüm kurumlar tarafından iş birliği yapılarak yerine getirilmesi düşüncesi üzerinde durulmuştur (Walton, 1967, s. 58).

Yukarıda bahsedilen gelişmelerle birlikte savaş sonrası dönemde ekonominin canlandırılmasına yönelik çalışmalarla birlikte rekabet de yoğunlaşmaya başlamış, bu durum da rekabet ortamı içinde var olmak isteyen kurum ve kuruluşların, hem kurum içi hem de kurum dışı grupların beklentilerini karşılamaya yönelik uygulamalar oluşturmalarına sebep olmuştur. Güvenli istihdam sağlama, topluma faydalı girişimlerde bulunma gibi uygulamaların önemi ortak bir görüş haline gelmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ilk kez 1953'te Bowen'in "Social Responsibilities of the Businessman" kitabında kullanılarak (Aktan & Börü, 2007, s. 12), iş dünyasının topluma borcu şeklinde yorumlanmış; kurumların, toplumun istek ve beklentilerine uygun faaliyetlerde bulunması gerektiği üzerinde durulmuştur. 1960'larda daha gönüllü bir hale gelen sosyal sorumluluk, 1970'lerde ve 1980'lerde toplum ile ilişkiler olarak kurumsal anlamda kabul görmeye başlamıştır. 1990'larda yönetimde pek çok şey ile karıştırılmış olsa da 2000'lerde hak ettiği niteliği kazanmaya başlamıştır (Özgen, 2006, s. 23).

1960'lı yıllar sosyal sorumluluğun temel bir kavram olarak ele alındığı yıllar olmuştur. Meydana gelen çeşitli toplumsal sorunların ve savaşların da etkisiyle sivil protesto hareketleri yayılmaya başlamış ve bu durum, kurumların da toplumun

beklentisi doğrultusunda sosyal sorumlu bir yönetim anlayışı benimsemelerine yol açmıştır. Bir yandan toplumdaki bu değişimler sonucu devlet tarafından oluşturulan yasalarla çeşitli hak ve özgürlükler koruma altına alınmış, toplumda her alanda daha adil bir sisteme geçişin önemli temelleri atılmıştır. Kurumlar da bu anlayış doğrultusunda sosyal sorumluluğu zorunlu bir yaptırım olarak değil, fark yaratma adına tercih edilmesi gereken bir yönetim anlayışı olarak kabullenmeye başlamışlardır.

1970’lerde tüketici hareketlerinde küreselleşme ve dışa açılma faaliyetleri daha da artmış, kurumların yalnızca ekonomik çıkar doğrultusunda hareket etmeleri büyük eleştiri konusu olmuştur. Bu doğrultuda kurumlar yönetim anlayışlarına sosyal bir boyut kazandırarak imajlarını koruma yoluna gitmişlerdir (Bayraktaroğlu, İlter, & Tanyeri, 2009, s. 35). Yine bu yıllarda Avrupa ve Amerika’daki akademisyenlerin bu konuya yoğunlaştıkları görülmektedir (Güçdemir, 2012, s. 270). Hem akademiye hem de sektörde konuya ilişkin çalışmalar artmaya başlamıştır.

1980’li yıllar ekonomide, politikada ve teknolojide önemli değişimlerin meydana geldiği yıllar olmuştur. Bu durum da sosyal sorumluluk alanlarına yenilerinin eklenmesine ve genişlemesine katkı sağlamıştır (Aydede, 2007, s. 21). İş dünyasında rekabetin iyice kızıştığı bu yıllarda kurumsal imaj daha da önemli bir hale gelmiş, kurumların imajlarını korumak ve güçlendirmek için sosyal sorumluluğu, iyi bir strateji olarak değerlendirmelerini sağlamıştır (Karsak, 2008, s. 259). Sosyal faaliyetlerinde bir kısıntıya gidemeyecek kadar sıkıştırılan kurumlar, hem uzun dönemde kâr elde edecek hem de sosyal amaçlara hizmet etmeye imkân sağlayan bir yöntem olan sosyal sorumluluğu bu yıllardan sonra gündeme getirmeye başlamışlardır (Göksu, 2006, s. 49). Kurumsal sosyal sorumluluk bu bağlamda bir iletişim ve yönetim stratejisi olarak konumlandırılmıştır.

1990’lı yıllarda ise küreselleşme ve özelleştirme akımları doğrultusunda kurumların ve uluslararası kuruluşların kalite ve karşılıklı kazanç anlayışları değişmiş, bu da kurumların sahip olması gerektiği sosyal sorumluluk ve bilgi paylaşımı konularına daha çok önem verilmeye başlanmasına sebep olmuştur (Güçdemir Akıncioğlu, 2005, s. 270). 2000’li yılların başlangıcından günümüze kadar olan dönemde ise toplumsal beklentilerin daha da artmış oluşu, kurumların, sosyal sorumluluğu bir

kurum kişiliği haline getirmeleri zorunluluğunu doğurmuştur. Artık kurumların varlıklarını sürdürebilmeleri için gerekli ekonomik kazancı sağlamada sosyal sorumluluğun rolü oldukça etkili ve büyüktür.

1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

Kurumsal sosyal sorumluluk genellikle yönetim bilimciler tarafından tartışılmış olup, oluşturulan modeller iletişim bakış açısından çok yönetim anlayışı ile şekillendirilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğu incelerken temel olarak iki farklı yaklaşımla modellerin oluştuğunu söylemek mümkündür. Bunlarda ilki; kurumların sorumluluğunun yalnızca kâr elde etmek olduğunu savunan Klasik Ekonomik Yaklaşım; ikincisi ise kurumların sorumluluğunu yalnızca kâr elde etmek olarak görmeyen ve toplumsal konuların da kurumun sorumluluğu dahilinde olduğunu savunan Modern Ekonomik Yaklaşımdır. Aşağıda literatürde en çok incelenen kurumsal sosyal sorumluluk modelleri yer almaktadır.

1.4.1. Friedman’ın Hissedarlar Modeli

Klasik Yaklaşımın en önemli isimlerinden biri Milton Friedman’dır. Milton’un görüşleri serbest pazar yaklaşımı ya da hissedarlar yaklaşımı olarak da bilinmektedir. Friedman pazarın devletin müdahalesinden uzak, arz talep dengesine göre düzenlenmesi gerektiğini savunmaktadır. Sosyal sorumluluk bilincine önem vermeyen Friedman kurumsal sosyal sorumluluğu reddetmekte ve bu tür sorumlulukların yalnızca bireyler için geçerli olduğunu söylemektedir (Theaker, 2006, s. 154). Ona göre kurumların tek sorumluluğu yasalara uymak ve kâr elde etmektir.

Kurumların sosyal sorumluluk için yapacağı yatırımlar maliyetlere ve fiyatlara yansıtacağından dolayı, bu durumun hissedarlar ve çalışanlar için kazanç azaltacağını, tüketici içinse yüksek fiyatlı ürüne sebebiyet vereceğini belirtmektedir (Özüpek, 2005, s. 35). Bu durum, pazar işleyişi üzerinde bozucu bir etkiye sebep olacak ve birileri bunun maliyetini üstlenmek zorunda kalacaktır.

Friedman ayrıca toplumsal açıdan iyilik ve kötülüğün ne olduğuna dair kurum yöneticilerinin yeterliliğini de irdlemiştir. Kurumun tek sorumluluğu, serbest

rekabet ortamında kaynakların herhangi bir yolsuzluğa başvurmada kâr elde etmeye yönelik kullanılmasıdır. Kurumun tek sorumlu olduğu şey hissedarlara karşı almış olduğu sorumludur. Bunun dışında kalan diğ er toplumsal konularda bir hayırseverlik duruş u sergilemek hissedarların bireysel inisiyatifleri dahilindedir (Yamak, 2007, s. 39).

Kurumların, verimli çalışarak kâr elde etmelerinin dışında, yani örgütsel amaçlar dışında herhangi bir sorumluluğı olmaması gerektiğı üzerini çizen Friedman; kâr elde etmenin başlı başına bir sosyal sorumluluk olduğunu söylemektedir (Stoner & Freeman, 1992, s. 70). Friedman, kurumlar sadece kendi amaçları doğrultusunda uygulamalarda bulunur ve kaynaklarını kendi büyümelerine yönlendirirlerse yeni yatırımlarda bulunabileceklerini, bunun da hem yeni ürünler üreterek müşterilere hem de ekonomik büyümeye katkı sağlayarak topluma yararı olacağını söylemektedir (Friedman, 1970). Bu nedenle ticari kurumun tek sorumluluğunun kâr maksimizasyonu olduğunu savunmaktadır.

1.4.2. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli

Keith Davis'in sosyal sorumluluk modelinde kurumların yalnızca kendilerin değil, aynı zamanda toplumun refahını da düşünmeleri gerektiğı söz konusudur. Davis bunun nedenlerini beş başlık altında açıklamıştır (Davis, 1973):

Bunların birincisi; sosyal sorumluluğun sosyal güçten kaynaklandığıdır. Çeşitli toplumsal konular üzerinde kurumların önemli bir etkisi olduğunu söyleyen Davis, aynı zamanda kurumların bu konularda belli bir gücü olduğunu da savunmaktadır. Bu nedenle toplum üzerinde etki ve gücü olan kurumlar, uygulamalarının toplumsal sonuçlarından sorumlu tutulmalıdırlar. Bir diğ er önemli nokta da ellerindenki gücü uzun dönemde topluma karşı sorumlu bir şekilde kullanmayan kurumların, onu kaybedeceğ idir.

Davis'in ikinci başlığı toplum ile açık iletişim ve toplumsal faaliyetlere açıklık üzerinedir. Kurumların uygulamaları konusunda topluma açık olunması gerektiğini ve toplumdan gelen girdilerin de değerlendirilerek iki yönlü bir sistem içinde hareket edilmesi gerektiğini söylemektedir. Kurumların, toplum refahı için yapılması

gereken uygulamalar söz konusu olduğunda, toplum temsilcileriyle açık, dürüst ve sürekli iletişim kurmaya her zaman istekli olmaları gerektiği üzerinde durmaktadır.

Üçüncü başlık kurum uygulamalarının oluşturacağı toplumsal maliyetler üzerinedir. Kurumun kâr amacına hizmet eden tüm faaliyetlerinin yanı sıra gerçekleştirilecek toplumsal konulardaki faaliyetler de dahil olmak üzere tüm uygulamaların planlı ve öngörülü bir şekilde gerçekleştirilmesi gerektiği üzerine odaklanılmaktadır. Uygulama sonrası meydana gelebilecek tüm sosyal problemlerin maliyetleri hesaplanmalı, hem kısa vadede hem de uzun vadede sadece kuruma getireceği karlılık ve çıkar değil, topluma etki edecek sonuçlar da hesaplanarak kararlar alınmalıdır.

Modelin dördüncü başlığını sosyal sorumlulukların oluşturacağı maliyetlerin müşterilere ya da diğer bir ifade ile kullanıcılara yansıtacağı oluşturmaktadır. Kurumlardan sosyal olarak kazançlı fakat ekonomik açıdan kâr sağlamayacak faaliyetlerde bulunmasının beklenemeyeceği ana odak noktasını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda sosyal olarak avantajlı, ekonomik olarak dezavantajlı uygulamaların tamamen kurum tarafından finanse edilemeyeceği ve oluşacak olan sosyal maliyetin ürün ve hizmet fiyatlandırması üzerinden müşteriye yansıtılacağı söylenmektedir.

Davis'in son başlığı olan beşinci başlığı ise, tüzel bir kişilik olarak kurumların sosyal sorumluluklarıdır. Davis, kurumların kendi faaliyet alanları dışında kalan herhangi bir toplumsal sorunu çözmede yeterli uzmanlıkları söz konusuysa, bu sorunlarla da ilgilenmesi gerektiğini söylemektedir. Buradaki düşünce, kurumların, o toplumu geliştirmek adına sorumlulukları üstlenmesi ve paylaşması gerektiği üzerinden şekillenmektedir. Böylece toplum geliştikçe, kurum da kazancını yükseltmeye devam edecektir.

Tüm bu başlıkların ortak sonucu olarak, kurumların yalnızca kendi ekonomik çıkarları doğrultusunda hareket etmemeleri gerektiğini ve toplumsal sorunlara çözüm üreten kurumların varlıklarını daha güçlü şekilde sürdürecekleri sonucunu çıkarmak mümkündür. Kurumlar sosyal konulara yalnızca hayırseverlik bakış açısıyla yaklaşmamalı, refah düzeyi artan toplumun kendi kurumsal varlıklarını sürdürmede de faydalı olacağını düşünerek hareket etmelidirler.

1.4.3. Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli

Bu model R. D. Hay, E. R. Gray ve J. E. Gates tarafından oluşturulmuştur. Üç temel unsurdan oluşan sosyal sorumluluk modelinde birinci unsur; kurumun tüm çevreleriyle olan ilişkileri sonucu meydana çıkan sosyal sorunların farkında olması gerektiğidir. Meydana gelebilecek bu sorunların çözümünde, kurumun sorumluluk bilincinde olması ve bu bilinçle hareket etmesi gerekliliği ikinci unsuru oluşturmaktadır. Son olarak üçüncü unsur ise meydana gelebilecek sorunların çözümü sırasında kurumun tüm kaynaklarını kullanmaya istekli olması gerektiğidir (Özüpek, 2005, s. 83-85).

Bu model üç unsura ayırdığı haliyle kurumların sosyal sorumluluklar konusunda bilinçli ve yüksek farkındalıkta olması gerektiğini vurgulamaktadır. İşletmenin çevreleriyle olan ilişkisi sırasında meydana gelebilecek her türlü sosyal etkilerin üstlenilmesi gerektiği ve bu sorunların çözümü için kurumların istekli olmaları gerektiğini savunmaktadır.

1.4.4. Sosyal Performans Modeli

Sosyal performans modelinde sözü edilen sosyal performans; kavram olarak, toplumda meydana gelen ve değişen beklentilerin farkında olunarak analiz edilmesini, bu beklentileri karşılayabilmek için sistematik bir yönetsel yaklaşım belirlemeyi ve bu doğrultuda uygulamalarda bulunmayı ifade etmektedir (Stoner & Freeman, 1992, s. 114). Bu bağlamda modelde sosyal sorumluluk üç aşamada ele alınmaktadır.

Birinci aşamada sosyal sorumluluk; toplumun kurumlardan beklentilerinin tamamı olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik, yasal ve etik sorumlulukların yanı sıra dördüncü bir unsur olarak “kurumların kendilerini yorumlama biçimi” eklenmektedir. İş hayatının giderek sosyalleştiği ve sorumlulukların da aynı doğrultuda arttığı vurgusu yapılmakta; kurumların toplumsal beklentiler doğrultusunda hareket ederek, topluma hizmet etme yükümlülüğü üzerinde durulmaktadır (Erden, 1987, s. 70).

Modelin ikinci aşaması sosyal sorumluluğun uygulama alanları ile ilgilidir. Çeşitli çevresel ve toplumsal alanlarda birçok uygulama alanı söz konusudur. Ekonomik, etik, yasal boyutlarda farklı uygulamalar söz konusu olsa da buradaki önemli nokta; sosyal sorumlulukla ilgili bu uygulama alanlarını seçerken kurumun ana konusunun, kendisini koruma ve varoluş anlamında süreklilik sağlamaya yönelik stratejilerle hareket etmeleri gerekliliğidir (Özüpek, 2005, s. 86). Diğer bir deyişle, kurumlar uygulayacakları sosyal sorumluluk faaliyetlerini belirlerken kendi varoluş amaçlarına hizmet edecek şekilde karar vermelidirler.

Modelin son aşamasını sosyal sorumluluk stratejilerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Kurumlar, toplumda oluşan yeni tutumları öğrenmek, yeni yaklaşımların takip etmek, yeni politikalara karşı stratejiler oluşturmak durumundadırlar. Bunları yaparken de karşılaştıkları sorunlar karşısında nasıl bir davranış biçimi benimsedikleri önemlidir (Erden, 1987, s. 70). Sosyal açıdan duyarlı kurumlardan geleceğe yönelik öngörülü stratejiler oluşturması beklenmektedir. İçerisinde yer aldıkları toplumu gözlemleyerek, yakından takip eden ve güncel sorunlara yönelik başarılı çözümler sunan kurumlar, daha başarılı olacaklardır.

1.4.5. Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli

Robert W. Ackerman sosyal konularla kurumların ekonomik faaliyetleri arasındaki ilişkiyi daha iyi yansıtacağını düşünerek sosyal sorumluluk yerine sosyal duyarlılık ifadesini kullanmıştır. Sosyal konulara ilişkin gerçekleştirilecek çalışmaların niteliğinin önemine vurgu yapan Ackerman, sosyal duyarlılığın bir yönetim görevi olduğunu söylemektedir (Ackerman & Bauer, 1976, s. 6-7). Ackerman, sorumluluğu zoraki bir görev, duyarlılığı ise daha çok gönüllülük olarak görmekte ve bu şekilde gerçekleştirilecek uygulamaların daha doğru olacağını düşünmektedir.

Ackerman'ın modelinde politika, öğrenme ve örgütsel yükümlülük olmak üzere üç aşama mevcuttur. Kurumsal duyarlılığın bu üç aşamada gelişeceği belirtilmektedir. Birinci aşama olan politika aşamasında kurumlar, içerisinde bulunduğu toplumdaki sosyal problemlerin neler olduğunu öğrenmeli ve çözümleri için politikalar oluşturmalarıdır (Özüpek, 2005, s. 87). Üst yönetimin toplumsal konularda bir

farkındalığa sahip olması gerektiği ve bu doğrultuda stratejik politikalar belirlenmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır.

İkinci aşama olan öğrenme aşaması, toplumsal sorun saptandıktan ve genel politikalar oluşturulduktan sonra, kurumun bu sorunu nasıl çözeceğine ve baş edeceğine dair bilgi edinme sürecidir. Bu süreç iki şekilde gerçekleşmektedir. İlki kurumun bilgisi dışında olan konularda, uzmanlık gerektiren durumlarda danışmanlık almak üzere uzmanların istihdam edilmesi; ikincisi de yönetsel öğrenme olarak tanımlanan, kurumun iç yönetimi ve çalışanları tarafından sosyal sorumlu bir kurum uygulamalarına dair örgüt içi bir öğrenme, benimseme aşamasıdır (Post, Lawrence, & Weber, 2002, s. 84).

Son aşama ise uygulamaların gerçekleştirildiği aşamadır. Burada uygulamanın yavaş işlediği durumlar söz konusu olabilmekte, devlet ya da toplum baskısıyla uygulamalar gerçekleştirilmeye başlanabilmektedir. Bu sebeple Ackerman, bu gibi durumlar söz konusu olmadan, kurum inisiyatifini kaybetmeden önce, kurum yöneticileri tarafından belirlenen uygulamaların bir an önce gerçekleştirmeye başlanması gerektiğini söylemektedir. Böylece uygulamalar kurum inisiyatifinde olabilecektir.

1.4.6. Preston ve Post'un Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli

Preston ve Post, kurumların iki farklı ilişki grubu olduğundan bahsetmektedir. Bunlardan ilki birincil ilişki grupları olarak değerlendirilen müşteriler, çalışanlar, hissedarlar, kredi sağlayıcılar gibi pazar eğilimli olan gruplardır. İkincil ilişkiler ise kurumun sosyal bir sorunla karşılaştığı durumlarda devreye giren kanun ve etik ile olan ilişkileridir. Bu ikincil grup pazar eğilimli olmayan ilişki grubu olarak ifade edilmektedir. Hükümet ve kamuoyu ise hem pazar ile ilgili olan hem de olmayan ilişkilerin sınırlarının belirleyicileridirler. Kurum yöneticileri verecekleri kararlarda kamuoyunu, yetkili kuruluşları ve kanunları düşünerek ilerlemelidirler (Stoner & Freeman, 1992, s. 113).

Bu modelde her iki gruba kurulan ilişkilerin doğru yürütülmesi gerekliliği ve kurumların ekonomik kazancından etkilenen gruplar kadar, sosyal çalışmalarından

etkilenen gruplara da önem verilmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır. Tüm bu gruplarla olan ilişkiler, bütünleşik bir bakış açısıyla yürütülmelidir.

1.4.7. Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli

Üç aşamalı sosyal sorumluluk modeli, sosyal sorumluluğu tarihsel gelişim süreciyle ele almıştır. Tarihsel süreçte meydana gelen değişimlerin etkisi ile şekillenen sosyal sorumluluğu üç aşamada incelemiştir (Bayrak, 2001, s. 124).

Birinci aşama kâr maksimizasyonu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu aşamada kurumların tek sorumluluğunun yasal sınırlar ve kurallar çerçevesinde karı maksimize etmek olduğu görüşü hakimdir. 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarında hâkim olan bu anlayışa göre, kurum ve kuruluşların karlarını maksimum seviyeye çıkarma çabaları en büyük ve tek sosyal sorumluluğu olarak yorumlanmıştır (Hay, Gray, & Gates, 1976, s. 4).

İkinci aşama; mütevellî yönetimi, bir diğer ifade ile vekalet yaklaşımıdır. 1920'li ve 1930'lu yıllarda hüküm süren bu yaklaşıma göre kurumun tek amacı karı maksimize etmek değil, içerisinde bulunduğu toplum ile de dengeli bir ilişki kurmaktır (Özüpek, 2005, s. 93). Yöneticiler kurum adına karar veren vekiller olarak görülmekte ve bu mütevellî yönetim süreci ile kurum yönetiminin, hem kurum içi gruplara hem de topluma karşı sorumlu olduğu ve bu grupların beklentilerini karşılayarak varlıklarını devam ettirmeleri gerektiği düşüncesi hakim olmuştur.

Son aşama ise yaşam kalitesi yaklaşımıdır. 1950'li yıllardan sonra savaş ve ekonomik bunalımların getirmiş olduğu sorunlar yavaş yavaş çözülmeye başladıkça toplumsal sorunlar daha fark edilebilir hale gelmiştir. Yine bu dönemde oluşan sosyal bilinçle toplumdaki sosyal hedeflerin değiştiği gözlemlenmektedir. Bunun üzerine şekillenen yaşam kalitesi yaklaşımında kurumlar, içerisinde bulunduğu toplumsal çevrede daha dinamik bir varlık olarak değerlendirilmiş, çevre, hava kirliliği, tüketici hakları, iş güvenliği, sağlık hizmetleri gibi çeşitli sorumlulukları da üstlenmeye başlamışlardır.

1.4.8. Philip Kotler'in 6 Seçenek Modeli

Philip Kotler sosyal sorumluluk kavramını altı seçenekli bir model kapsamında incelemiştir (Kotler & Lee, 2008, s. 23-26):

Birinci seçenek kurumsal amaç teşvikleridir (Corporate Cause Promotions). Kurumun sosyal bir amaca ilgi çekmek, farkındalık yaratmak, fon toplamak, bağışta bulunmak veya gönüllü toplamak için kurumsal kaynaklarını kullanarak destek vermesidir.

İkinci seçenek amaca yönelik pazarlamadır (Cause-Related Marketing). Kurumun satışlardan elde ettiği gelirin belli bir yüzdesini sosyal bir amaca katkıda bulunmak amacıyla kullanmasıdır.

Üçüncü seçeneği kurumsal sosyal pazarlama (Corporate Social Marketing) oluşturmaktadır. Kurumun, halk sağlığını, güvenliğini, toplum refahını iyileştirmeyi veya çevre ile ilgili bir konu alan, buna yönelik davranış değişikliği oluşturmayı hedefleyen projeler yürütmesidir. Kurumsal amaç teşviklerinden farkı direkt olarak davranış değişikliği yaratmaya odaklanmasıdır.

Dördüncü seçenek kurumsal hayırseverliktir (Corporate Philanthropy). Kurumun bir yardım derneğine, vakfa ya da sosyal bir amaca genellikle nakit şekilde bağışlar yapmasıdır.

Beşinci seçenek toplum gönüllülüğüdür (Community Volunteering). Kurumun çalışanlarının, yöneticilerinin, üyelerinin veya ortaklarının zamanlarını, sosyal bir amaç doğrultusunda gönüllü uygulamalarda bulunması, çeşitli toplumsal projelerde yer alması için ayırmasıdır.

Altıncı seçeneği ise sosyal sorumlu iş uygulamaları (Socially Responsible Business Practices) oluşturmaktadır. Kurumun toplumsal bir konuda, iyileştirme ve geliştirme amacı doğrultusunda isteğe bağlı şekilde yönetimsel süreçlerini organize etmesi ve bunu örgüt bazında içselleştirmesidir.

1.4.9. Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli

Sethi, kurumların sosyal sorumluluklarını yerine getirme konusunda üç aşamalı bir yaklaşım ortaya koymaktadır (Boone & Kurtz, 1992, s. 69).

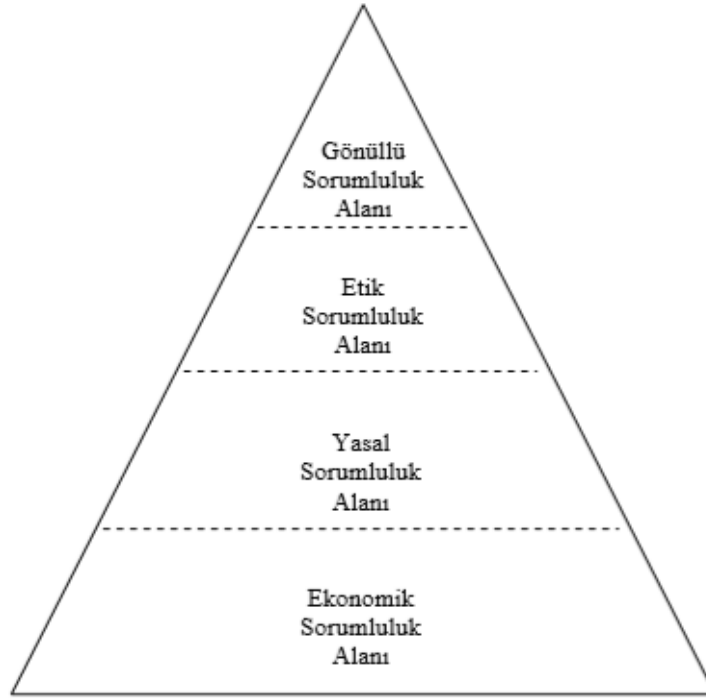
Birincisi; sosyal yükümlülük ya da sosyal zorunluluk olarak ifade edilen ve kurumları öncelikle ekonomik yapılar şeklinde değerlendirerek, sosyal sorumluluğu yalnızca kanunlara uymakla sınırlayan yaklaşımdır.

İkincisi sosyal sorumluluk yaklaşımıdır. Buna göre kurumlar ekonomik varlıklar olarak değerlendirildikleri gibi, buna ek olarak aynı zamanda sosyal varlıklar olarak da değerlendirilmektedirler. Bu yönleriyle toplumun çeşitli sosyal alanlardaki beklentilerini de karşılamaya çalışmalıdırlar.

Üçüncü ve son yaklaşım sosyal duyarlılık olarak ifade edilmektedir. Bu yaklaşıma göre kurumlar hem ekonomik hem de sosyal bir varlık olarak görülmelerinin yanı sıra, bulundukları toplumda meydana gelebilecek sorunlara karşı öngörü sahibi olmaları gerekliliği ile değerlendirilmektedirler (Erden, 1987, s. 69). İşletmelerin meydana çıkabilecek toplumsal problemleri önceden sezmeleri ve onlara karşı çözümler oluşturarak, tedbirler alma yükümlülükleri olduğu üzerinde durulmalıdır.

1.4.10. Carroll'ın Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli

Carroll sosyal sorumlulukları sınıflayan ilk akademisyendir. Carroll'ın dört alanda topladığı sosyal sorumluluk boyutları; ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklardır (Carroll, 1991, s. 40).



Şekil 1. Carroll'un Sosyal Sorumluluk Boyutları

Kaynak: (Carroll, 1991, s. 42).

Carroll ilk yaptığı çalışmalarda bu boyutları üst üste dizmiş olsa da modelin son halini bir piramit şekline getirmiş ve boyutların önem ve ağırlıklarına vurgu yapmıştır.

Piramitin en altında ekonomik sorumluluklar bulunmaktadır. Kurumların en önemli amaçlarının kâr elde etmek olduğu düşünüldüğünde önem sıralamasında ilk olarak bu alan yer almakta ve en geniş alanı kaplamaktadır (Carroll A. B., 1993, s. 154). Carroll, kurumların temel rollerinin, ihtiyaç ve istekler doğrultusunda müşterilere mal ve hizmet sağlamak olduğunu söylemektedir. Kurumlar bu süreçte kabul edilebilir bir oranda kâr sağlamalıdır (Carroll, 1991, s. 41). Bu bağlamda kurumların ilk sorumluluğu; talep edilen ürün ve hizmetleri sağlamak için kaynakları uzun vadede verimli ve etkin bir şekilde kullanmak ve kâr elde etmektir. Bu faaliyetler gerçekleştirilirken kurumlar tüm paydaşlarına karşı ekonomik olarak sorumludurlar.

Kurumların sahip oldukları kaynakları verimli ve etkili bir şekilde yönetmesi, üretim miktar ve kalitesinin toplum beklentilerine uygun olması ve bunları gerçekleştirirken hem kurumun kâr elde etmesi hem de ülkenin ekonomisine katkı sağlaması

beklenmektedir (Peltekoğlu, 2012, s. 187). Carroll kurumların ekonomik sorumluluklarını, kazancı maksimize edecek faaliyetlerde bulunmak, mümkün olduğunca karlılık hedefine bağlı kalmak, rekabet edebilme konusundaki güçlü pozisyonu korumak, işletme verimliliğini en yüksek seviyeye getirmek ve tutmak, kâr edebilirliği sürekli halde tutmak olarak sıralamıştır (Carroll, 1991, s. 40). Diğer sorumlulukların hepsi ekonomik sorumlulukların varlığına dayanmaktadır.

Carroll'un piramidinin ikinci basamağını yasal sorumluluklar oluşturmaktadır. Bu alandaki sorumluluklar kurumun çevreye karşı yerine getirmesi gereken hukuk ile yasalaştırılmış tüm kanun, kararname, tüzik gibi hukuksal kuralları kapsamaktadır. Toplum kurumlardan bu kural ve yasalara uygun şekilde faaliyette bulunmasını beklemektedir. Bu kurallar yalnızca ulusal değil, uluslararası düzeydeki yasaları da kapsamaktadır.

Carroll, yasal sorumlulukların bileşenlerini; devletin kanunlarına uygun şekilde faaliyet göstermek, çeşitli merkezi ve yerel kanunlara uymak, kanunlara uyan bir kurumsal vatandaş olmak, başarılı bir kurum olabilmek için yasal yükümlülükleri tamamen yerine getiren bir kurum olarak tanımlanmak ve yasal gereklilikleri en azından asgari düzeyde karşılayacak ürün ve hizmetleri sağlamak olarak sıralamaktadır (Carroll, 1991, s. 40). Devlet, işçi hakları, çevre kirliliği, haksız rekabet, ayrımcılık, halk sağlığı, ürün güvenliği vb. konularda kurum ve kuruluşlara yasal sınır ve zorunluluklar getirmektedir. Kurumlar ise hem örgüt hem de toplumsal çıkarlar göz önüne alınarak oluşturulan bu yasal kurallara göre hareket etme yükümlülüğündedirler. Aksi halde cezai uygulamalarla karşılaşmak zorunda kalacak ve toplumsal bakış açısıyla da güven kaybı yaşayacaklardır.

Carroll'un piramidinin üçüncü basamağını etik sorumluluklar oluşturmaktadır. Toplumda hüküm süren etik değer ve normlara uygun çalışılması, yeni ortaya çıkan değerlere saygı duyulması ve benimsenmesi, kurum faaliyetleri sırasında bu değer ve normlara zarar verecek çalışmaların önüne geçilmesi, yasal zorunluluklardan öte ahlaki bir kurumsal anlayışın yönetimde etkili hale getirilmesi etik sorumluluklar olarak değerlendirilmektedir (Ersöz, 2007, s. 31).

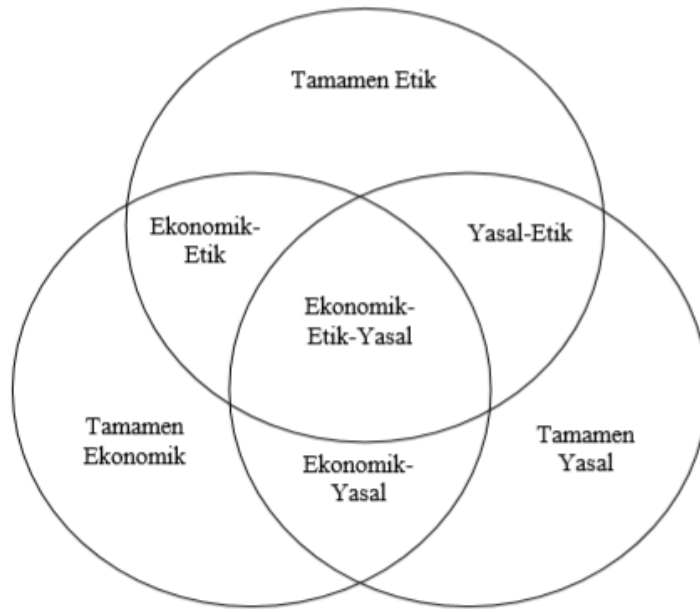
Yasal sorumluluklar gibi yazılı olmayan fakat toplum tarafından uyulması beklenen etik sorumluluklar, toplum gözünde kuruma duyulan güveni arttıracak değerdedir. Sosyal sorumluluğun çekirdek kısmı şeklinde ifade edilebilecek olan etik davranışlar, hissedarların, çalışanların, müşterilerin ve toplumun kurumda hüküm süren hak ve adaletle ilgili olan algılarını şekillendirmektedir (Çerik & Özarslan, 2008, s. 593)

Piramidin en üst basamağını gönüllü sorumluluklar oluşturmaktadır. Bu sorumluluklar hiçbir zorunluluk ya da baskı olmadan, kurumun kendi inisiyatifi doğrultusunda, kurumla ilgili olmayan sektör ve alanlar da dahil olmak üzere, toplumsal konularla ilgili üstlendiği gönüllülük esasına dayalı sorumluluklardan meydana gelmektedir. Kanuni bir zorunluluk ya da belirli grupların beklentisi dahilinde olmayan bu gönüllü sorumluluklar, toplum refahını yükseltmeyi, yaşam kalitesini arttırmayı, içinde bulunulan yerel topluluğa katkı sağlamayı hedeflemektedir (Özüpek, 2005, s. 80).

Carroll, gönüllü sorumlulukların bileşenlerini; toplumun hayırsever beklentilerine uygun şekilde faaliyet gösterme, bilime ve güzel sanata yardımda bulunma, kurum yönetici ve çalışanlarının kendi çevrelerindeki gönüllü programlara katılma, eğitim kurumlarının yanında olma ve toplumsal yaşam kalitesini arttıracak projeleri destekleme olarak ifade etmektedir (Carroll, 1991, s. 41). Özellikle günümüz modern kurumlarında gittikçe artan bir şekilde bu tür sosyal sorumluluk uygulamalarının gerçekleştirildiği görülmektedir.

1.4.11.Üç Alanlı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

Üç alanlı kurumsal sosyal sorumluluk modeli Carroll'un ekonomik, yasal ve etik alanları içine alarak, gönüllülüğün içerisinde etik ve ahlaki boyutların zaten varolduğunu savunmakta, bu nedenle bu boyutu ayrı olarak değerlendirmemektedir. Carroll'un dört boyutlu kurumsal sosyal sorumluluk modeli baz alınarak geliştirilen üç alanlı sosyal sorumluluk modeli, bu üç alanın birleşimiyle birlikte 7 farklı boyuttan bahsetmektedir (Schwartz & Carroll, 2003, s. 509).



Şekil 2. Üç Alanlı Sosyal Sorumluluk Modeli

Kaynak: (Schwartz & Carroll, 2003, s. 509).

Şekildeki gibi boyutlar; tamamen ekonomik, tamamen yasal, tamamen etik, ekonomik-etik, ekonomik yasal, yasal-etik ve her üçünü de birleştiren ekonomik-etik-yasal boyutlarından oluşmaktadır.

Kurumların hangi alanlarda daha yoğunluklu uygulamalar gerçekleştirdiği bir diğer kuruma göre farklılık göstermektedir. İşletmenin bulunduğu sektör ve çevre grupların beklentisi bu alan seçimleri üzerinde etkilidir.

1.4.12. Carroll'un Üç Boyutlu Sosyal Performans Modeli

Carroll, kurumsal sosyal performansı üç başlık altında değerlendirmiştir. Bunlar sosyal sorumluluk, sosyal sorunlar ve sosyal tepkidir (Carroll A. , 1979, s. 499).

İlk konuyu sosyal sorumluluk oluşturmaktadır. Carroll dört alana ayırdığı sosyal sorumlulukların en önemlisinin ekonomik sorumluluklar olduğunu ifade etmektedir. Toplumdaki ekonomik birimler olarak değerlendirilen ticari kurumların, toplum tarafından en büyük beklentilerini, ihtiyaçları olan ürün ve hizmetleri üreterek ve bunu belli bir kâr ile satışa sunmaları oluşturmaktadır. Kurumlar bunu yaparken ikinci boyut olan hukuki kurallar çerçevesinde yapmalıdırlar. Diğer bir boyut olan etik sorumluluklar ise daha karmaşık olan alandır. Neyin etik olup olmadığı

konusunda tartişmalar olabilmekte fakat kurumların genel anlamda toplumun genelinde hüküm süren etik görüşler çerçevesinde hareket etmesi istenmektedir. Diğer boyut olan gönüllülük ise kurumdan, toplumsal sorunlara karşı gönüllülük esasına dayanan biçimde hareket etmesi beklentisidir. Bu beklentiği herhangi bir zorunluluk söz konusu olmamasına rağmen, kurumun takdirine bırakılan sorumluluklar oluşturmaktadır.

İkinci konuyu sosyal sorunlar oluşturmaktadır. Kurumsal sosyal performans modelinin kavramsal çerçevesi dahilinde yalnızca sosyal sorumluluk boyutları değil, sosyal sorunların belirlenmesinin de önemli olduğunu ifade eden Carroll, bu sorunların zaman içerisinde değişebileceğine dikkat çekmektedir. Kurumların da bu sorunlarla ilgilenme dereceleri farklılık göstermektedir. Genel olarak bu sorunların hepsini kapsayan bir sıralama bulunmamasına karşın, çalışan hakları, çevre, tüketici hakları, ürün güvenliği gibi konular bu sorunlar kapsamında genel çerçevede değerlendirilebilecek başlıklardır.

Üçüncü ve son alan ise sosyal duyarlılıktır. Bu duyarlılık kurum tarafından oluşturulacak aktif bir tepki de olabilir, tepkisizlik de olabilir. Kurumların sosyal sorumlulukları olduğu düşüncesinin bir ileri aşamasında önemli olan noktanın kurumların bu sorumlulukları kabullenmesinden çok, benimsemesi ve içselleştirmesidir. Bundan kasıt yalnızca etik bir görüş olarak kabullenmek değil, sorunlar karşısında oluşturulan çözümlerin varlığı ve bunların uygulanma dereceleridir. Kurumların bu sorumlulukları benimseme dereceleri, ancak ürettikleri çözümler ve gerçekleştirdikleri uygulamalar neticesinde belirlenebilir.

1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Uygulama Alanları

Kurumların ilişkide bulunduğu çeşitli çıkar grupları mevcuttur. Bu gruplar iç çevre ve dış çevre olarak adlandırıldığı gibi, birincil gruplar ya da ikincil gruplar olarak da isimlendirilebilmektedirler. Birincil gruplar, kurumun ekonomik faaliyetleri üzerinde doğrudan etkiye sahip olan hissedarlar, yöneticiler, çalışanlar, tedarikçiler ve müşterilerdir. İkincil gruplar ise, kurum faaliyetlerinde doğrudan etkisi bulunmayan fakat özellikle uzun dönemli hedeflerin gerçekleştirilmesinde etkili olan devlet, sivil

toplum kuruluşları, meslek odaları, sendikalar, yerel yönetimler, eğitim kuruluşları gibi politik ve sosyal çevre gruplarından oluşmaktadır (Özüpek, 2005, s. 43).

İşletmelerin iç ve dış çevre gruplarına karşı sahip olduğu sosyal sorumluluklar detaylı olarak aşağıda yer almaktadır.

1.5.1. Çalışanlara Karşı Sorumluluk

Çalışanlar, kurumların en önemli paydaşlarından birini teşkil etmektedir. Kurum içi işleyişin ve düzenin bozulmaması, etkin ve verimli şekilde kurumun varlığını sürdürebilmesi açısından kurum çalışanlarının işlerini yapma konusunda istekli ve mutlu olmaları oldukça önemlidir (Bayraktaroğlu, İlter, & Tanyeri, 2009, s. 11).

Çalışanlar günümüzde “iç müşteri” olarak değerlendirilmekte ve dış müşteriye karşı gösterilen önem, dikkat edilmesi gereken etik değerler ve beklentileri karşılamaya yönelik uygulamalar, çalışanlara karşı da titizlikle yerine getirilmelidir. Ayrıca çalışanlarla iyi ilişkiler kurulması, performans ölçütü haricinde herhangi bir ayrımcılık yapılmaması, farklılıkların zenginlik olarak değerlendirilmesi gerekmektedir (Argüden, 2002, s. 17).

Kurumların, çalışanlara karşı yasal ve etik sorumlulukları vardır. Fakat günümüzde toplumsal beklentilerin değişmesi gibi çalışanların da kurumlardan beklentileri değişmiştir. Artık yalnızca hukuki kurallara uyarak genel ahlak değerleri çerçevesinde bir iş ortamı sunulması yeterli gelmemekte; çalışanların yükselebilmelerine fırsat veren, yalnızca kendileri için değil aileleri için de çeşitli uygulamalarda bulunan, çalışanların istedikleri alanlarda onlara eğitim imkânı sunan, çalışma konusunda kendilerine motivasyon sağlayan, sadece kazanç değil manevi tatmin de yaratacak kurum beklentisi oluşmuştur.

Bunlardan bazıları; çalışma hakkına saygı gösterme, adil ücret ödeme, çalışanlarına özgür konuşma hakkını sağlama, işçilerin dernek sendika kurma ve grev yapma hakkına engel olmama, özel hayatın gizliliği hakkında saygılı olma, güvenli ve sağlıklı koşullar yaratma ve çalışma hayatının kalitesini yükseltme, çalışanlar arasında ayrımcılık yapmama, tacizden sakınma, çalışanların yıldırıma maruz

kalmamasını sağlama ve çalışanların kararlara katılma hakkını sağlama sorumluluğudur.

Dünya genelinde kurumların çalışanlara yönelik sorumluluklarını şu şekilde özetlemek mümkündür: İş hayatında asgari yaş sınırına uymak, asgari ücret kuralına uymak, iş güvenliği ve işçi sağlığına dikkat etmek ve yasalara uymak, işe alma ve çıkarma süreçlerinde hukuksal düzene dikkat etmek, ekonomik krizlerde toplu çıkarımdan önce başka alternatifleri değerlendirmek, çalışanlarına iyi bir emeklilik programı sağlayarak, dil, din, ırk ve cinsiyet ayrımı yapmamak, tüm çalışanlarına eşit fırsatlar sunmak, kariyer gelişimi ve terfi konularında açık politikalar belirlemek, adil ve düzenli ücret ödeme politikasına sahip olmak, çalışanların yaratıcılıklarını teşvik etmek ve fikirlerini dile getirmelerine destek vermek, çalışanların eğitime önem vermek ve onlara deneyim fırsatları sunmak, çalışan ailelerinin ihtiyaç duyacakları konularda onlara yardım etmek en çok beklenen sosyal sorumluluklar olarak sayılabilir (Güzeltik Ural & Güler Yılmaz, 2005, s. 251).

Kurumlar artık yukarıdaki beklentiler doğrultusunda çalışanlarına yönelik sorumluluklarını genişletmekte ve buna yönelik iç stratejiler belirlemektedirler. Kurum içindeki motivasyonun kurum başarısına etki edeceği düşüncesi modern yönetim anlayışında önemli bir yere sahiptir. Ayrıca kurumu dışarıya yansıtan yüzler olarak değerlendirilen kurum çalışanları, kurumun genel imajı üzerinde de etkili olmaktadır. Kurumun, önemli bir paydaşı olan çalışanlarla iyi ve doğru ilişkiler kurması ve beklentilerini karşılaması, kurumun sürdürülebilirliği üzerinde doğrudan etkilidir.

1.5.2. Müşterilere Karşı Sorumluluk

Günümüz ekonomik faaliyetlerinin en temelini, tüketicilerin ihtiyaç, istek, beklenti ve tercihleri oluşturmaktadır. Kurumlar da bu beklentileri karşılamak için istekleri yerine getirmeye çalışmakta, hem kurum çıkarları doğrultusunda maksimum karı elde edecek hem de toplum kaynaklarını gereksiz yere kullanmayacak ürün, hizmet oluşturmakta ve çeşitli sosyal sorumluluk uygulamalarında bulunmaktadır.

Müşterilere verilen önemin hızla artması, tüketicinin de söyleyecek şeylerinin olduğunun ve bunları dile getirilmesi gerektiğinin fark edilişiyse olmuştur. Kurumlar da pazarda var olabilmek için tüketicilerin söylediklerini dinlemek ve dikkate almak durumunda kalmışlardır (Bozkurt, 2000, s. 25).

Ürün ve hizmetlerle ilgili doğru bilgileri vermek, kaliteli ürün ve hizmet sunmak, tüketiciye karşı iletişim faaliyetlerinde dürüst bir tutum sergilemek, müşteri şikayetlerini dikkate alarak çözüm geliştirmek, eleştiriler karşısında olumlu bir tavır sergilemek vb. davranış ve uygulamalar müşterilere karşı sorumluluklardandır. Bunların yanında müşteri gizliliğine önem verilmesi ve müşteri çıkarlarının en yüksek seviyede düşünülmesi kurumun sorumlulukları arasında bulunmaktadır (Özgen, 2006, s. 33). Müşterilerine karşı bu sorumluluklarının bilincinde olan ve buna göre müşteri ilişkilerini düzenleyen kurumların, yalnızca ekonomik başarısı artmakla kalmayacak, aynı zamanda günümüzün değerli bir olgusu olan kurum itibarı ve imajı da olumlu yönde etkilenecektir.

1.5.3. Sosyo-Kültürel Çevreye Karşı Sorumluluk

Kurumlar da tıpkı bireyler gibi bir toplumun içerisinde var olmakta ve onun bir parçası halinde varlıklarını sürdürmektedirler. Bu bakımdan, kurumların da içerisinde bulundukları topluma karşı sorumlulukları vardır.

Kurumların en birinci önceliği toplumun etik değerlerine ve normlarına uygun şekilde hareket etmeleri ve uygulamalarını bu doğrultuda gerçekleştirmeleridir. Toplumun inançlarına karşı saygılı olmalı ve gerçekleştirecekleri faaliyetlerde toplumda hüküm süren inançlara karşı saygısız olarak algılanacak bir davranış ya da söylemde bulunmamaya dikkat etmelidirler (Bayrak, 2001, s. 105). Sosyal kabul görüşün temeli buna dayanmaktadır.

Kurumlar, çeşitli iş kollarında istihdam yaratarak toplumun gelişimine katkı sağladıklarından temel sosyal sorumluluklarının bir kısmını yerine getirmektedirler (Özüpek, 2005, s. 61). Fakat günümüzde kurumların ekonomik ve yasal sorumluluklarını yerine getiriyor oluşu yeterli gelmemektedir. Kurumsal sosyal sorumluluğun temelinde toplumdaki aldığını topluma geri verme anlayışı

yatmaktadır. Bu bağlamda kurumlar tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk uygulama ve çalışmaları, topluma fayda sağlayacak, onu geliştirecek, toplumsal yaşam kalitesini arttıracak nitelikte olmalıdır (Gök N. , 2007, s. 59). Kurumlar da temel sorumluluklarının yanı sıra gönüllü olarak adlandırılan çeşitli sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunarak bu beklentiyi karşılamaya çalışmaktadırlar.

Bu alandaki önemli bir nokta da toplumsal bütünleşmedir. Toplumsal bütünleşme ile kastedilen; kurumun toplumla birlikte karşılıklı çalışarak topluma hizmet etmesidir (Yıldırım & Karafes, 2011, s. 25). Bu bağlamda toplumun kendisinin olduğu kadar kurumların da topluma karşı görevleri vardır. Kurumların, içerisinde bulundukları toplumun çeşitli alanlardaki ihtiyaçlarını karşılama amacıyla kurulduğu gerçeğinden yola çıkılırsa, topluma hizmet etmeleri gerektiğini ve bu hizmet sonucu varlıklarını sürdürebileceklerini söylemek doğru olacaktır. Günümüzde ise toplumun kurumlardan beklentisi yalnızca bir ürün ya da hizmet sunmakla yeterli kalmamakta, toplumun genelinin refah düzeyini arttıracak ya da toplumsal sorunlara çözüm üretecek eylemlerde bulunmalarını da kapsamaktadır. Kurumlar da bu beklenti doğrultusunda çeşitli sivil toplum kuruluşlarıyla, sendikalarla, meslek odalarıyla, yerel yönetimlerle veya diğer özel kuruluşlarla iş birliği içerisinde olarak ve toplum yararına projeler hayata geçirmektedirler. Böylece toplumsal gelişime katkı sağlayarak, hem kendileri hem de toplum için değer üretmektedirler. Toplumun da kurumlardan beklentisi bu şekilde karşılanmaktadır.

1.5.4. Devlete Karşı Sorumluluk

Kurumun dış çevresindeki en önemli paydaşı devlettir. Çünkü hukuksal düzen içerisinde kurumların varlıkları ve bu varlığın devamı için en birinci karar mercii devlettir. Kurumun varlığının yanı sıra faaliyetleri üzerinde de direkt olarak etkili olan devlete karşı ise kurumların en temel sorumluluğu; hukuk kurallarına uygun şekilde faaliyette bulunmak ve dürüst bir gelir elde etmektir.

Devlet, kurumlar için adil rekabet ortamı yaratan ve kurallara uymayanları çeşitli müdahalelerle sisteme uymaya zorlayan ya da cezalandıran hakem konumundadır.

Yalnızca hukuk olarak değil devletin her alanda belirlediği stratejiler ve aldığı kararlar kurumların tüm kararları üzerinde etkili olmaktadır.

Bir diğer yandan IMF ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar da kurumlar için büyük önem taşımaktadırlar. Küresel dünyadan bahsederken yalnızca devlet değil, uluslararası kuruluşların da yerel yönetimlere ve yerel kurumlara etkisi gittikçe arttığından bahsetmek gerekmektedir. (Aktan & Börü, 2007, s. 18). Bunun yanı sıra yerel yönetimlerin de kurumların stratejileri üzerinde doğrudan etkileri vardır. Bu bağlamda devlet ve devletin kurumlarının işletmelerin varlığına, stratejilerine, karar ve uygulamalarına doğrudan etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

1.5.5. Doğaya ve Çevreye Karşı Sorumluluk

Kurumlar varlıkları gereği çevre ile sürekli bir ilişki halindedir. Bazı kurum ve kuruluşlarda bu ilişki daha yoğun ve farklı boyutlarda gerçekleşmektedir. Özellikle üretim yapan kurumlar için çevresel sosyal sorumluluk konusu oldukça önemlidir.

Kurumlar çevreye zarar vermeyecek ya da en azından tolere edilebilir düzeyde zararlı faaliyetlerde bulunacak şekilde tüm süreçlerini yönetmelidirler. Hava kirliliği, çevresel atık, zehirli gaz salınımları vb. sonuçlar, kurumun sürekliliği için mecburi çıktılar olarak kabullenilmek zorundaysa, bunların en az seviyeye indirgenmesi sağlanmalıdır.

Çevreye duyarlı bir kurum profili yaratmak öncelikle bunun içselleştirilmesi ile mümkün olacaktır. Bu nedenle kurumların, şirketin ana amaçlarından birinin çevreye duyarlılık olduğunu kabullenmeleri, tüm faaliyet alan ve süreçlerinde buna bağlı kalmaları gerekmektedir. Bu bağlamda atılması gereken en önemli adımlardan biri çalışanların eğitimi ve motivasyonudur. Kurumlar, ürün ya da hizmetlerini üretmeye başlamadan önce, öngörülü bir şekilde faaliyetlerinin sonuçlarını hesaplamalı ve çevre konusunda herhangi olumsuz bir durum oluşturacak faaliyetlerden vazgeçmeli ya da alternatif yollar aramalıdır. Çevresel bir sorun oluşturmayan, hedeflenen kullanım şekli dolayısıyla herhangi bir tehlike yaratmayan, gerekli enerji ve tabii kaynak miktarı konusunda ekonomik, geri dönüştürülebilir ya da güvenli bir tavsiye şekli bulunan ürün ve hizmetler geliştirmek kurumların sorumluluklarındandır

(Gökbunar, 1995, s. 6). Kurumların olumlu çevresel politikalar belirlemesi, kamu gözündeki imajını da olumlu etkileyecek; bu durum kurumun imajına ve dolayısıyla karına da olumlu şekilde yansıtacaktır. Hava kirliliğini azaltmaya ve önlemeye yönelik yeni yöntemler geliştirmek, gürültü kirliliğini azaltacak eylemlerde bulunmak, dengeli endüstri dağılımı sağlamak, ürün ve atıkların geri dönüşümünü sağlayıcı faaliyetler kurumların doğaya ve çevreye karşı sorumluluklarına örnek sayılabilir (Balta Peltekoğlu, 2007, s. 191). Kurumlar, bulundukları sektöre göre farklı alanlardaki çevresel sorunlara yönelebilirler.

Kurumlar çevresel sorunlara çözüm üretirken çoğu zaman çeşitli sivil toplum kuruluşları, hükümetler ve kamu kurumlarıyla iş birliği içerisinde bulunmaktadır. Sorumluluk sahibi kurumlar gelecek nesillere daha iyi şartlarda bir çevre bırakabilmek adına üstlerine düşen görevleri yerine getirmelidirler. Bu anlayış çerçevesinde gelişen bilinç, sürdürülebilir kalkınma düşüncesini beraberinde getirmiştir. Mevcut kaynakları şuanki ihtiyaçlar için kullanırken, gelecek nesillerin ihtiyaç ve haklarını da göz önünde bulundurmak ve tüm üretim - tüketim süreçlerini bu doğrultuda planlamak sürdürülebilir kalkınmanın en önemli noktasını oluşturmaktadır. Kurumlar da bu doğrultuda hareket ederek hem çevreye karşı duyarlı olmakta, hem de topluma ve insanlığa karşı sorumluluklarını yerine getirmektedirler.

1.5.6. Hissedar ve Yatırımcılara Karşı Sorumluluk

Kurumların hissedar ve ortakları kurum kararlarından doğrudan etkilenen kitlelerdir. Kurum tarafından alınan bir karar ya da uygulamaya konulan herhangi bir eylem doğrudan yatırımcının karı üzerinde etkili olacaktır. Bu bakımdan kurumlar hissedar ve yatırımcılarına karşı sorumludurlar.

Hissedar ve yatırımcılar, yatırım yaptıkları kurumların kâr sağlayarak kendilerine ekonomik gelir sağlamalarını ve kurumun hisse değerinin artmasını beklemektedirler. Bu koşullar sağlandığı takdirde kuruma olan yatırımlarını devam ettirmektedirler. Bu koşulları sağlayamayan kurumlar yatırımcı desteğini kaybedecek ve finansal anlamda zorluk yaşayacaklardır. Kurumun hissedar ve yatırımcılara karşı olan bir diğer sorumluluğu da kurumun mevcut finansal durumu ve sermayenin

kullanımı hakkında doğru bilgiyi ulaştırmaktır (Bayraktaroğlu, İlter, & Tanyeri, 2009, s. 17). Hesapların doğru tutulması, kurumun kâr ve zarar hesaplarının gerçekçi şekilde hesaplanıp değerlendirilmesi, mevcut faaliyetler ve geleceğe yönelik planların gerçekçi ve eksiksiz şekilde yatırımcı ve hissedarlarla paylaşılması kurumların diğer sorumluluğundadır.

1.5.7. Tedarikçilere Karşı Sorumluluk

Kuruma çeşitli mal ve hizmet sağlayan tedarikçiler kurumların varlığını sürdürebilmelerinde büyük öneme sahiptirler. Kurumların müşterilerine sunduğu ürün ve hizmetlerin kalitesinden, maliyetine, rekabet ortamının kurum yararına şekillenmesine kadar tedarikçiler önemli konularda etkin rol oynamaktadırlar. Bu nedenle kurumlar da tedarikçilere karşı belirli sorumluluklara sahiptirler.

Kurum ile tedarikçi, kurum arasındaki sorumluklar karşılıklıdır. Haksız rekabetten kaçınmak, tedarikçiler üzerinde onları rakiplerine karşı zora düşürecek güç ve baskı uygulamamak, tedarikçileri çevreye karşı duyarlılıklarını hatırlatmak kurumların tedarikçilere karşı sorumlulukları arasındadır. Tedarikçilerin de kuruma karşı sorumlulukları arasında yeterli miktarda ve kalitede mal sunmak, uygun fiyat sağlamak, hammadde ve malzemeleri uygun bir teslimat yöntemiyle kuruma ulaştırmak yer almaktadır (Coşkun, 2010, s. 83).

Kurumlar ve tedarikçiler birbirlerine karşı sorumluluklarını yerine getirdikleri takdirde karşılıklı olarak kazanç sağlayacak ve karlılıklarını artıracaklardır.

1.5.8. Rakiplere Karşı Sorumluluk

Kurumlar aynı toplumun içerisinde birlikte var olmakta ve birbirlerinden etkilenmektedirler. Topluma karşı sorumlu olan kurum ve kuruluşlar aynı zamanda birbirlerine karşı da sorumludurlar.

Adil bir rekabet ortamı yaratmak kurumların birbirlerine karşı olan başlıca sorumluluğudur. Fiyatlandırmada etik davranılmaması, birkaç kurumun kendi aralarında resmi olmayan yollarla anlaşarak diğerlerine karşı haksız rekabet ortamı oluşturmaları, tedarikçiler üzerinde baskı kuracak iş birlikleri gibi konular etik

olmayacağından hem kurumlar arasında hem de topluma karşı olumsuz sonuçlar doğuracaktır (Bayraktaroğlu, İlter, & Tanyeri, 2009, s. 14). Bu tür konularda kurumların etik kurallar çerçevesinde eylemde bulunmaları ve yalnızca kurum çıkarlarını değil, rakiplerinin ve dolayısıyla toplumun çıkarlarını da gözetmeleri gerekmektedir. Toplumsal kalkınma için gerekli olan bu durum kurumların uzun süreli varlıkları için de önem teşkil etmektedir.

1.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışlarını genel çerçevede ikiye ayırmak mümkündür. Bunlar; temelde sosyal sorumluluğu ticari kurumların yalnızca kâr elde etmesi olarak gören ve diğer tüm konuları kurum dışında tutan klasik yaklaşım ve kurumun kâr elde etmesi dışında da belirli gruplara karşı sorumluluğu olduğunu savunan modern yaklaşımdır.

1.6.1. Klasik Yaklaşım

Ticari kurumların tek sorumluluğunun kâr elde etmek olduğu görüşüne dayanan klasik yaklaşımın en önde gelen savunucusu Friedman'dır. Bu yaklaşıma göre kurumlar yalnızca kâr elde etmeye yönelik finansal karar ve uygulamalarından sorumludurlar.

Kurumları yalnızca ekonomik birer yapı olarak değerlendiren bu yaklaşımda, kurumun karlılık dışında yükleneceği her türlü sorumluluk, kuruma fazladan gider yaratacağından gereksiz ve olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Friedman, hukuki sorumluluklar dışında kalan alanlarda sosyal sorumluluk üstlenmenin; yatırımcı ve ortaklara daha az getiri sağlayacağı, çalışanlara daha az ücret verilmesine sebep olacağı ve tüketiciyi daha yüksek fiyat ödemeye zorlayacağı sebebiyle kuruma aykırı olacağını savunmaktadır (Fieser, 1996, s. 461). Verimli bir şekilde çalışan ve kâr elde eden kurumun, sosyal sorumluluğunu yerine getirdiği savunulmaktadır.

Hissedarlarına hizmet etmeyen kurumun topluma da hizmet etmekten yoksun sayılacağı klasik yaklaşımda (Tak, 2009, s. 7), kurum kâr elde ettikçe yani hissedarlarına hizmet ettikçe var oluş amacını gerçekleştirecek ve bu sayede

içerisinde bulunduğu topluma da katkı sağladığından dolayı sosyal sorumluluğunu yerine getirmiş sayılacaktır.

Friedman sosyal sorumluluğun kurumlara değil insanlara ait bir kavram olduğu üzerinde durarak, yapay bir varlık olan kurumun da sorumluluğunun yapay olacağını söylemektedir. Tek sorumluluğu hissedar ve ortaklarına karşı olan kurumların, kaynaklarını kurum dışı başka alanlardaki sosyal sorumluluk çalışmalarına harcaması ortakların kâr paylarından, çalışanların maddi gelirinden ve müşterilerin refahından çalınması anlamına gelecektir (Tak, 2009, s. 8). Bu bakımdan klasik yaklaşımın etik dayanağı açıklanmaya çalışılmaktadır. Kâr maksimizasyonunun yanı sıra hukuki ve ahlaki kurallara uyulması gerekliliğinin de üzerinde durularak, kurumun toplumsal kabul görmesi sağlanmaya çalışılmaktadır (Karsak, 2008, s. 258).

Zaman içerisinde gelişen yönetim yaklaşımları ve değişen toplumsal beklentilerin de etkisiyle klasik anlayışın kabul görme oranı düşmüş ve yerini toplumla daha iç içe ilişkiler kurmayı gerektiren modern yaklaşım almıştır.

1.6.2. Modern Yaklaşım

Klasik yaklaşımdaki eksikliklerden ortaya çıkan modern yaklaşım, çevreyi esas alması bakımından klasik yaklaşımdan ayrılmaktadır. Bu yaklaşıma göre kurum dışı çevreden sayılan müşteriler, işletme ve kurumlar için birinci derece öneme sahip gruplar olarak değerlendirilmektedir.

Friedman'ın görüşünün tersine, kurumların yalnızca hissedarlara karşı değil, kurumun etkileşimde olduğu çalışanlar, tedarikçiler, müşteriler ve toplum gibi diğer gruplara karşı da sorumlulukları olduğu kabul edilmektedir (Coşkun, 2010, s. 49). Burada vurgulanan kurumların yalnızca ekonomik birimler olarak değil, aynı zamanda sosyal birimler olarak da değerlendirilmesidir. Kâr maksimizasyonu görüşünden ayrılan en önemli nokta, pay sahiplerinin çıkarlarının düşünülmesinin yanı sıra kurum ile doğrudan ya da dolaylı olarak etkileşimde olan diğer grupların da varlığının kabul edilmesi ve onlara karşı da belirli sorumlulukların olduğunun kabullenilmesidir. Bu doğrultuda yönetsel kararların ve kurumsal süreçlerin belli bir kısmından ya da tamamından, etkileşimde olunan bu grupların da etkilendiği

üzerinde durulmaktadır. Bu sebeple de olumlu ya da olumsuz şekilde etkilenen gruplar için de sorumlu bir şekilde davranılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Toplumsal beklentilerin de değişmesiyle birlikte eleştirilen klasik yaklaşımın eksiklikleri, modern yaklaşım ile birlikte tamamlanmaya çalışılmış ve sosyal sorumluluk kavramı ise gün geçtikçe daha önemli bir hale gelmiştir.

Bu yaklaşım, kurumların da sosyal birer kuruluş olduğunu savunarak, yalnızca kâr elde etmeye yönelik çalışmaların kısa vadeli getiri sağlayacağı üzerinde durmaktadır. Topluma yönelik gerçekleştirilecek her türlü sosyal sorumlu davranış ve girişimlerin ise daha uzun vadeli getiri sağlayacağını ve bunun kurum varlığı ile sürdürülebilirliği açısından çok daha büyük öneme sahip olduğunu savunmaktadır (Özüpek, 2005, s. 38). Toplumun beklenti ve taleplerini anlama ve onları tatmin etmedeki başarısızlığın, toplum ile kurum arasındaki sosyal dengeyi bozabileceği gibi kurumun dışlanmasına da yol açabilir. Dolayısıyla kurumlar ticari olduğu kadar toplumsal beklentileri de göz önünde bulundurmalıdırlar (Göksu, 2006, s. 289).

Topluma yatırım yapan kurumların uzun vadede daha karlı hale geleceği üzerinde durulmaktadır. Toplumdan bağımsız bir kurum düşünölemeyeceği ve kurumların toplumsal sorunlardan bağımsız var olamayacağı söylenmektedir. Bu bağlamda modern yaklaşım kurumu çevresi ile birlikte değerlendiren daha geniş bir bakış açısını temsil etmektedir.

1.7. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Türkiye’deki sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimine bakıldığında bu olgunun Osmanlı Dönemi’ndeki “ahilik” ve “lonca” teşkilatlarına dayandığı söylenebilir. Yine bu dönemdeki vakıf yapılanmaları da sosyal sorumluluk uygulamalarının şekillendiği ve hayata geçirildiği yerler olarak değerlendirilmektedir. (Bikmen, 2003, s. 2). Dönemde sağlık, eğitim, bayındırlık, güvenlik ve sosyal yardımlaşma gibi konularda çeşitli çalışmalar bu yapılar aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Vakıf yapısının ise günümüzde hala devam ettiği görölmektedir. Özellikle büyük şirketlerin ve kuruluşların vakıflar kurduğu ve sosyal çalışmaların bu yapılar üzerinden gerçekleştirildiği görölmektedir. Her ne kadar şirketlerin ve hayırseverlerin

bağışlarıyla varlığını sürdüren vakıflar, Türkiye’de sosyal sorumluluk çalışmalarının gerçekleştirildiği önemli noktalar olarak görülse de modern yönetim yaklaşımlarının da benimsenmesiyle birlikte sosyal sorumluluk, kurumları da kapsayan daha geniş bir bakış açısıyla yorumlanmaya başlamıştır.

Türkiye’de akademik alanda sosyal sorumluluk ve iş dünyası arasındaki bağ ile ilgili yapılan çalışmalar 1960’lı yıllara dayanmaktadır. 1960’lı ve 70’li yıllarda yayımlanan çeşitli makalelerde yöneticiler ile sosyal sorumluluk arasındaki bağ sorgulanmış ve iş adamlarının sosyal sorumluluk konusundaki duruşları irdelenmiştir (Yamak, 2007, s. 164-165). Bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk tartışmalarının dünyayla benzer zamanlarda konuşulmaya başlandığı söylenebilir. Yine de uygulama konusunda uluslararası yapılanma ve uygulamaları biraz geriden takip ettiğimiz açıktır.

1970’li yıllarda üzerinde durulan konu daha çok iş adamlarının bakış açısı, çalışanlara, çevreye, tüketicilere yönelik sorumluluklar iken, 1980’li yıllara gelindiğinde kurumların sosyal sorumlulukları tanımlanmaya çalışılmıştır. Özellikle Amerika uygulama ve çalışmaları üzerinden değerlendirmelerin yapıldığı görülmektedir. (Alakavuklar, Kılıçaslan, & Öztürk, 2009, s. 115). Bu dönemde sosyal sorumluluklar daha temel görevler olarak değerlendirilmişlerdir.

1990’lı yıllarda ise sosyal sorumluluk alanında etik konusunun daha ön planda olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra tüketiciye yönelik çalışmalar artmış ve tüketicinin kurumları için önemi daha iyi anlaşılmıştır. Yine diğer sosyal sorumluluk konuları irdelenmiş, özellikle çevreye karşı sorumluluklar vurgulanmıştır. Uluslararası şirketlerin güç kazanması ve yaşanan çevre skandalları bu durum üzerinde etkili olmuştur. Meydana gelen olaylar doğrultusunda toplumun kurumlardan beklediği sosyal sorumluluk davranışları şekillenmiştir.

2000’lere gelindiğinde yapılan araştırmalar ve çalışmalarda yine yoğun olarak etik söz konusu edilmiş ve kurumsal vatandaşlık kavramı irdelenmiştir. Bu bağlamda kurumları da sosyal birer varlık olarak değerlendiren akademisyen ve sektör çalışanları, sosyal sorumluluğun tıpkı insanda olduğu gibi kurumlar için de ahlaki bir değer olarak değerlendirmişlerdir (Güngör, 2017, s. 127). Bilinçlenen toplumun bir

getirisi olarak kurumların sosyal sorumluluğu içselleştirmesi ve tıpkı sosyal sorumlu bir birey gibi, sosyal sorumlu bir kurum kişiliği oluşturmak önem kazanmıştır.

Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu'na (Göçenoğlu & Onan, 2008, s. 5) göre, 1980'lerden itibaren Türkiye ekonomik anlamda önceki yıllardan farklı stratejiler benimseyerek çeşitli uygulamalarla ekonomik anlamda önemli bir büyümeye girmiştir. Yurtdışı ekonomik bağlantıların da arttığı bu dönemde, uluslararası kurum ve kuruluşlarla sosyal sorumluluk bakış açısını da şekillendiren önemli ilişkiler kurulmuştur. Gerek iş birliği yapılan gerekse örnek alınan şirketlerin bu alandaki beklenti ve uygulamaları Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk bakış açısı üzerinde etkili olmuştur. Her ne kadar sosyal sorumluluğa bakış açısı gelişse de ekonomik anlamdaki bu hızlı ilerleme beraberinde şirketlerin üzerinde yarattığı ekonomik baskı ve rekabet edebilirlik yeteneğine sahip olma isteği, sosyal sorumluluk uygulamalarına gereken ağırlığın verilememesine ve bütçe ayrılamamasına sebep olmuştur.

Raporda söz konusu edilen bir diğer nokta ise Türkiye'deki şirketlerin çoğunluğunun aile şirketi oluşu, dolayısıyla da şirketlerde büyük pay sahiplerinin bulunuşudur. Bu durum kurumsal sosyal sorumluluğun, kuruma atfedilmesinden çok iş adamlarının karar ve gönüllülükleri esasıyla gerçekleştirildiğine dikkati çekmektedir.

Türkiye'de gerçekleştirilen sosyal sorumluluk uygulamalarının daha çok sponsorluk üzerine şekillendiği görülmektedir (Göçenoğlu & Onan, 2008). Kurumlar açısından da daha kolay bir uygulama şekline sahip oluşu ve daha az emek gerektirmesi dolayısıyla sponsorluk çalışmalarına ağırlık verildiğini söylemek mümkündür. Henüz tam anlamıyla sosyal sorumluluk bilinci oturmamış olan toplumda, sponsorluk yoluyla sosyal sorumlu bir kurum algısı yaratmak kolay olmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulama ve girişimlerinde önemli bir etkeni de sivil toplum kuruluşları oluşturmaktadır. Vakıflar ve dernekler, sosyal sorumluluk uygulamalarının gerçekleştirildiği birimler olarak varlıklarını sürdürmekle beraber, hem özel sektör hem de kamu sektörü üzerinde önemli birer baskı unsuru olma özelliklerini de taşımaktadırlar. Bu yapılar sosyal sorumluluk projelerini kendileri

oluşturup uyguladığı gibi, kamu veya özel sektör iş birlikleriyle de ortaklaşa projeler hayata geçirmektedirler.

Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllülük mü yoksa zorunluluk mu olarak uygulandığı konusunda raporda ortaya konan durum ise; kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili doğrudan bir kanun bulunmasa bile konuyla alakalı çeşitli kanunların var oluşudur. Şirket vergileri, engelliler için pozitif ayrımcılık, tüketici hakları, çevrenin korunması, yenilenebilir enerji kaynakları, yolsuzlukla mücadele vb. konularda var olan çeşitli kanunlar, şirketlerin sosyal sorumluluk alanında bazı uygulamaları zorunlu olarak gerçekleştirmesini sağlamaktadır.

Hukuksal alanda kurumsal sosyal sorumluluğu teşvif eden gelişmeler de kaydedilmiştir. Bu konularda gerçekleştirilen uygulamalardan biri vergi indirimleridir. Sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştiren şirketler vergi indirim ve teşviklerinden faydalanabilmektedir. Bu durum şirketlerin çeşitli projelere katkılarını artırdığı gibi onları yeni projeler oluşturmaya da gönüllü hale getirmiştir.

Uluslararası sözleşmeler de Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluğun temellerini oluşturan bir diğer etkidir. Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi, Çocuk Hakları Sözleşmesi, Çok Uluslu İşletmeler Genel İlkeleri (OECD), Eşit Ücret Sözleşmesi (ILO, 1951), Ayrımcılık (İş ve Meslek) Sözleşmesi (1958), Kötü Şartlardaki Çocuk İşçiliğinin Yasaklanması Sözleşmesi (1999), Örgütlenme ve Toplu Sözleşme Hakkı Sözleşmesi (1949) gibi sözleşmeler ile özellikle çalışma standartları konusunda sosyal sorumlu bir yapı oluşmasına katkı sağlamıştır. Bunların yanı sıra Avrupa Birliği’ne kabul sürecinde gerçekleştirilen anlaşma ve projeler de kurumsal sosyal sorumluluğa önemli katkılar sağlamış ve Türkiye’nin bu alandaki ilerlemesini hızlandırmıştır.

Sonuç olarak, Türkiye’de yaşanan ekonomik krizler ve sosyal olaylar kurumsal sosyal sorumluluk alanını da etkilemiş, genel olarak büyük oranda iş dünyasının şekillendirip yönettiği, devlet ve sivil toplum kuruluşlarının da hem baskı unsuru olarak yer aldığı hem de denetleyici konumunda bulunduğu bir ortam meydana gelmiştir. Gerek toplumsal bilincin gelişmesiyle değişen beklentiler, gerekse uluslararası iletişim, etkileşim ve iş birliklerinin artmasıyla oluşan zorunluluklar

kurumsal sosyal sorumluluk üzerinde etkili olmuştur. Günümüzde gelinen son noktanın ise, hali hazırdaki durumun beklentiyi henüz karşılayamasa da giderek büyük bir hızla geliştiği ve sosyal sorumluluğun kurumsal vatandaşlık bakış açısıyla birçok kurum ve kuruluş tarafından daha çok benimsendiği söylenilebilir.

1.8. Paydaş Teorisi

Günümüz modern kurum ve kuruluşlarının yönetim anlayışlarında paydaş kavramı büyük önem taşımaktadır. Modern yaklaşımda bahsedilen kurumsal sosyal sorumlulukta da paydaş kavramına sıkça rastlanmaktadır.

Paydaş kelimesinin İngilizce karşılığı “stakeholder” kelimesidir. “Stake” kelimesi çıkar, yarar, beklenti anlamına gelmektedir. Ayrıca bir girişimden elde edilen pay ya da fayda olarak da düşünülebilir. Burada bahsedilen pay, hem yasal hakkı gösteren bir değer olabileceği gibi ufak bir faydadan ibaret de olabilir (Ertğrul, 2008, s. 212). “Stakeholder” kelimesini “etkileşen” olarak da tercüme etmek de mümkündür. Günümüzde kullanılan anlamı ile karşılıklı birbirini etkileyen grup ya da kişiler olarak ifade edilen paydaş kavramını, “etkileşim halinde olanlar” olarak ifade etmek daha anlaşılır ve doğru olacaktır.

Paydaş terimini kurum ve tüketim ilişkisi açısından ele alan ve tanımlayan ilk kişi Freeman (1963) olmuştur. Freeman paydaş kavramını “bir kurumun hedeflerine ulaşmasını etkileyen ya da bu hedeflerden etkilenen herhangi bir grup ya da kişi” olarak tanımlamıştır (Freeman, 1994). Baron da benzer olarak paydaş kavramını, toplumda kurumun ilişkide olduğu, kurum faaliyetlerinden etkilenen ya da tersi olarak faaliyetleriyle kurumu etkileyen toplumsal taraflar olarak ifade etmektedir (Aktan & Börü, 2007, s. 14). Bu tanımlardan yola çıkılarak daha geniş anlamda, kurum ile karşılıklı olarak birbirini olumlu ya da olumsuz etkileyen, birbirlerinin karar ve faaliyetlerinden etkilenen, kurum ve kuruluşlar ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkide olan tüm kesimler; kişi, kurum veya yapılar paydaş olarak değerlendirilmektedir. Günümüzdeki karmaşık toplum yapısı ve iş dünyasının ilişkisi beraberinde paydaş gruplarını da artırmış ve paydaşların sınıflandırılması konusunda çeşitli çalışmalar yapılmıştır.

Thompson, paydaşları çok geniş olarak ele alarak kurum ile ilişkisi olan tüm gruplar olarak tanımlamıştır (Thompson, Wartick, & Smith, 1991, s. 214). Clarkson ise, diğerlerimin aksine kurum hedefleri üzerinde etkili olabilecek ya da faaliyetleri ile kurum hedeflerini etkileyebilecek grupları sürekli olarak göz önünde bulundurmanın gerçekçi olmadığını ileri sürmekte; paydaş ilişkilerinin sınırsız olabileceğini ve bunu göz önünde bulundurmanın uygulanabilir bir davranış biçimi olmadığını belirtmektedir (Clarkson, 1995, s. 93). Her iki görüşü de tamamen doğru veya yanlış olarak değerlendirmesek de ikisinin de haklı yönleri olduğunu söylemek gerekmektedir. Günümüz modern dünyasında kurumların birçok paydaş ile etkileşimde olduğu açıktır. Fakat söz konusu paydaşların ve etkilerinin iyi değerlendirilmesi, sınıflandırılması ve netleştirilmesi, kurumun alacağı kararlar ve uygulamalarının iyi yönetilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu konuda Donaldson ve Preston, paydaşların kim olduklarına ve kurulan ilişkilere geniş bir tanımlama getirmenin zorluğu ve bunun netleştirilmesi gerektiği üzerinde durmuşlardır. Pay sahibi olanlar ve etkileşimde olanlar bakış açısıyla yorumladıkları paydaş olgusunun, çeşitli yönleri olduğunu, bazen kurum içi çevreden olanların hem paydaş hem de kurum faaliyetlerinden etkilenen grupta olabileceğini (örneğin hissedarlar), bazen etkilenen grupların kurumda pay sahibi olmayabileceklerini (örneğin medya) , bazen de bazı paydaşların (örneğin iş başvurusu yapan bir kişi) kurum için etkisi olmayabileceğini söylemektedirler (Donaldson & Preston, 1995, s. 67). Tüm bu karmaşık durumdan kurtulmak için paydaşların iyi belirlenmesi, betimlenmesi ve bu gruplarla iletişim ve etkileşimin iyi yönetilmesi gerekmektedir. Kurum amaçlarına ancak bu şekilde ulaşılabilir.

Grunig'in mükemmel halkla ilişkiler ve iletişim yönetimini anlattığı kitabında paydaş, örgüt ile birbirleri üzerinde bir bağ olan insan grubu olarak tanımlanmaktadır. Kurumun her türlü karar ve faaliyetlerinden, politikalarından ve amaçlarından etkilenen tüm birey ve gruplardır (Grunig, 2005, s. 101). Aktan ve Börü ise bunu detaylandırarak kurumun iç ve dış çevresi üzerinden paydaş teorisini ortaya koymaktadırlar. Kurum sahipleri, yöneticileri ve çalışanları kurumun iç çevresini; kurumun faaliyette bulunduğu alanda ilişki içerisinde oldukları; yani müşteriler, tedarikçiler, rakipler ve kamu yönetimleri kurumun faaliyet çevresini; bunlar dışında kalanlar; uluslararası çevre, kültürel çevre, teknolojik çevre, demografik çevre ise kurumun dış çevresini oluşturmaktadır. Kurumsal sosyal

sorumluluk ise kurumun hem iç hem de dış çevresindeki tüm kesimlere karşı sorumluluğu olarak değerlendirilmektedir (Aktan & Börü, 2007, s. 41). Paydaşlarıyla sürekli etkileşim halinde olan kurumlar, tüm bu gruplara karşı sorumludurlar.

Paydaşlarla ne kadar güçlü bir iletişim kurulursa ortak hedeflerin gerçekleştirilmesinin de o derece kolaylaşacağını söyleyen Freeman, aksi durumda da hedeflere ulaşmanın daha zorlaşacağı üzerinde durmaktadır. Paydaş teorisinin temel felsefesi bu anlayış üzerine şekillenmiştir (Aktan & Börü, 2007, s. 14). Bu bağlamda kurum paydaşlarının ihtiyaçlarının ve beklentilerinin en iyi şekilde karşılanması gerekliliği söz konusudur. Bunun doğru bir şekilde yapılabilmesi ise kurumun iç ve dış paydaşlarını doğru bir şekilde belirlemesi ve ilişkilerin tanımlanarak göz önünde bulundurulması ile gerçekleşecektir. Bu şekilde iyi bir yönetim sağlanmış olacaktır.

Evan ve Freeman, kurumların temel amacının, paydaşların çıkarlarını sağlamak olduğunu söylemektedirler. Bu açıdan bakıldığında kurumun amacını yeniden tanımlama ihtiyacı doğmaktadır (Donaldson & Preston, 1995, s. 79). Günümüzde paydaş yaklaşımı, kurumun tüm çevrelerini anlamasını, kâr sağlamasına katkı etmeyen paydaş grupları da dahil olmak üzere tüm paydaşların çıkarlarını düşünerek sosyal sorumlu bir yaklaşımla hareket etmesini zorunlu kılmaktadır.

Paydaş teorisi alanında yapılan çalışmalar genelde iki yaklaşım olarak göze çarpmaktadır. Bunlar; geniş tabanlı bakış açısı yaklaşımı ve sınırlı bakış açısı yaklaşımıdır. Geniş tabanlı bakış yaklaşımı, kurum kararları, faaliyetleri ve yönetiminde, gelir gider süreçlerinde paydaşların etkili olabilmelerine odaklanırken; sınırlı bakış açısı yaklaşımı, paydaşların kurum için zorunlu kılınan hukuki ve etik beklentilerine odaklanmaktadır. Geniş tabanlı bakış açısı yaklaşımı, kurum üzerinde meşru hak iddia etsin etmesin kurumdaki etkilenebilecek ve dolayısıyla kurum üzerinde meşru hakka sahip olanları etkileyebilecek tüm paydaşların önemli olduğu üzerine odaklanmaktadır (Mitchell, Agle, & Wood, 1997, s. 857). Sınırlayıcı bakış açısı ise, paydaşı sadece kurum faaliyetlerinden etkilenenleri değil aynı zamanda etkilenebilme potansiyeli olanlar, yani kurumun karar ve uygulamalarına göre kaybedecek ya da kazanacak finansal ya da beşerî kaynakları olan, risk grubundaki kişi ya da gruplar olarak görmektedir (Clarkson, 1995, s. 94). Bu bağlamda geniş

tabanlı bakış açısı yaklaşımı daha karmaşık olmakla birlikte günümüz kurumlarının varlıklarını sürdürbilmeleri açısından önem teşkil etmektedir. Çünkü sınırlayıcı bakış açısı yaklaşımında söz konusu edilen ve kurumlar için zorunlu kılınan beklentiler kurumun varlığını sürdürmesi için yeterli değildir.

Her ne kadar kurumların çok çeşitli gruplarla iletişim ve etkileşim halinde olduğunu söylesek de her iki yaklaşımı benimseyen kurumların varlığından söz etmek mümkündür. Günümüzdeki küçük ticari kurumlar için sınırlayıcı bakış açısı yaklaşımının, daha büyük ölçekli ve uluslararası kurumlar içinse geniş tabanlı bakış açısı yaklaşımının yönetimde hüküm sürdüğünü söylemek mümkündür.

Paydaş teorisinin türleri ile ilgili önemli bir çalışma da Donaldson ve Preston'a aittir. Yaptıkları çalışmayla paydaş teorisinin türlerini ortaya koymaya çalışmışlar ve üç bunu başlık altında toplamışlardır. Bu yaklaşımlar çoğu zaman iç içe girmiş şekilde görünmekte ve birbirlerini tamamlayıcı niteliktedirler. Bunlar;

Betimsel (Tanımlayıcı) Yaklaşım: Donaldson ve Pretson paydaş teorisinin betimsel bir yanı bulunduğunu söylemektedirler. Burada söz konusu edilen tanımlama, kurumların bazı durumların varlığı ya da yokluğu söz konusu olduğunda meydana gelebilecek zarar veya yararların ortaya konulması, bu durumlara çözüm önerileri getirilmesidir. Kurumlara ait kurumsal özelliklerin ve davranışların açıklandığı yaklaşımda, kurum yapısı, yönetim şekli, yöneticilerin hissedar beklentileri hakkındaki düşünceleri gibi konular da açıklanmaya çalışılmaktadır (Donaldson & Preston, 1995, s. 70). Betimsel teori bu bağlamda kurumun genel işleyişine ve bu süreçte yöneticilerin rollerinin neler olduğuna dair çıkarımlarda bulunarak, kurumla karşılıklı şekilde paydaş ilişkilerini ve tutumlarını ortaya koymaya çalışmaktadır.

Araç Yaklaşımı: Araçsal paydaş teorisi yaklaşımında kurumun amaçları ve bu amaçlara ulaşma yolları ile paydaşları arasında bağ kurmak üzerinedir (Donaldson & Preston, 1995, s. 71). Etkin olmak isteyen kurumlar, amaçlarına ulaşma yolunda gerçekleştirdikleri faaliyetlerden etkilenen ve kendi faaliyetleri ile etkiledikleri gruplara özel ilgi göstermelidirler. Bu da yaklaşımın faydacı özelliğini ortaya koymaktadır (Freeman, Divergent Stakeholder Theory, 1999, s. 233). Bu yaklaşımdaki amaç kurumun karlılık ve verimlilik gibi göstergeleri üzerinde paydaş

ilişkilerinin etkinliğini ortaya koymaktır. Kurumun gerçekleştirdiği faaliyetler ile bunların sonuçları arasında bağ kuran kurumlar, paydaşların istek ve ihtiyaçlarını da daha doğru analiz edebileceklerdir.

Normatif Yaklaşım: Paydaş teorisinin temelini normatif yaklaşım oluşturmaktadır. Bu yaklaşımda teori ile kurumun gerçek verileri arasındaki ilişki ve birbirine uygunlukları ya da paydaş yönetimi ile performans ölçümleri için kullanılan geleneksel eleştiri testleri arasındaki uyum önemli değildir (Donaldson & Preston, 1995, s. 71). Bilgi toplayarak ve bilimsel yöntemlerle hipotezleri test etmek yerine belli kuralları olan durumlara odaklanılmaktadır. Kurum fonksiyonu ve faaliyetleri temel etik ve felsefi ilkelere dayanarak yorumlamaktadır.

Yukarıda bahsedilen paydaş teorisinin üç yaklaşımı iç içe geçerek bütünleşmiş haldedir. Teoriyi bir katman ele alacak olursak dış katmanı betimleyici yaklaşım oluşturmaktadır. Burada dış dünyada yaşanmış ya da yaşanabilecek, gözlemlenen ilişkiler açıklanmaktadır. Orta katmanı oluşturan araçsal yaklaşım ise, betimleyici tarafın doğruluğunun çeşitli metotlarla test edilerek kanıtlandığı alandır. Normatif yani kuralcı yaklaşım ise çekirdeği oluşturmakta, kurumun ve yönetici faaliyetlerinin nasıl olması gerektiğini açıklamaktadır (Donaldson & Preston, 1995, s. 71).

Yukarıda bahsedilen haliyle birçok akademisyen ve teorisyen, paydaş olgusu üzerine farklı tanımlamalarda bulunarak çeşitli teori ve yaklaşımlar ortaya sunmuşlardır. Genel olarak tüm bu tanımlamalardan yola çıkılacak olursa, bir kişi ya da grubun paydaş olarak tanımlanabilmesi için, etileme gücüne sahip olması ya da etkilenebilecek potansiyele sahip olması gerekliliğinin ortak kanı olduğu açıktır. Günümüz kurumlarının hem içerisinde bulundukları toplum ve çevre ile hem de gün geçtikçe artan bir hızla uluslararası çevre ile karmaşık ilişkiler içerisinde olduğu görülmektedir. Artan iletişim kanalları ile çeşitli paydaş gruplarıyla etkileşimin artması ve gelişen bilgi, farkındalık düzeyi dolayısıyla toplumsal beklentilerin değişmesi, kurumları paydaşları ile daha interaktif bir sürece girme zorunluluğunda bırakmıştır. Kurumların varlıklarını sürdürebilmeleri artık yalnızca ekonomik süreçlerin iyi yönetmeleriyle sınırlı değil, paydaş gruplarla iyi ve doğru ilişkiler kurmalarıyla da ilişkilidir. Paydaşlarını doğru tanımlayan, onları iyi tanıyarak istek ve beklentilerinin farkında olan, bu beklentileri karşılamak için uygun faaliyetlerde

bulunan kurumlar, iş dünyasında daha uzun soluklu bir varlık bulacağı gibi ekonomik kazanç ve karlılık anlamında da diğerlerine oranla daha başarılı olacaklardır.

1.9. Sosyal Sorumluluk ve Paydaş İlişkisi

Sosyal sorumluluğun ortaya çıkışında birçok faktör etkili olmuştur. Başlarda zorunluluk olarak düşünülen sosyal sorumluluk, zamanla kurum ile toplum arasındaki etkileşimin artmasıyla birlikte daha interaktif hale gelen ilişkilerin de etkisiyle günümüzde daha çok “duyarlılık” olarak kabul görmüştür.

Her kurumun sosyal sorumluluk anlayışı farklıdır. Bu durum kurumların bulundukları fiziki ve toplumsal çevreye, kültüre, hukuk ve ekonomik sisteme, siyasi düzene vb. göre değişmekte ve şekillenmektedir. Sosyal sorumluluk bilinç ve duyarlılığı birçok farklı etkene göre şekillenen bir anlayış olsa da günümüz dünyasında kurumların kabul etmek zorunda olduğu bir gerçek vardır ki, o da her kurumun, paydaşlarını dikkate almak zorunda olduğudur. İşte sosyal sorumluluk anlayışının temelini de paydaşlara karşı olan bu sorumluluk bilinç ve duyarlılığı oluşturmaktadır.

Toplumsal hayatta tıpkı bir birey gibi var olan kurum ve kuruluşlar, artık kurumsal bir vatandaş olarak değerlendirilmektedir. Bu da beraberinde, kurumların da tıpkı bireyler gibi diğer kişi, kurum, grup ve çevrelerle iletişim ve etkileşim içerisinde bulunmasını getirmektedir. Şirketin varlığı ve uygulamaları üzerinde direkt ya da doğrudan etkili olan ve benzer şekilde şirketin karar ve uygulamalarından etkilenen paydaş gruplarının varlığı, günümüzdeki haliyle kurumlar için hayati bir önem taşımakta ve bu gruplara yönelik faaliyetlerde bulunulmasını zorunlu kılmaktadır. Hem toplumsal hem de iş dünyasındaki gelişmeler doğrultusunda sosyal sorumluluk her ne kadar bir duyarlılık halini alsın da paydaşlarına karşı sosyal sorumlu davranmayan kurumların varlıklarını sürdürebilmeleri, var olan anlayış ve beklenti ortamında oldukça güçtür. Bu bağlamda her ne kadar duyarlılık olarak kabul görse de sosyal sorumluluğun kurum yönetiminin ayrılmaz bir parçası olması gerektiğini söylemek mümkündür.

Aktan'ın kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında kurum içi ve kurum dışı paydaşlar olarak ayırdığı tüm paydaş grupları şunlardır (Aktan & Börü, 2007, s. 5):

- Çalışanlar (yöneticiler dahil)
- Müşteriler (tüketiciler)
- Hissedarlara
- Doğa ve çevre
- Devlet
- Tedarikçiler
- Rakipler
- Toplum (sosyo kültürel çevre)

Çalışan, yönetici ve hissedarlar kurumun iç paydaş gruplarını; müşteriler, doğa ve çevre, devlet, tedarikçiler, rakipler ve toplum kurumun dış paydaş gruplarını oluşturmaktadırlar. Kurumlar tüm bu paydaş gruplarıyla doğru ve iyi bir iletişim kurmakla birlikte sosyal sorumluluk uygulamalarını da bu grupların ihtiyaç, istek ve beklentilerine göre şekillendirmelidirler. Bazı paydaş gruplarıyla daha yoğun, bazılarıyla ise daha az etkileşimde bulunulabilir. Bu durum kurumun hedefleri, bulunduğu sosyal ya da fiziki çevre, içerisinde yer alınan sektör vb. değişkenler doğrultusunda şekillenmektedir.

Günümüzdeki paydaş iletişim ve etkileşimini etkileyen önemli durumlardan biri de uluslararası interaktivitenin artmış oluşudur. Hali hazırda karmaşık olan paydaş ilişkilerini daha da genişleterek çok yönlü bir hale getiren küreselleşme olgusu, kurumları da çok yönlü şekilde paydaş ilişkilerini yönetme durumunda bırakmıştır. Paydaş gruplarının nicelik olarak çoğalmasıyla birlikte kurumlara karşı oluşan beklenti de hem çeşit hem de nitelik olarak artmıştır.

Uluslararası etkileşimin ve küreselleşmenin bir getirisi olarak yerel toplumlarda bilgi ve bilinç seviyesinin artması, yaşam tarzı konusunda meydana gelen etkiler, eğitim seviyesindeki artış, kültürde meydana gelen değişimler vb. hem bireysel hem de toplumsal etkileri dolayısıyla kurumlara da yansımaktadır. Bu durum da kurum yönetimine doğrudan etki etmektedir. Sosyal sorumluluklarının farkında olarak bu konuda bir şeyler yapmaya çalışan kurumlar, bu süreci kurum yapılarıyla bir bütün

haline getirmeli ve kurum vizyonuna paralel bir şekilde misyonları olarak görmelidirler (Göksu, 2006, s. 69). Özellikle büyük ölçekli ve uluslararası kurum ve kuruluşlar için paydaş yönetim süreci hem kurumun sürdürülebilirliği hem de karlılığı için hayati öneme sahiptir.

Paydaşların giderek artan beklentileri kurum tarafında hukuki ve etik zorunluluklardan sonra, sosyal sorumluluk uygulamalarıyla karşılanmaya çalışılmaktadır. Devlet ve kamu sektörüne karşı oluşan sosyal sorumlu bir yapı ve uygulama beklentisi, özel sektörde de artan bir hızla kendini göstermektedir. Devletin varoluş amacı doğrultusunda topluma hizmet etmesi hali hazırda sosyal sorumlu olmayı gerektirmektedir. Toplumun eğitim seviyesinde meydana gelen artış ve küreselleşmenin de etkisiyle birlikte bilinç düzeyinin yükselmesi, bu sosyal sorumlu beklentinin yalnızca kamu organlarından değil, toplumda var olan tüm kurum ve kuruluşlardan da talep edilmesine evrilmiştir. Böylece kurumsal vatandaş olarak değerlendirilen kurumlar, paydaşlarına karşı sosyal sorumlu bir bakış açısıyla hareket etmek durumunda kalmışlardır. Bu durum kurumların varlığı açısından hem bir zorunluluk hem de kurumsal bir bilinç, bakış açısı ve kültür olarak yorumlanabilir.

1.10. Sosyal Sorumluluğun Önemi

Gün geçtikçe kurumsal sosyal sorumluluğa verilen önem hızla artmaktadır. Kurumlar uzun dönemli varlık sürdürebilmek için kurum amaçlarına uygun olacak biçimde, uzun dönemli stratejiler oluşturmak ve uygulamak durumundadırlar. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları da bu noktada devreye girmektedir.

Günümüzde yalnızca kâr amacı güden ticari kurumlar, toplumu yok saymakla birlikte varlıklarını da tehlikeye atmaktadırlar (Aydede, 2007, s. 17). Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları belirli maliyetler gerektirse de uzun dönemli düşünüldüğünde ileride oluşacak daha büyük maliyetleri engelleme açısından önemlidir.

Toplumun ihtiyaçlarını karşılama amacı taşıyan kurumsal sosyal sorumluluk, hayırseverliğin ötesinde bir kavramdır. Kurumların tüm paydaşlarına karşı sorumlu

olmayı ve aldığı tüm kararlarda onları göz önünde bulundurmamayı ifade etmektedir. Bunu yapma amacı itibar kazanmak ya da paydaşlar gözünde iyi bir imaj oluşturmak değil, bir kurum değeri olarak sosyal sorumluluğu içselleştirmek olmalıdır. Varol'un da belirttiği gibi sosyal sorumluluk bir kuruluşa kök salmalı ve kendini kuruluşun tüm paydaşlarına ve kamuoyuna hissettirmelidir (Varol, 2010, s. 52). Ancak böyle olduğunda paydaşlar gözünde de daha değerli olacaktır.

Günümüzde kurumların başarısı kâr maksimizasyonu ile değil, topluma kattıkları değer ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Kurum ve kuruluşlar için başarı, kurum çıkarları ile paydaş grupların çıkarları arasındaki dengeyi sağlayabilmekle gelecektir. Sorumluluk ruhunu taşıyan kurumlar için, içerisinde bulundukları topluma karşı sosyal sorumlu davranışlar geliştirerek kurum değeri oluşturmak büyük önem arz etmektedir (Özgen, 2007, s. 1-2). Bir değer yaratım süreci olan kurumsal sosyal sorumluluk, zorunluluktan stratejiye doğru bir değişim süreci yaşamış ve geldiği son hali ile kurum hedeflerini destekleyen bir yaklaşıma dönüşmüştür (Kotler & Lee, 2008, s. 8-9). Bunun da ötesinde günümüzde özellikle büyük ölçekli işletmeler ve kurumlar için olmazsa olmaz bir kurum davranışı halini almıştır.

Toplumun bir parçası olarak var olan kurumlar, varlıklarını sürdürebilmek için toplumdaki değişim ve gelişimleri takip etmek durumundadırlar. Toplumsal yaşamın bir gereği olarak ortaya çıkan sosyal sorumluluk kavramı, günümüzde aldığı hal dolayısıyla kurum ve kuruluşlar tarafından göz ardı edilemeyecek bir boyuta ulaşmıştır. Toplumsal kaynakları kullanan ve yöneten kurumlar, içerisinde bulundukları topluma hatta tüm dünyaya karşı sorumluluk sahibidirler

Weber, kurumsal sosyal sorumluluğun kuruma getirilerini beş başlık altında toplamıştır. Bunlar; kurum imaj ve itibarına olumlu etkisi, çalışan motivasyonuna etkisi, maliyeti korumaya etkisi, pazar payı ve karlılığa etkisi ile risk azaltma ve risk yönetimine etkisidir. Bunun yanında gelir artışı, maliyet düşüşü, risk azalışı ve marka değerinin artması gibi finansal yararlar hizmet ettiği gibi; çalışmada sağlam yetki, müşteri çekiciliği ve sadakati, çalışan bağlılığı, itibar geliştirme gibi finansal olmayan faydaları da bulunmaktadır (Weber, 2008, s. 250). Kurumsal sosyal sorumluluk kurumlar için bir güvenilirlik aracı olarak da değerlendirilmektedir. Kurumların yalnızca toplumun sorunlarının farkında olması yeterli gelmemekte,

toplumsal kabulünün sürekliliği için, bu sorunlar hakkında bir şeyler yapma kapasitesine sahip olması gerekmektedir (Göksu, 2006, s. 19). İçerisinde bulunduğu toplumla ilgili sorunlara eğilen ve çözüm üretmeye çalışan kurumlar, topluma karşı dürüst davranacakları beklentisi yaratmaktadırlar. Artık sadece finansman sermayeleri ile değil, ahlak sermayeleriyle değerlendirilen kurumlar, bu görünüşleri ile güven kazanmaktadırlar.

Bahsedildiği üzere bir itibar yönetimi aracı olan kurumsal sosyal sorumluluk ile kurum ve kuruluşlar, toplumun yaşam kalitesini yükseltmeyi, toplumsal yaşamı kolaylaştırmayı, bölgesel kalkınmayı, yatırım ve üretim sürecinde çevreyi korumayı ve çevresel yatırımları desteklemeyi, eğitime katkı sağlamayı, sağlık alanına destek vermeyi, kültür varlıklarının gelecek nesillere aktarımını ve böylece kültür yitirimini önlemeyi amaçlamaktadır (Özgen, 2006, s. 27). Sosyal sorumluluk uygulamaları her ne kadar insanlara ve topluma fayda sağlasa da kurum ve işletmelerin çıkarlarına da hizmet etmektedir. Her kurum kendi amaçları doğrultusunda farklı sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştirmektedir. Uygulama alan ve konuları her ne kadar farklılaşsa da, bu faaliyetlerin kurum ve işletmelere geri dönüşü farkındalık ve tercih edirlilik olmaktadır. Bu durum beraberinde markalaşmayı getirmektedir (Weber, 2008, s. 250). Günümüz rekabet dünyası içerisinde markalaşmanın önemi ise büyüktür. Markalaşan kurum ve işletmelerin hayatta kalması daha kolay olmakta ve karlılıklarını daha uzun süre korumaktadırlar.

Markalaşma sürecine önemli katkıları olan kurumsal sosyal sorumluluk, genel itibari ile içerisinde bulunduğumuz yüzyılın en önemli yönetim stratejilerinden biri olarak kabul görmektedir. Hem topluma hem de kuruma hizmet eden bu yönetim anlayışı, toplum ve kurum nezdinde karşılıklı fayda sağlayarak, birlikte yükselmeyi ve kazanmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda sosyal sorumluluk, zorunluluktan öte bir kurumsal davranış biçimini almıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ ÜNİVERSİTELER VE SOSYAL SORUMLULUK

2.1. Üniversite Kavramı

Üniversite kelimesi Latince “universitas” kelimesinden gelmektedir. Bütün, hep, hepsi gibi anlamlara gelen bu kelime lonca anlamına da gelmekte ve birbirlerinden bağımsız olan fakat ortak çıkarları bulunan topluluğu ifade etmektedir (Antalyalı, 2007, s. 25-26). Latince'den batı dillerine geçen kelime Fransızcada “université” olarak toplumun bütününe açık, bütün bilgilerin öğretildiği kurum olarak tanımlanmıştır.

Orta Çağ Avrupası'nda kullanılan “universitas, université” kelimeleri anlam olarak günümüzdeki üniversiteleri tam olarak karşılamamaktadır. O dönemde daha çok öğretmen veya öğrencilerin bir derneği anlamı taşıyan kavram, daha çok lonca gibi anlamlandırılmaktadır (Antalyalı, 2007, s. 26). Bu yapılar her ne kadar günümüzdeki üniversiteden farklı olarak var olsa da bilimsel bilginin üretilmesi ve kabul ettirilmesi konusunda önemli rol oynamaları dolayısıyla günümüz üniversitelerinin temelini oluşturmuşlardır.

Günümüzdeki anlamıyla üniversiteler, 11. yüzyıl ve 12. yüzyıl Orta Çağ Avrupa'sında meydana gelmişlerdir. “Studium Generale” olarak isimlendirilen yapılar modern üniversitenin temelleri sayılmaktadır. O dönemdeki üniversiteler için kullanılmış genel isimdir. Loncayı kuran öğrenciler “universitasscholarium” olarak, öğretmenler ise “universitasmagistorum et scholarium” olarak ifade edilmiştir (Antalyalı, 2007, s. 26).

Zaman içerisinde hem kelime hem de yapı olarak değişimlerden geçse de toplumun bilgi merkezi halinde var olan üniversiteler günümüzde de bu misyonunu devam ettirmektedir. Yaşadığımız bilgi toplumu içerisinde üniversiteler, evrensel bilginin üretildiği ve yönetildiği ağlar olarak değerlendirilmektedir (Uçkan, 2006, s. 29). Bilgi üretme ve yayma işlevleriyle var olan üniversiteler, devletlerin de gelişim ve kalkınma anlamında önem verdiği kurumlardır.

Üniversitelerin genel olarak kabul gören dört özelliği bulunmaktadır (Hetherington, 1965, s. 5). Bu bağlamda;

- Üniversiteler, akademisyen ve öğrencilerden oluşan, başka bir deyişle usta çırak ilişkisinin yaşandığı topluluktur.
- Bilgi ile bağlantılı olan üniversite, bilginin farklı alanlarını buluşturan bütünleştirici bir kurumdur.
- Üniversitenin temel amacı gerçeği araştırmaktır.
- Özgür bir ruha sahip olması gereken kurumdur.

Genel çerçevede kavramsal bakımdan sahip olduğu özelliklerden bahsedilen üniversite, hukuksal olarak 2547 sayılı kanuna göre; bilimsel özerkliğe ve kamu tüzel kişiliğine sahip yüksek düzeyde eğitim - öğretim, bilimsel araştırma, yayın ve danışmanlık yapan; fakülte, enstitü, yüksekokul ve benzeri kuruluş ve birimlerden oluşan bir yükseköğretim kurumu olarak ifade edilmektedir (2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu, 1981).

Fakülte, yüksekokul, enstitü ve araştırma merkezleri gibi çeşitli alt yapılarıyla birlikte bir bütün olarak değerlendirilen üniversite; gerçeklerin arandığı, bilin üreten ve yayan, üst düzey araştırmaların yapıldığı, ödüllendirme, derecelendirme ve diploma verme yetkisine sahip kurumlar olarak kabul görmektedir.

2.2. Üniversitelerin Gelişim Süreçleri

Varlıkları daha eskiye dayansa da bugünkü modern anlamıyla üniversiteler 12. yüzyılda şekillenmiştir. Sonrasında ise çeşitli dönüşümler geçiren üniversitelerin, kuruluş amacı bakımından günümüzde hemojenleştiğini söylemek mümkündür. Uygulamada ciddi farklılıklar var olsa da batı temel alınan üniversite olgusunun tüm dünyayı şekillendirdiği gözlemlenmektedir.

2.2.1. Dünyada Üniversitelerin Gelişim Süreci

Tarihsel süreçte üç farklı üniversite yapısının ortaya çıktığı görülmekte ve bu yapılar arası dönüşümle şuan ki üniversitelerin şekillendiğini söylemek mümkündür. Bu aşamalar, Orta Çağ kilise merkezli üniversiteler, ulus devlet üniversiteleri ve bilgi

toplumu üniversiteleridir (Tekeli, 2003, s. 128). Günümüzdeki son hali ile çağdaş üniversite olarak nitelendirilebilir.

Kilise merkezli üniversiteler 12. ve 15. yüzyıllar arasında var olan; bilimsel, siyasi ve teolojik bilgilerin aktarıldığı, daha çok öğretmen ve öğrenci loncaları şeklinde yapılan kurumlardır (Tekeli, 2003, s. 129). İlk üniversitelerin Bologna ve Paris'te kurulduğu düşünülmektedir. Papalık ile Roma İmparatorluğu gibi dini ve siyasi iki önemli otoriteyi temsil eden üniversitelerin, o dönemdeki temel misyonu eğitim olmuştur. Genel olarak Yunan ve İslam bilgi mirası toplanarak aktarılmaya çalışılmıştır (Rukancı & Anameriç, 2004, s. 28). Yeni bilgi arayışından uzak şekilde, baskı altında bir süreç söz konusudur. Yaygın bir eğitimden bahsedilememektedir.

16. yüzyıldan itibaren kilise etkisinin azaldığı ve devlet etkisinin arttığı görülmektedir. Bu dönem itibariyle ruhban sınıfına verilen eğitimden ziyade kamu yöneticilerine yönelik eğitime geçiş yapıldığını söylemek mümkündür (Gürüz, Şuhubi, Şengör, Türker, & Yurtsever, 1994, s. 57-58). Bu dönemde de yaygın bir eğitim söz konusu değildir.

17. yüzyılda asillerin ve burjuva sınıfının elindeki bir ayrıcalık haline gelen üniversitelerin, toplumun her kesimine hitap eder ve her kesimden öğrenci kabul eder hale gelmesi ise 19. yüzyılda gerçekleşmiştir (Gürüz, Şuhubi, Şengör, Türker, & Yurtsever, 1994, s. 77). 18. yüzyıl ve 19. yüzyıl başlarında Napoleon tarafından birçok üniversite kapatılarak, eğitim vermeye devam edenler devletin bir organı haline getirilmiştir. Bu üniversiteler devlete elit kadrolar yetiştirmek üzere görevlendirilmişlerdir. Bu durum Avrupa üniversite sistemini milli yükseköğretim sistemine doğru bir dönüşüme geçirmiştir. Fransa'daki bu durum, karşı tepkileri de beraberinde getirmiştir (Gürüz, Şuhubi, Şengör, Türker, & Yurtsever, 1994, s. 61). Prusya'da eğitim sisteminin yeniden düzenlenmesi için çalışmalara başlanmıştır. Wilhelm von Humboldt'a verilen bu düzeltme göreviyle birlikte, bir yandan da Berlin Üniversitesi kurulma çalışmaları devam ettirilmiş, sonrasında Humbolt, kendi adıyla anılan bir eğitim sistemini yerleştirmiştir. Bu sistemin temel ilkeleri; üniversitenin, bilimin tüm alanlarını kapsayan eğitim, öğretim ve araştırma faaliyetlerinin birlikte ve bütünlük içinde yürütüldüğü kurum oluşu ve bu kurumun herhangi bir dini ya da siyasi baskı altında kalmadan, özgürce çalışmaların

yapılabildiği yer oluşudur (Wertz, 1996, s. 6). Bilimsel bilgi üretimi ve ücretsiz, evrensel eğitim ilkesini temel alan modern üniversite sistemi, böylece Almanya’da doğmuştur (Timur, 2000, s. 66). Humbolt modeli doğrultusunda profesörlerin yönetiminde uzmanlaşmış kürsü ve enstitüler kurulmuş ve araştırmalar bu birimler altında devam etmiştir.

Humboldt’un eğitim modelinde, üniversitenin bilimsel ve örgütsel otonomiye sahip olması, sadece finansal anlamda denetime tabi olması, rektörün belirli süreliğine profesörler tarafından seçilmesi, profesörlere iş güvencesi verilmesi konusundaki sistemlerin geliştirilmesi, üniversitenin toplumun her kesimine açık olması ve devletin üniversitelere finansman olması öngörülmüştür (Tekeli, 2003, s. 130-131). Bu ilkeler etrafında şekillenen yükseköğretim yapısı ile günümüz üniversitesi için sağlam bir temel atıldığını söylemek mümkündür.

20. yüzyılda Humboldt üniversite sistemi yeniden ele alınmış ve üniversitelerin yeniden yapılandırılmasına çalışılmış fakat İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra bilim alanındaki öncülük Almanya’dan Amerika’ya geçmiştir. Amerika’da yaygınlaşan üniversitelerin temel özellikleri ise; temel bilimsel ve uygulamalı araştırmalar ile toplum hizmetlerinin üniversitelerin işlevi içerisine girmesi, mesleki öğretimin önem kazanması, kamu ve özel kaynaklardan giderek artan bir harcama yapılmaya başlanmasıdır (Gürüz, Şuhubi, Şengör, Türker, & Yurtsever, 1994, s. 66). Bu dönemde kürsüler yerini daha esnek olan bölümlere bırakmıştır (Tekeli, 2003, s. 128). Üniversiteler bu dönemde dış dünyanın da isteklerine cevap veren hale dönüşmüşlerdir. Topluma hizmet işlevini de bünyesine katan üniversiteler, “girişimci üniversite” olarak anılmaya başlamış, “bilim için bilim” anlayışı yerini “soruna çözüm bulma” anlayışına bırakmıştır. Daha faydacı bir yaklaşımın benimsendiği üniversitelere doğru bir evrilme süreci yaşanmıştır.

Üniversiteler piyasa tarafından şekillenen organizasyonlar haline gelmiş, rektörler daha uzun süreliğine atanan bir girişimci niteliği kazanmıştır. Devlet, üniversitelerin finansmanı konumundan uzaklaşarak yalnızca düzenleyicisi haline gelmiş ve üniversite, finansman olarak öğrencileri kullanır duruma gelmiştir. Yalnızca öğrenciler değil, çeşitli araştırma ve iş birlikleri dahilinde piyasadan da özel finansmanlarla iş birliği yapılmaya başlanmıştır.

Gelinen son noktada ise uluslararası geçerliliği ve saygınlığı olan diplomaların gittikçe daha önemsiz hale geliyor oluşudur. Bu durum yerini ömür boyu öğrenme kavramı ön plana çıkmıştır (Tekeli, 2003, s. 133-134). Bu durumun bir diğer çıktısı ise bilimin giderek teknoloji ile eş anlamlı hale geliyor oluşudur. Maddi üretim için kullanılmayan bilimin işlevsiz ve anlamsız olacağı görüşü yaygınlaşmaktadır (Arap, 2010, s. 7).

Bu bilgiler ışığında genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, Orta Çağ üniversitelerinin genel kültüre daha çok önem vererek bilimsel araştırmadan uzak olduğu söylenebilir. Modern üniversiteler ise daha çok toplumsal sorunlara çözüm bulmaya uğraşan, sektöre uzman yetiştiren ya da faydacı bir yaklaşım gözeterek ihtiyaç olan teknolojik gelişmelere yön verecek çalışmalar yapan kurumlardır. Bu bakımdan modern üniversitelerin genel kültürü göz ardı ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Günümüz üniversitelerinin yaygın eğitim ve öğretim sunan, prestijli kurumlar olarak toplumda varolması, bu kurumlardan beklentilerin de artmasına ve zamanla değişmesine sebep olmuştur. Günümüz üniversitelerinin bu beklentiler doğrultusunda çeşitli uzmanlık alanlarına ayrıldığı gözlemlenmektedir. Yalnızca toplumun ihtiyaç duyduğu meslek grupları için uzman kadro yetiştiren, bu alanda varlık sağlayan üniversiteler gibi, ana amacı bilim üretmek ve araştırma yapmak olan üniversiteler de mevcuttur.

Üniversitelerin kurum olarak bir diğer özelliği ise yalnızca eğitim – öğretim vermesinin yanında, aynı zamanda toplumun geleceğine yön verecek olan bireyleri yetiştirme görevini üstleniyor oluşudur. Bu görev doğrultusunda topluma karşı sorumlu olan üniversiteler, gençliği şekillendiren kurumlar olarak, oldukça zor ve değerli bir görev üstlenmişlerdir. Tarihsel süreçte önceleri belirli bir kesim için varlık gösteren üniversiteler, artık toplumun geneline hizmet etmekte ve hem toplumsal hem de uluslararası arenada tüm insanlık için çalışmalarını sürdürmektedirler.

2.2.2. Türkiye’de Üniversitelerin Gelişim Süreci

Günümüz modern üniversitelerinin temelleri Avrupa’da çok daha eskilere dayanmakla birlikte, Türkiye’deki üniversite yapılanması Avrupa’ya göre oldukça yeni sayılmaktadır. Türkiye’deki üniversitelerin gelişim sürecine baktığımızda temel olarak, cumhuriyet öncesi ve sonrası olarak iki döneme ayrıldığını ve sırasıyla Fransa, Almanya ve ABD’nin etkisi altında kaldığını söylemek mümkündür.

Osmanlı Dönemi’nin batı tarzında ilk üniversitesi olarak kabul edilen Darülfunun’un, 1863’te fizik, kimya, astronomi, coğrafya ve jeoloji konularında halka açık verdiği konferanslarla temeli atılmıştır. 1869’da Maarif-i Umumiye’de (eğitim işlerinden sorumlu bakanlık) bölümleri ve çalışma şekli ortaya konan Darülfunun, 1870 yılında kendi binasında törenle açılmıştır (Erdoğan, 2004, s. 4). Sonraları birçok kez kapatılıp açılan Darülfunun, 1933’te Cumhuriyet yönetim ve ilkelerine ayak uyduramaması gerekçesiyle kapatılmış ve yerine Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı İstanbul Üniversitesi kurulmuştur (Tanilli, 1991, s. 379-380). Böylece günümüzün köklü üniversitelerinden biri oluşum sürecine girmiştir.

Bir diğer görüş ise batı tarzındaki ilk yüksek öğretim kurumunun 1773 yılında, Osmanlı Donanması’nın büyük bir yenilgisinin ardından kurulan geçen Mühendishane-i Berr-i Hümayun ile günümüzdeki İstanbul Teknik Üniversitesinin temelini oluşturan Mühendishane-i Bahr-i Hümayun olduğunu söylemektedir (Erkal, Özarslan, Korkmaz, & Batirel, 1998, s. 39). Sonrasında çeşitli bakanlıklara bağlı olarak kurulan Mekteb-iMülkiye (1876), Hukuk Mektebi (1878), Ticaret Mekteb-i Alisi (1882), Mekteb-i Sanayi-i Nefise-i Şahane (1882) ve 1909’da kurulan Mühendis Mekteb-i Alisi de batı tarzındaki üniversitelere benzer nitelikte olan eğitim kurumlarıdır. (Erkal, Özarslan, Korkmaz, & Batirel, 1998, s. 39).

Üniversitelerin oluşumunda batı etkisinin de görüldüğünü kurulan eğitim kurumlarından anlamak mümkündür. Beyrut’ta kurulan Amerikan Üniversitesi, Fransız St. Joseph Üniversitesi, Amerikan Üniversitesi gibi görev yapan Robert Koleji bunlara örnektir.

Cumhuriyetin ilanından sonra eğitim alanında köklü değişimler meydana gelmiştir. Arap alfabesinden Latin alfabesine geçilmiş ve büyük bir eğitim öğretim seberliği başlatılmıştır. Bu değişimler yüksek öğretim kurumları üzerinde de etkili olmuştur. Bu dönemde Hukuk Mektebi (1925), Gazi Eğitim Enstitüsü (1926), Ziraat Enstitüsü (1930) kurulmuş ve kapatılan Darülfunun'un yeniden yapılandırılması için çalışmalar yapılmış, yerine 18 Kasım 1933'te 2253 sayılı yasa ile onaylanarak İstanbul Üniversitesi açılmıştır (Erdoğan, 2004, s. 6). 1944 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul'daki Mülkiye Mektebi'nin Siyasal Bilgiler Fakültesi olarak Ankara'ya taşınmasından sonra ise 1946'da Ankara Üniversitesi kurulmuştur.

1950 yılına kadar yalnızca üç üniversite kurulmuş, 1950'li yıllarda kırdan kente göçün de artmasının etkisiyle sanayi sektöründe çalışacak uzman, teknik eleman ve nitelikli işgücü ihtiyacı yeni üniversitelerin kurulmasına önemli derecede etki etmiştir. Bu dönemde İstanbul ve Ankara dışındaki şehirlerde de üniversiteler kurulmaya başlanmış, yüksek öğrenim görmek isteyen öğrenciler diğer il merkezlerine doğru yönlendirilmeye çalışılmıştır.

1955'te Trabzonda Karadeniz Teknik Üniversitesi, aynı yıl İzmir'de Ege Üniversitesi, 1957'de Erzurum'da Atatürk Üniversitesi, 1959'da Ankara'da Orta Doğu Teknik Üniversitesi, 1967'de Ankara'da Hacettepe Üniversitesi, 1971'de Boğaziçi Üniversitesi, 1973'te Diyarbakır'da Dicle Üniversitesi, aynı yıl Adana'da Çukurova Üniversitesi ve Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi kurulmuştur. Cumhuriyetin ilanından sonra ilk elli yıl içerisinde toplam 12 üniversite kurulmuştur (Sargın, 2007, s. 138).

Üniversite kelimesi ilk kez 1933 yılında yapılan hukuksal düzenleme ile birlikte kullanılmıştır. Bu dönemdeki üniversite kavramı özerkliği içerisinde barındırmamaktadır (Ataunal, 1993, s. 40). Bu düzenlemenin amacı Humboldt modeli bir üniversite kurulmak istenmesidir. Bu isteğin en önemli sebebi ise aynı yıl başlarında Nazi baskısı sebebiyle Almanya'da Türkiye'ye gelen kırka yakın bilim insanının İstanbul Üniversitesi'nde göreve başlamış olmalarıdır. (Hatiboğlu, 2000, s. 98). Cumhuriyet öncesindeki Fransız etkisi bu dönemde yerini Alman etkisine bırakmıştır

1946 yılında 4936 sayılı Üniversiteler Kanunu yüksek öğretim alanında yaşanan bir diğer önemli gelişmedir. Bu yasa ile üniversiteler “yüksek araştırma ve öğretim birlikleri” olarak ifade edilmiş ve üniversitelere hem bilimsel hem de yönetsel anlamda özerklik sağlanmıştır. Tüzel kişilikleri tanınan üniversitelerde yine de tam bir özerklik söz konusu olamamıştır (Gök F. , 1998, s. 79). Günümüzdeki üniversitelerin şekillenmesinde etkili olan bu yasa ile üniversitelerin daha özgür hale geldiği görülmektedir.

1960 yılında çıkarılan 115 sayılı kanun ile 4936 sayılı kanunun kırkinci maddesinde yapılan değişiklik ile üç geçici madde eklenmiştir. Bu değişikliklerle birlikte bilimsel ve yönetsel özerklik daha geniş bir tanım ile Anayasada yer almıştır. MEB üniversitelerin başı olmaktan çıkarılmış ve bu yetkiler üniversiteler ile Üniversiteler Arası Kurul’a (ÜAK) devredilmiştir (Hatiboğlu, 2000, s. 197). Böylece üniversitelerin ayrı bir yapıya sahip olduğu tanınmıştır.

1973 yılında çıkarılan 1750 sayılı kanun ile üniversite tanımı ağırlıklı olarak öğretime kaydırılmış ve milli değerler ön plana çıkarılmıştır. Üniversitelerin denetimini sağlamak üzere Üniversite Denetleme Kurulu (ÜDK) kurulmuştur (Gök F. , 1998, s. 78). Bu süreçte üniversitelerin Yüksek Öğretim Kurumu’na (YÖK) bağlanmasıyla ilgili çalışmalar yapılsa da Anayasa mahkemesinin red kararıyla kuruluşu gerçekleşmemiştir (Doğramacı, 2000, s. 22).

1981 yılında yeniden bir düzenleme yapılmış ve 2547 sayılı “Yükseköğretim Kanunu” ile daha önce farklı birimlere bağlı akademi, meslek yüksekokulları, konservatuvarlar, enstitüler tek bir çatı altında birleştirilmiştir. Yükseköğretimin bu yılki yapılanmasından sonra dikkat çeken önemli bir nokta da vakıf üniversitelerinin kurulmaya başlanması olmuştur. 1984 yılında YÖK kararı ile Bilkent Üniversitesi ilk vakıf üniversitesi olarak kurulmuştur.

1992 yılında 24 üniversitenin kurulmuş oluşu dolayısıyla bu yıl, yükseköğretim açısından önemli bir yıl kabul edilmektedir. 1 vakıf ve 23 devlet üniversitesi olan bu kurumların çoğu orta büyüklükteki şehirlerde kurulmuştur. 1992 yılı sonunda Türkiye’deki üniversite sayısı 53’e yükselmiştir. Bunların 2’si vakıf, 51’i devlet

üniversitesidir. 1994 yılından günümüze kadar olan dönemde Türkiye yükseköğretim kurumlarını vakıf üniversiteleri olarak devam ettirmiştir (Sargın, 2007, s. 142).

2006 yılı da 1992 yılı gibi birçok üniversite kuruluşu bakımından önemli bir yıl olmuştur. Bu yılda 15 üniversite kurulmuştur. Böylece Türkiye'deki toplam üniversite sayısı 93'e yükselmiştir. 1994 yılından sonraki dönemde dikkati çeken nokta vakıf üniversitelerinin birkaç farklı il dışında çoğunluğunun İstanbul ve Ankara'da toplanmış oluşudur.

2006 yılından 2019 yılına kadar olan dönemde üniversite sayısı ikiye katlanmış ve hızlı bir artış gözlenmiştir. Günümüz itibari ile Türkiye'deki toplam üniversite sayısı 206'dır. Bunların 129'unu devlet üniversitesi, 72'sini vakıf üniversitesi, 5 tanesini ise vakıf meslek yüksek okulu oluşturmaktadır (YÖK, 2019). Vakıf üniversitelerinin yükseköğretim alanında çoğalması, mesleki eğitim veren üniversitelerin sayılarında artışa sebep olmuştur. Özellikle bünyelerinde barındırdıkları meslek yüksekokulları ile sektöre uzman yetiştiren üniversiteler toplumun ihtiyacı olan uzmanlık eğitimi konusunda önemlidirler.

2.3. Üniversitelerin Misyonu

Üniversiteler, başlangıcından bu yana yapısal olarak birçok değişiklik geçirse de ilk kurulduğu dönemden şimdiye üniversitenin temel misyonu öğretim ve araştırma olmuştur. Bilimin her alanındaki çeşitli araştırmalar, üniversitelerin kuruluşuyla birlikte, ağırlıklı olarak bu çatı altında yapılmaya başlanmış; geçmişten gelen ve yeni elde edilen bilgiler ise yine bu çatı altında öğretime sunulmuştur.

Uzun bir tarihsel süreçte çağın getirisiyle birlikte her alanda meydana gelen değişimler, üniversite kavramıyla birlikte üniversite işleyiş ve işlevlerini de etkilemiş, kavrama yeni tanımlamalar getirmiş ve işleyişe yeni uygulamalar dahil etmiştir. Zamanla üniversitelerin misyonu arasına topluma hizmet etme işlevi de eklenmiştir (Günay, 2004, s. 12).

Üniversitelerin işlevlerine dair farklı söylemler mevcuttur. Bunlardan biri bilgi üretme, bilgi aktarma ve toplumsal değişim için baskı grubu özelliklerinin

üniversitelerin temel işlevleri olduğunu söylemektedir (Tekeli, 2003, s. 9). Bir diğeri ise üniversitelerin rolünü niceliksel ve niteliksel olarak ikiye ayırmaktadır. Toplumun ihtiyacı olan sayıda teknisyen, yönetici ve düşünür yetiştirmek üniversitelerin niceliksel işlevleri; toplumun değer sistemini eleştirmek, yeni değerler önermek, yeni ufuklar açmak, hem kurumsal hem de teknik yenilikler için bilgi ve kültür ortamı sağlamak, ilerlemek ve yenilik için ideolojiler yaratmak ise üniversitelerin niteliksel işlevlerini oluşturmaktadır (Baskan, 2001, s. 23). Günümüz teknoloji alanında yaşanan gelişmeler de üniversitelerin işlevleri üzerinde etkili olmuştur. Araştırma şirketlerinin kuruluşuyla birlikte üniversiteler, araştırma işlevinin ağırlıklı olarak uygulandığı kurumlar olmaktan çıkmıştır. Tüm alanlarda gelişen düşünce ve uygulama yapısı, üniversitelerin işlevleri üzerinde etkili olarak, çeşitli görevleri bu kurumlara yüklemiştir.

Günümüzde üniversite işlevlerini üç başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar; eğitim – öğretim, temel bilimsel araştırmalar ve toplum hizmetleridir (Gürüz, Şuhubi, Şengör, Türker, & Yurtsever, 1994, s. 17). Üniversiteler bu işlevlerden yoğunluklu olarak hangini gerçekleştirdiğine göre kategorize edilebilmektedir. Araştırma üniversiteleri ve kitlesel eğitim üniversiteleri olarak yapılan bu bölümlendirmede, araştırma üniversitelerinin yüksek lisans ve doktora öğrenci sayılarının lisans öğrenci sayılarına oranla fazla olduğu ve öğretim görevlisi başına düşen öğrenci sayısının az olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ihtiyaç olan mesleki eğitimi karşılamak ve eğitim – öğretimi kitlesel hale getirmek amaçlı kurulan üniversiteler kitlesel eğitim üniversiteleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu üniversitelerin temel amacı sektöre uzman kişiler yetiştirmek, genel anlamda eğitim öğretim sağlamaktır.

UNESCO, toplumsal değişimle birlikte üniversiteye yüklenen yeni misyonları şöyle sıralamaktadır (UNESCO, 2000, s. 174-176):

- Yükseköğretimin en temel amacı birey olarak insana ve topluma hizmet etmektir.
- Toplum ve birey için daha iyi bir gelecek adına yeni yollar keşfetmek, geleceğe yön vermek adına kapasiteleri geliştirmek ve öngörülerde bulunmak,

- Yoksulluk, açlık, cahillik, sosyal dışlanma, uluslararası ve ulusal alandaki eşitsizlikleri artması gibi ana küresel, bölgesel ve yerel sorunların çözümünde aktif olarak yer almak,
- Özellikle alternatif öneri ve tavsiyeler yaparak sürdürülebilir insani gelişim, insan haklarına evrensel boyutta saygı, kadınlar ve erkekler için eşit haklar, üniversitede ve toplumda adalet ve demokratik prensiplerin uygulanması; uluslar, etnik, dini, kültürel ve diğer gruplar arasında anlayış, şiddet içermeyen ve barış yanlısı bir kültürle entelektüel ve ahlaksal dayanışmayı ilerletmek için bıkıp usanmadan çalışmak,
- Bilginin araştırma ve entelektüel yaratım yoluyla sürdürülmesi, artırılması ve yayılması ve bilgiyi çeşitli yollarla öğretip herkese ulaştırmak; var olan bilgiyi elde etmek, uygulamak ve yeni bilgi üretmek için kendi içinde bir kapasite geliştirmek; geniş kapsamlı bir eğitim vererek sorumluluk sahibi, aydın ve aktif vatandaşlar yetiştirmek ve çok yönlü kişilik gelişimini sağlayarak, özel ve temel disiplinlerde çok iyi bir eğitimin yanı sıra iyi bir genel eğitim vermek; böylece öğrencilerin sorumluluk sahibi ve kendini adanmış vatandaşlar olarak yönlendirilmelerini sağlayacak bilgileri, becerileri, tutumları, değerleri ve yetenekleri kavramalarına yardımcı olmak,
- Kültürel çeşitliliği koruyup destekleyerek ve kültürler arası anlayış ve uyumun geliştirilmesi ve kültürlerin karşılıklı olarak zenginleşmesi konularında çalışmak,
- Herkes için yaşam boyu öğrenime katkıda bulunarak, böyle bir eğitimin vazgeçilmez bir ögesi ve itici gücü olmak; bunu gerçekleştirmek için kendisini değiştirip dönüştürmek; eğitimin farklı seviyeleri ve biçimleriyle bağlarını güçlendirerek, herkes için eğitim ve çeşitli açılardan eğitsel süreçlerin kalitesini yükseltmek ve etkinliğini artırmak.

Genel olarak değerlendirildiğinde üniversitelerin hem bireyin hem de toplumun gelişimine önemli ölçüde katkı sağlayan kurumlar olduğunu söylemek mümkündür. Orta Çağ üniversiteleri bilim üretmekten ziyade genel kültür anlamında eğitim vermekteyken, modern üniversite yapısında ise tam tersi görülmüştür. Araştırma görevini üstlenen ve mesleki eğitime önem veren modern üniversitede genel kültüre çok önem verilmemektedir. Günümüzün çağdaş üniversite olarak

adlandırabileceğimiz üniversite yapısında ise, bunların tümüne önem verilmekte, en azından öyle olması gerekliliği kabul edilmektedir. Sonuç olarak ilk üniversitelerden bu yana gelişim ve değişim içerisinde olan üniversitelerin yukarıda belirtilen misyonlarını gerçekleştirmesi konusunda tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çalışmalara devam edilmesi gerekmektedir.

2.4. Üniversitelerin Sosyal Sorumluluk Alanındaki Yeri

Üniversiteler bireylerin, bireyler aracılığıyla da toplumun gelişimini sağlayan kurumlar olarak varlık amaçları doğrultusunda sosyal sorumlu kurumlar olarak nitelendirilmektedir. Hem bireye hem de topluma katkı sağlamayı hedefleyen bu kurumlar eğitim – öğretim, araştırma ve topluma hizmet misyonlarıyla, hali hazırda temel sorumluluğunu gerçekleştirmektedirler.

Üniversitenin başlıca sosyal sorumluluğu, tüm paydaşlarının beklentilerini dikkate alarak, etik ve şeffaf bir tutum içerisinde eğitim hizmeti vermek; öğrencileri, öğretmenleri ve çalışanları ile toplumda sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmak; var oluş amaçlarını gerçekleştirirken eşitlikçi ve adaletli bir tutum sergilemek; dünyadaki gelişmeleri takip ederek içerisinde bulunduğu toplumun ilerlemesine destek olmak ve tüm bunları yaparken paydaşları ile interaktif bir iletişim süreci yöneterek, hizmet ve faaliyetlerini toplumun ihtiyaçları ile bütünleştirmektir. Üniversiteler eğitim ve araştırma işlevlerinin yanında, içerisinde bulunduğu toplumla önemli derecede etkileşim halindedir. Bu etkileşim kendisine karşı olan beklentilerin de aynı şekilde yüksek olmasına sebep olmaktadır. Üniversiteler, küresel nitelikteki sorunları çözecek en yeni bilgileri üreten ve bu yolla topluma fayda sağlayan, yalnızca teorik bilgi üreten değil, üretilen bilginin faydacı bir şekilde kullanılmasını da sağlayan kurumlardır (Toker & Tat, 2013, s. 40). Üniversiteler hem teorik hem de kullanılabilir bilginin üreticisidirler ve bu yönleriyle topluma hizmet etmektedirler.

Habermas’a göre üniversiteler, öğrencilerini, demokratik düzende güvenilir birer vatandaş olacak şekilde eğitime hedefine sahip olmalıdırlar (Habermas, 1992). Etik kurallara saygılı, sorumlu bireyler yetiştirmek üniversitelerin yükümlülüklerindendir. Yalnızca bireyler konusunda değil, bulundukları bölgenin hem sosyal hem ekonomik gelişimine fayda sağlamak da üniversitelerin sorumlulukları dahilindedir.

1970’li yıllarda meydana gelen bireyci düşünce şekli, üniversitelerin öğrencilerine vatandaşlık bilinci aşılama sorumluluklarının yeniden gündeme gelmesine sebep olmuş ve bu doğrultuda yeni çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Üniversitelerin sosyal sorumluluk projelerini desteklemeleri konusundaki ilk örnek de bu bağlamda 1970’lerin başında Hollanda’da Amsterdam Üniversitesi’nde kurulan gönüllü girişim, bilim dükkanları (wetenschap swinkels) uygulaması olmuştur. Bu proje, 2003 yılında AB komisyonu tarafından en uygun maliyetli toplum için bilim yapma modeli olarak örnek gösterilmiştir (Toker & Tat, 2013, s. 41). Sosyal sorumluluğun ders müfredatı olarak üniversitede yer alması ise ilk kez Amerika’da gerçekleşmiştir. Topluma hizmet konusunun ön plana çıkarılmasıyla birlikte, öğrencilerin deneyimleyerek öğrenmelerinin daha kolay ve kalıcı olduğu düşüncesinden yola çıkarak, üniversite öğrencileri ders dışı aktivitelerle sosyal hayata katkıda bulunmaya ve toplumsal sorunları çözmeye yönlendirilmiştir (Kerins, 2010, s. 27). Bugün dünyada birçok üniversite sosyal sorumluluk, topluma hizmet uygulamaları gibi içeriklerle öğrencilerine ders vermektedirler (Annette, 2002, s. 87). Ülkemizde de benzer derslerin üniversite müfredatında yer aldığı görülmektedir.

Üniversite eğitimi öğrencinin yalnızca bilgi seviyesini artırmakla kalmamakta, bireysel olarak karakter gelişimine de katkı sağlamaktadır. Bu dönemde öğrencilere sosyal sorumluluk bilincinin aşılması, toplumsal sorunlarla ilgilenmesinin sağlanması ve yalnızca teorik kapsamlı değil, uygulama anlamında da toplumsal sorunlara çözüm üretmesinin beklenmesi, hem toplumsal gelişime katkıda bulunacak hem de öğrencilere, kimlik arayışı döneminde önemli bir bireysel katkı sağlayacaktır. Toplumsal rollerini bu yolla öğrenen öğrencilerden, gelecek yaşamlarında da bu kazanımlarını devam ettirmesi beklenmektedir. Böylece sosyal olgunluğa da erişecek bireyler, benmerkezci olmaktan uzaklaşarak gelecekteki sosyal sorumlu yetişkin rolüne hazırlanacaklardır (Koç & Palabıyık, 2012, s. 325). Toplumun sağlıklı bir şekilde ilerleyerek gelişmesi, o toplumdaki bireylerin sahip olduğu tüm kişilik, karakter özellikleri ve eğitim seviyelerinin yanı sıra bireysel duyarlılıklarıyla da yakından ilişkilidir.

Öğrenciler üniversitelerdeki sosyal sorumluluk ders ve uygulamalarıyla, yerel sosyal yaşamdaki sorunları çözme fırsatı bulacak, gerçek hayattaki deneyimleriyle daha kalıcı bir öğrenme süreci yaşayacaklardır. Bu bağlamda yürütecekleri proje ve

Çalışmalarda, toplumsal konumlarının bilincine sahip olarak, bireysel olarak topluma nasıl katkı sağlayacaklarını öğrenmiş olacaktadırlar. Sosyal sorumluluk dersleri; aktif yurttaş yaratma, demokraside katılım sağlama, topluma duyarlı bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir. Bu tür çalışmalar, öğrencilerin iletişim yeteneklerinin gelişimine, zgven oluşumuna, empati yeteneğinin gelişimine, farklı bakış açıları kazanılmasına, sorunlara çözüm bulma ve uygulama becerisinin gelişimine, ekip çalışmasının öğrenilmesine, davranış yönetimine, bireysel ve toplumsal duyarlılığa katkı sağlaması bakımından oldukça önemlidir.

Türkiye’de 2006 yılında YK tarafından üniversitelerin eğitim fakültelerine “Topluma Hizmet Uygulamaları” dersi konulmuştur. Bazı zel üniversitelerde bu ders daha önceki tarihlerde verilmeye başlansa da bu tarihten itibaren Türkiye genelinde yaygınlaştığı söylenebilir. İlk kez Sabancı niversitesi’nde (1999) teori ve saha çalışması olarak müfredata dahil edilen bu ders, 2006 yılındaki düzenlemeden sonra önde gelen üniversitelerimiz başta olmak üzere eğitime dahil edilmiş ve niversiteler aracılığıyla öğrencilerin de toplumsal sorunlarda aktif bir rol oynaması hedeflenmiştir (Toker & Tat, 2013, s. 42). Üniversitelerde sosyal sorumluluk eğitiminin nasıl verildiğine dair yapılan bir araştırmada birçok üniversitede sosyal sorumluluk departmanı olduğu, sosyal sorumluluk derslerinin müfredatta zorunlu ve kredili olarak yer aldığı ortaya konmuştur (Saran, Coşkun, İnal Zorel, & Aksoy, 2011). Ayrıca sosyal sorumluluk uygulamaları, üniversitelerde derslerin dışında, çeşitli kulüp ve topluluklar aracılığıyla da gerçekleştirilmektedir. Üniversitelerin çeşitli idari ve eğitim birimleri tarafından da çeşitli alanlarda sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirilmektedir.

Üniversitelerin yanı sıra öğrencilerin toplumsal hayata katılımını sağlamak amacıyla, özellikle son yıllarda birçok farklı kurum ve kuruluş tarafından ğrenci proje yarışmalarının düzenlendiği görülmektedir. Bazı kurumlar yalnızca dosya bazında sosyal sorumluluk projesi beklentisinde iken, bazı kurumlar ise yarışmada derece alan projelerin hayata geçmesine destek olarak, öğrencileri toplumsal soruları çözmeye karşı cesaretlendirmektedirler. Bireysel gelişime önemli katkısı olan niversite eğitimi döneminde bu tür teşvik edici uygulamalar öncelikle bireysel olarak öğrenciye, sonrasında ise toplumsal gelişime destek olmaktadır.

2.5. Türkiye’deki Üniversiteler ve Sosyal Sorumluluk

Üniversiteler toplumun bir parçası olma özelliği taşıdığından birçok paydaş grubuyla sürekli ilişki ve etkileşim halindedir. Türkiye’deki üniversiteler de giderek artan sayıları ve yaygınlaşan yükseköğretim eğitimi ile topluma daha fazla etki eder hale gelmiştir.

Üniversitelerin temel eğitim – öğretim ve bilimsel araştırma misyonlarını bir yana bırakırsak, günümüzde toplumları en çok etkileyen görevinin topluma hizmet olduğu söylenebilir. Topluma hizmet görevi, birçok farklı yol ile gerçekleştirilmektedir. Öncelikle toplumu oluşturan bireyleri doğru bilgi ve iyi bir eğitim ile yetiştiriyor olmak, farkındalık sahibi, bilinçli gençler yetiştirmek topluma hizmet görevinin temelini oluşturmaktadır. Reşit yaşta eğitim – öğretime tabi tuttuğu gençleri, mezuniyet sonrasında topluma sosyal birer vatandaş olarak kazandırmak, sosyal konulara duyarlı kişiler haline getirmek üniversitelerin amaçları arasındadır.

Türkiye’deki üniversiteler değerlendirildiğinde öncelikle kurumsal sosyal sorumluluk anlamında gerçekleştirilen çalışmaların ağırlıklı olarak bilgi üretmek ve bu bilgiyi topluma sunmakla ilgili olduğu görülmektedir. Her alandaki bilgi birikimleri ve altyapılarıyla uzman görüşlerini toplumun yararına olacak şekilde sunmakla yükümlü olan üniversiteler; sosyal, teknolojik, kültürel, bilimsel, siyasal vb. her alanda ürettikleri bilgiyi, ulusal gelişim için topluma sundukları gibi, küresel anlamda da insanlığın gelişimi için kullanmaktadırlar. Bunun yanı sıra üniversiteler, bulundukları bölgelerde yerel kalkınma konulu çeşitli sosyal sorumluluk uygulama ve girişimlerinde bulunmaktadır. Gerek teknolojik destek gerekse bilimsel bilgi danışmanlıklarıyla çevreden, sağlığa, kültürel ve sosyal yaşamla ilgili konulardan ekonomiye kadar her alanda proje ve uygulamalarıyla topluma olumlu katkılar sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu özellikleriyle üniversiteler sosyal sorumlu kurumlar olarak değerlendirilmektedir.

Üniversitelerin sosyal sorumluluk alanında, öğrenciler bazında gerçekleştirdikleri uygulamalar da mevcuttur. Daha önce bahsedildiği üzere sosyal sorumluluk ve topluma hizmet konulu içeriklerin ders müfredatında yer alması, öğrencilere sosyal sorumlu birer tutum kazandırmak açısından önemli uygulamalardır. Fakat yalnızca

teorinin bu anlamda yetersiz kaldığının farkında olan üniversitelerimiz, bu alandaki faaliyetlerini yalnızca ders vererek değil, öğrencilerden uygulama bekleyerek desteklemektedirler. Üniversitelerin tüm bölümlerinde sosyal duyarlı bireyler yetiştirilmesine katkı sağlayan sosyal sorumluluk çalışmaları gerçekleştirilmekte olsa da özellikle sosyal bilimler alanlarında eğitim gören öğrenciler bu alana daha fazla ilgi göstermektedirler. Bu da beraberinde üniversite bünyesinde çeşitli topluluk oluşumlarını getirmektedir. Kulüpler, öğrenci toplulukları, proje gerçekleştirme amacıyla hareket eden sosyal sorumluluk uygulama birimleri Türkiye'deki üniversitelerde göze çarpan, sosyal sorumluluk ile ilgili çalışmaların gerçekleştirildiği yapılar olarak değerlendirilmektedir. Bu birimlerde hem akademisyenler hem de öğrenciler çeşitli görevler almakta ve üniversite çatısı altında hem bireysel hem de kurum destekli faaliyetlerde bulunmaktadır.

Bahsedilen bu genel çerçeve dahilinde, Türkiye'deki üniversitelerin sosyal sorumluluk uygulamalarını hem kurumsal çalışmalar hem de akademisyen ve öğrenciler aracılığı ile gerçekleştirilen çalışmalar bazında iki ana kategoride toplamak mümkündür. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları, direkt olarak üniversite yönetimi tarafından projelendirilen ya da uygulamaya konan faaliyetler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda üniversiteler çeşitli kurum ve kuruluşlarla iş birlikleri geliştirerek, çeşitli roller üstlenerek topluma faydalı işlerde görev almaktadırlar. Akademisyenler ve öğrenciler üzerinden gerçekleştirilen sosyal sorumluluk çalışmaları ise, üniversite tarafından maddi ya da çeşitli danışmanlıklar, mekân sponsorlukları, kurum itibarından yararlanılması gibi desteklerle üniversiteye atfedilebilmektedir. Her ne kadar gerçekleştirilen uygulamalar bireysel istek ve çaba ile gerçekleştirilse de hiç değilse bile cesaretlendirme anlamında üniversitenin etkisi büyüktür.

Son yılların popüler ve önemli bir kavramı sosyal girişimciliktir. Sosyal girişimcilik, serbest piyasa yöntemleri kullanan ama hedefi, toplumsal fayda yaratmak olan bir yaklaşımdır. Sosyal girişimci ise kâr etmeyi amaçlayan ama elde ettiği karı, topluma fayda üretmek için kullanan girişimcidir. Değişen toplumsal beklentiler ve bilinçlenme doğrultusunda gittikçe artan öneme sahip bu kavram, özellikle üniversite gençliğinin ilgisi çekmekte ve bu alanda girişimlerde bulunmalarına sebep olmaktadır. Yerel yönetimler ve ulusal özel kuruluşlar tarafından da desteklenen bu

uygulamalar, Avrupa Birliği gibi uluslararası kurumlar tarafından da büyük destek görmektedir. Üniversite öğrencilerinin bireysel olarak dikkatini çeken bu olgu karşısında, çeşitli kurum ve kuruluşların da alana destek veriyor oluşu, sosyal girişimciliği daha ilgi çekici hale getirmektedir. Kurumlar tarafından maddi ve menevi destek gören, çeşitli sponsorluk çalışmaları gerçekleştirilerek büyük hibeler verilen sosyal girişim uygulamaları, hem gençlerin değişen dünya düzeni ve bakış açısı altında tatmin edici işler yapmalarını hem de dünya genelinde toplumsal kalkınmayı desteklemektedir. Üniversitelerin bu alana yönelik farklı uygulamaları bulunmakla birlikte, en etkili faaliyetlerinden birinin son on yılda gelişen teknokentler olduğunu söylemek mümkündür. Teknokent; üniversitelerin, araştırma kurumlarının ve sanayi kuruluşları ile aynı ortam içerisinde araştırma, geliştirme ve inovasyon çalışmalarını sürdürdükleri, katma değerli ürünler ortaya çıkardıkları, birbirleri arasında bilgi ve teknoloji transferi gerçekleştirdikleri; akademik, ekonomik ve sosyal yapının bütünleştiği organize araştırma ve iş merkezi olarak tanımlanmaktadır. Yoğun olarak bilimsel bilgi üretilen bu birimlerde, öğrencilerin sosyal girişim fikirlerini hayata geçirmeleri de sağlanmaktadır. Yalnızca üniversite öğrencilerine değil, sosyal girişim alanında fikri olan ve bunu projelendirerek katma değer bir sonuç elde edeceğini kanıtlayan tüm girişimciler için kapıları açık olan bu birimlerin sayısı her geçen gün artmakta ve birçok sosyal girişim projesi hayata geçirilmektedir.

Üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki bir diğer uygulaması ise hem öğrencileri hem de sektör çalışanlarını ve kurumlarını, ödüllendirme yoluyla teşvik etmeleridir. Türkiye^deki birçok üniversitede her yıl sosyal sorumluluk alanında çeşitli kişi ve kurumlara yönelik organizasyonlar gerçekleştirilerek ödüller dağıtılmaktadır. Bazen bir proje uygulaması, bazen kurum kültürünün genel değerlendirilmesi, bazen ise toplumsal fayda yaratan uygulamaların söz konusu edildiği bu organizasyonlarda, üniversitenin prestiji kullanılarak dağıtılan ödüller toplum nezdinde ödül kazanan kişi ve kurumlar için olumlu imaj ve itibar yaratması bakımından önemlidir. Öğrencilerin de hem organizasyon düzenleyici hem de jüri konumunda yer aldığı bu etkinlikler, hem gençlerin konu hakkındaki duyarlılığını gözler önüne sermekte hem de toplumsal hayatta genç neslin kurum ve kuruluşlardan beklentilerini ifade etmelerine olanak sağlamaktadır.

Üniversiteler tarafından verilen bu ödüllerin yanı sıra, üniversite öğrencilerine yönelik gerçekleştirilen yarışmalar, ödüller ve etkinlikler de bir diğer önemli sosyal sorumluluk faaliyetleridir. Özellikle son 5, 6 yıldır popüler olan üniversite öğrencilerine yönelik düzenlenen proje yarışmaları, hem öğrencilerin sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik alanına yönelik ilgisini artırmakta hem de hayal ettikleri fikirleri gerçekleştirebilmelerine imkân vermektedir.

Verdiği eğitim, gerçekleştirdiği bilimsel çalışmalar, yetiştirdiği yeni nesil, yönlendirdiği toplum, hizmet ettiği toplumsal refah ve kalkınma ile bireyin, bireyler aracılığı ile ülkenin ve geniş bir bakış açısıyla dünyanın daha iyi, daha gelişmiş ve daha sürdürülebilir bir yer olmasında katkı sağlayan üniversiteler, günümüz toplumunun değerli kurumlarıdır. Bu değeri ise içerisinde bulunduğu topluma değer katarak karşılıklı olarak kazanmaktadır. Topluma değer katmanın ise en etkili yolu, sosyal sorumlu bir bakış açısının kurum kültürüne işlemiş olması ve tüm yönetsel süreçler de dahil olmak üzere gerçekleştirilen uygulamalarda bu duyarlılığın yansıtılmasıdır. Üniversiteler, bu duyarlılığa sahip olması gereken en temel kurumlardandır. Yukarıda da söz edilen mevcut durum dahilinde üniversitelerin sosyal sorumluluk alanında önemli bir rol üstlendiği görülmektedir. Fakat her ne kadar bilinç ve farkındalık düzeyi artmış, bu alana yönelik girişimlerde bulunulmuş ve uygulamalar başlatılmış olsa da henüz gerçekleştiği düşünülmeyen mükemmel halkla ilişkiler bağlamında sosyal sorumluluk anlayışı tam olarak oturmamıştır. Tüm dünyada konuya yönelik yapılan çalışmaların Türkiye’de de artan bir hız ve önemle devam ettirilmesi gerekmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ DEVLET ÜNİVERSİTELERİ İLE VAKIF

ÜNİVERSİTELERİNİN SOSYAL SORUMLULUK

UYGULAMALARI KONUSUNDA BİR KARŞILAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Konusu

Bu araştırmanın konusunu; Türkiye'deki üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki yeri oluşturmaktadır. Sosyal sorumluluk olgusunun üniversitelerdeki görünüş biçimlerini, devlet ve vakıf üniversiteleri kıyaslamasıyla ortaya koymak; akademisyenlerin ve öğrencilerin, üniversitelerdeki sosyal sorumluluk uygulamalarındaki yerini belirlemek ve genel anlamda üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki rolünü araştırmak çalışmanın konusu dahilindedir.

Bu bağlamda araştırma genel soruları aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- Türkiye'deki üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki rolü nedir?
- Türkiye'deki üniversitelerde sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştirilmekte midir? Gerçekleştiriliyorsa hangi alanlara yönelik uygulamalar gerçekleştirilmektedir?
- Türkiye'deki üniversitelerde gerçekleştirilen uygulamalarda öğrencilerin rolü nedir?
- Türkiye'deki üniversitelerin sosyal sorumluluk uygulamaları konusunda vakıf ve devlet üniversitesi bazında bir farklılık var mıdır? Var ise hangi konularda farklılıklar mevcuttur?

3.2. Araştırmanın Amaç ve Hedefleri

Araştırmamın amacını; Türkiye'deki devlet ve vakıf üniversitelerindeki sosyal sorumluluk çalışmalarını ortaya koymak ve karşılaştırmak oluşturmaktadır. Bu bağlamda üniversitenin türü ile üniversitelerde gerçekleştirilen sosyal sorumluluk uygulamalarına verilen önem arasında ilişki olup olmadığı, var ise bu ilişkinin ne yönde olduğunun ortaya konulması hedeflenmektedir.

Bunun yanı sıra,

- Devlet ve vakıf üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin bireysel olarak sosyal sorumluluk alanına ilgili olup olmadığı ve gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk çalışmalarının ortaya konulması,
- Devlet ve vakıf üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin bağlı bulundukları üniversitelerdeki sosyal sorumluluk çalışmaları hakkındaki bilgi düzeylerinin ortaya konulması,
- Devlet ve vakıf üniversitelerinde sosyal sorumluluk uygulamalarının gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğinin, gerçekleştiriliyorsa hangi alanda projeler gerçekleştirildiğinin, bu projeleri gerçekleştirirken diğer kamu ya da özel kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapılıp yapılmadığının, iş birliği yapılıyorsa bu kurumların türlerinin neler olduğunun ortaya konulması,
- Devlet ve vakıf üniversitelerinde gerçekleştirilen sosyal sorumluluk uygulamalarına öğrencilerin dahil edilip edilmediğinin, dahil ediliyorsa öğrencilerin projelerde ne şekilde yer aldığının ve görevlerinin neler olduğunun ortaya konulması,
- Devlet ve vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin sosyal sorumluluk konusunda üniversite tarafından desteklenip desteklenmediğinin ortaya konulması araştırmanın diğer hedeflerini oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Önemi

Sosyal sorumluluk konusu gerek kavram gerek uygulama olarak son yıllarda daha da popülerleşerek üzerinde durulan önemli bir konu haline almıştır. Günümüz toplumunun büyük bir beklentisi haline gelen sosyal sorumluluk uygulamaları hem kamu hem özel kurum ve kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmesi beklenen önemli bir değer yaratım sürecidir.

Üniversiteler ise toplumun gelişim ve ilerlemesine katkı sağlayayan, onunla doğrudan etkileşim halinde olan önemli ve değerli paydaşlardır. Toplumun geleceğine yön veren bu kurumların, bünyesinde bulunan tüm akademisyenler, öğrenciler ve idari kadrosuyla birlikte topluma değer katmak, fark yaratmak ve fayda sağlamak gibi önemli bir misyona hizmet ettiği gerçeğinden yola çıkılırsa, sosyal sorumluluk konusunda önemli bir görev üstlendiğini söylemek mümkündür.

Bu çalışma Türkiye'deki devlet ve vakıf üniversitelerinin sosyal sorumluluk konusundaki yerinin ortaya konulması, bu alanda gerçekleştirilen uygulamaların niteliği ve niceliği hakkında bilgi edinilmesi ve genel olarak Türkiye'deki üniversitelerin sosyal sorumluluk uygulamaları hakkında daha önce benzer çalışma bulunmaması bakımından önemlidir.

Daha önce sosyal sorumluluk ve üniversiteler bazında gerçekleştirilen akademik çalışmaların öğrenciler üzerinden gerçekleştirildiği ve daha sınırlı bir evren üzerinde çalışıldığı göz önüne alındığında; bu çalışmanın üniversitelerde görev yapan akademisyenler üzerinden gerçekleştirilmesi ve daha geniş bir evrenden oluşması çalışmanın önem arz eden diğer yönleridir. Daha önce üniversiteler üzerinde yapılan çalışmaların tamamı öğrencilerin sosyal sorumluluk konusundaki algı ölçümleri üzerinedir. Bu çalışma ise Türkiye genelindeki üniversitelerde gerçekleştirilen sosyal sorumluluk uygulamalarını somut bir şekilde ortaya koymaktadır.

Çalışmanın bir diğer önemli noktası ise; sosyal sorumluluk alanında toplumun öncüsü niteliğine sahip olması gereken üniversitelerin, bu görevi ne derece yerine getirip getirmediğinin açığa çıkarılması olacaktır.

3.4. Hipotezler

Araştırmada cevap aranan hipotezler şu şekilde belirlenmiştir:

H1: Akademisyenin, başka bir kurum tarafından hayata geçirilen herhangi bir sosyal sorumluluk projesinde bireysel olarak yer alıp almaması ile görev alınan üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H2: Akademisyenin kendisinin projelendirdiği herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirip geçirmediği ile görev alınan üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H3: Üniversitede sosyal sorumluluk projeleri ile ilgilenen bir sosyal sorumluluk kulübü veya kulüp benzeri bir yapının varlığı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H4: Üniversitenin sosyal sorumluluk çalışmalarını yürüten kulüp ya da benzeri yapının öğrenci üye sayısı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H5: Üniversitenin kendi ekibi tarafından hazırlanan sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirmesiyle üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H6: Üniversitenin bir yılda kendi ekibi tarafından hazırladığı proje sayısı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H7: Üniversitelerin kendi ekipleri tarafından hazırladıkları projeleri hayata geçirirken başka kurumlarla iş birliği yapmaları ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H8: Üniversitelerin başka kurumlar tarafından hazırlanan sosyal sorumluluk projelerini desteklemesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H9: Üniversitenin yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına özel bir bütçe ayırması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H10: Üniversitenin sosyal sorumluluk çalışmalarına ayırdığı yıllık bütçe ortalaması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H11: Öğrencilerin sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirme konusunda yönlendirilip cesaretlendirilmesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H12: Öğrenciler tarafından sosyal sorumluluk projelerinin hazırlanması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H13: Öğrencilerin kendi hazırladıkları sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirmeleri ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

H14: Üniversitenin sosyal sorumluluk proje ve aktivitelerine öğrencilerini dahil etmesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

3.5. Sınırlılıklar

Araştırma evreni Türkiye’deki tüm üniversitelerde görev yapmakta olan akademisyenler olan araştırmada, evrenin çok geniş oluşu dolayısıyla çalışma Türkiye’deki İletişim Fakültelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerle sınırlandırılmıştır.

Özellikle İletişim Fakültelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin seçilme sebebi ise, çalışılan bilim dalı dolayısıyla sosyal sorumluluk kavram ve uygulamalarına dair akademik anlamda daha bilgili oldukları varsayımı ve bireysel olarak da konuya daha aşina oldukları düşüncesidir. Ayrıca İletişim Fakültelerinde sosyal sorumluluk derslerinin müfredatta yer alıyor oluşu, bu alana yönelik çalışmaların gerçekleştiriliyor oluşunun bilinmesi örneklem seçiminde etkili olan bir diğer kriterdir.

Üniversitelerde gerçekleştirilen sosyal sorumluluk uygulama ve çalışmalarından bilgi sahibi olma potansiyeli en yüksek olan bölüm akademisyen ve öğrencilerinin, İletişim Fakültesi bölümlerinde görev yapan akademisyenler ve okuyan öğrenciler olacağı fikri de çalışmada daha doğru somut veriler elde edileceği düşüncesinde etkili olmuştur.

3.6. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Türkiye’deki tüm devlet ve vakıf üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerdir.

Araştırmanın örneklemine ise Türkiye’deki tüm devlet ve vakıf üniversitelerinin, İletişim Fakültelerindeki tüm bölümlerde görev yapmakta olan akademisyenler oluşturmaktadır.

3.7. Araştırma Yöntem ve Teknikleri

Araştırmada nicel (kantitatif) araştırma tekniklerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma Türkiye genelini kapsadığından ve yüzyüze iletişim hem zaman hem bütçe bakımından zor olacağından, online anket tekniğine başvurulmuştur.

Örneklem seçiminde tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı (yargıya dayanan) örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Yine evrenin geniş oluşu dolayısıyla, araştırma açısından en doğru verilerin elde edilebileceğı grup; İletişim Fakültelerinde görev yapmakta olan akademisyenler olarak belirlenmiş ve bu amaç doğrultusunda örneklem olarak seçilmiştir.

Araştırmada 22 sorudan oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. Tüm sorular için kapalı uçlu soru yöntemi kullanılmış olup, bazı sorularda kapalı uçlu cevapların yanı sıra “diğer” seçeneğı eklenerek katılımcılara açık uçlu cevap seçeneğı de sunulmuştur. Ankette koşullu sorular yer almaktadır. Katılımcılara kolaylık olması bakımından, koşullu sorular cevaba göre otomatik yönlendirme yoluyla katılımcıya sunulmuştur.

Anket sonuçları SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiş ve araştırma raporu yazılmıştır.

3.8. Veri Toplama

Araştırma verilerinin toplandığı 20 Nisan 2019 tarihinde, 2019 yılı YÖK güncel verilerine göre Türkiye’deki toplam üniversite sayısı 206; üniversitelerde görev yapmakta olan toplam akademisyen sayısı ise 167.901’dir. Araştırma dahilinde bünyesinde İletişim Fakültesi bulunan 41 devlet üniversitesi ve 19 vakıf üniversitesi baz alınmıştır. YÖK listesinde olup, henüz bölüme öğrenci almamış olan 5 üniversite ve yine YÖK listesinde olup, üniversitenin internet sitesinde iletişim bilgileri yer almayan 4 üniversite elenmek durumunda kalmıştır. Bu düzenlemelerden sonra elde edilen iletişim bilgileri dahilinde toplam 1837 akademisyene online anket gönderilmiştir.

Katılımcılara e-posta yöntemi ile iletilen anket formu için, 22-26 Nisan 2019 tarihleri arası katılım süresi olarak belirlenmiş ve bu süre zarfında ankete katılım sağlanması istenmiş; son katılım tarihinden önce ise tekrar bir hatırlatma maili gönderilmiştir. Sonuç olarak toplam 303 katılımcı ile anket çalışması tamamlanmıştır.

3.9. Veri Analizi

Verilerin analizi için öncelikle, veriler normallik testine tabi tutulmuş olup, normal dağılıma sahip olup olmadığına bakılmıştır.

SPSS 22 veri analiz programına girilen anket cevapları üzerinden bir inceleme yapıldığında, anket formunda yer alan soruların normallik testlerinde elde edilen sigma değerlerinin 0,05'ten küçük olduğu ve “cevapların normal dağılıma sahiptir” hipotezinin reddedildiği görülmüştür. Bu sebeple ankette parametrik olmayan testlerden uygun olanların seçimi sağlanmıştır.

Parametrik olmayan testlerde katılımcı sayısının yüksekliği sebebiyle de (>25 olması halinde) Pearson Ki-Kare Testi uygulanmıştır.

3.9.1. Genel Frekans Analizleri

Ankete katılan 303 kişiden, anketi tamamlamayan katılımcılar çıkarıldığında 274 adet katılımcının verisi elde edilmiştir. Katılımcılardan toplanan veriler doğrultusunda yapılan genel frekans analizleri şu şekildedir:

Ankete katılanların %64.2'si (176 kişi) devlet üniversitelerinde, %35.8'i (98 kişi) vakıf üniversitelerinde görev yapmaktadır.

Katılımcıların %26.6'sı (73 kişi) Araştırma Görevlisi, %2.9'u (8 kişi) Araştırma Görevlisi Doktor, %1.1'i (3 kişi) Öğretim Görevlisi Doktor, %31.4'ü (86 kişi) Doktor Öğretim Üyesi, %10.6'sı (29 kişi) Doçent Doktor, %14.2'si (39 kişi) Profesör Doktor, %13.1'i (36 kişi) Öğretim Görevlisi'dir.

Katılımcıların %45.3'ü (124 kişi) bağlı bulundukları üniversitede 5 yıl ve daha az, %24.8'i (68 kişi) 6-10 yıl arasında, %11.3'ü (31 kişi) 11-15 yıl arasında, %8'i (22 kişi) 16-20 yıl arasında, %10.6'sı (29 kişi) 21 ve daha fazla yıl görev yapmaktadır.

Katılımcıların %57.3'ü (157 kişi), bir başka kişi ya da kurum tarafından hayata geçirilen herhangi bir sosyal sorumluluk projesinde bireysel olarak yer aldığını belirtirken, %42.7'si (117 kişi), bir başka kişi ya da kurum tarafından hayata geçirilen herhangi bir sosyal sorumluluk projesinde bireysel olarak yer almadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %31.4'ü (86 kişi), kendilerinin projelendirdiği herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirmiştir. %68.6'sı (188 kişi) ise kendilerinin projelendirdiği herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirmemiştir.

Katılımcıların dahil oldukları ya da gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk projelerinin %16.8'i (46 adet) çevre konulu, %19.7'si (54 adet) kültür – sanat konulu, %33.2'si (91 adet) eğitim konulu, %11.3'ü (31 adet) sağlık konulu, %4.7'si (13 adet) spor konulu, %30.3'ü (83 adet) sosyal yaşam konulu, %3.3'ü (9 adet) bölgesel kalkınma konuludur.

Katılımcıların %67.5'i (185 kişi), bağlı bulundukları üniversitede sosyal sorumluluk projeleri ile ilgilenen bir sosyal sorumluluk kulübü veya kulüp benzeri bir oluşum olduğunu, %6.2'si (17 kişi), bağlı bulunduğu üniversitede sosyal sorumluluk projeleri ile ilgilenen bir sosyal sorumluluk kulübü veya kulüp benzeri bir oluşum olmadığını söylemiştir. %26.3'ü (72 kişi) ise bu konu hakkında herhangi bir bilgisi olmadığını ifade etmiştir.

Katılımcıların %19.3'ü (53 kişi), bağlı bulundukları üniversitenin sosyal sorumluluk çalışmalarını yürüten kulüp ya da benzeri yapının öğrenci üye sayısının 100 kişiden az olduğunu, %10.6'sı (29 kişi) bu yapılarıdaki öğrenci sayısının 100 kişiden fazla olduğunu söylemiştir. %70.1'i (274 kişi) ise bu konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %63.5'i (174 kişi), üniversitelerinin kendi ekibi tarafından projelendirdiği sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirdiğini, %3.6'sı (10 kişi), üniversitelerinin kendi ekibi tarafından projelendirdiği sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirmediğini belirtmiştir. %32.8'i (90 kişi) ise bu konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %5.8'i (16 kişi) üniversitelerinin bir yılda kendi ekibi tarafından hazırladığı proje sayısının en fazla 5 olduğunu, %9.5'i (26 kişi) bu proje sayısının 5-10 arasında olduğunu, %10.6'sı (29 kişi) bu proje sayısının 10 projeden fazla olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %37.6'sı (103 kişi) ise bu konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %39.8'i (109 kişi) üniversitelerinin kendi ekibi tarafından hayata geçirilen projelerin çevre konulu, %35.4'ü (97 kişi) kültür – sanat konulu, %46.7'si (128 kişi) eğitim konulu, %30.7'si (84 kişi) sağlık konulu, %22.3'ü (61 kişi) spor konulu, %45.6'sı (125 kişi) sosyal içerikli konular, %13.1'i (36 kişi) bölgesel kalkınma konulu olduğunu belirtmiştir. %0.4 (1 kişi) ise bilim konulu olduğunu söylemiştir.

Katılımcıların %55.5'i (152 kişi) üniversitelerinin kendi ekibi tarafından projelendirdiği sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirirken başka kurumlarla iş birliği yaptığını; %0.4'ü (1 kişi) başka kurumlarla iş birliği yapmadığını belirtmiştir. %44.2'si (121) kişi ise bu konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %62.4'ü (171 kişi) başka kurumlar tarafından projelendirilen veya hayata geçirilen sosyal sorumluluk projelerinin üniversiteleri tarafından desteklendiğini, %2.9'u (8 kişi) başka kurumlar tarafından projelendirilen veya hayata geçirilen sosyal sorumluluk projelerinin üniversiteleri tarafından desteklenmediğini belirtmiştir. %34.7 (95 kişi) ise konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %63.5'i (174 kişi) sosyal sorumluluk projelerinde üniversitelerinin desteklediği ya da iş birliği yaptığı kurum türünün Sivil Toplum Kuruluşları

olduğunu; %52.6'sı (144 kişi) Yerel Yönetimler olduğunu; %16.8'i (46 kişi) Yerel Özel İşletmeler olduğunu; %85.8'i (235 kişi) Ulusal Özel İşletmeler olduğunu, %10.6'sı (29 kişi) Uluslararası Şirketler olduğunu; %44.9'u (123 kişi) Eğitim Kurumları olduğunu belirtmiştir. Diğer seçeneği ile cevap veren katılımcıların %0.4'ü (1 kişi) ise Gönüllü Kişilerle iş birliği yaptıklarını, %0.4'ü (1 kişi) ise Uluslararası Kurumlar ile iş birliği yaptıklarını söylemişlerdir.

Katılımcıların 20.1'i (55 kişi) üniversitelerinin yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına özel bir bütçe ayırdığını; %6.2'si (17 kişi) üniversitelerinin yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına özel bir bütçe ayırmadığını belirtmiştir. %73.7'si (202 kişi) ise konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %0.4'ü (1 kişi) üniversitelerinin sosyal sorumluluk çalışmalarına ayırdığı yıllık bütçe ortalamasının 3001-6000 TL arasında olduğunu; %0.4'ü (1 kişi) 6001-9000 TL olduğunu; %1.8'i (5 kişi) 9001-12000 TL olduğunu söylemiştir. Katılımcıların %17.5'i (48 kişi) ise konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %87.2'si (239 kişi) üniversite olarak öğrencilerini sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirme konusunda yönlendirdiklerini ve cesaretlendirdiklerini, %12.8'i (35 kişi) yönlendirme ve cesaretlendir konusunda bir şey yapmadıklarını söylemiştir.

Katılımcıların %83.6'sı (229 kişi) üniversitelerinde öğrenciler tarafından sosyal sorumluluk projeleri hazırlandığını; %1.1'i (3 kişi) üniversitelerinde öğrenciler tarafından sosyal sorumluluk projeleri hazırlanmadığını söylemiştir. Katılımcıların %15.3'ü (42 kişi) ise konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %70.1'i (192 kişi) üniversitelerindeki öğrencilerin hazırladıkları sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirdiklerini; %2.2'si (6 kişi) üniversitelerindeki öğrencilerin sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirmediğini söylemiştir. %11.3'ü (31 kişi) ise konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %9.92'si (27 kişi) üniversitelerindeki öğrencilerin kendi sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirirken maddi olarak destek verdiklerini; %30.7'si (84 kişi) resmi olarak kurum adından yararlanmalarına izin verdiklerini; %35'i (96 kişi) hem maddi destek verdiklerini hem de kurum adından yararlanmalarına izin verdiklerini söylemiştir. Katılımcıların %3.3'ü (3 kişi) konu hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcıların %5.5'i (15 kişi) üniversitelerindeki öğrencilerin kendi sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirirken manevi destek ve bireysel danışmanlık desteği verdiğini; %0.4'ü (1 kişi) mekan desteği sağladıklarını; %0.4'ü (1 kişi) sponsor ve organizasyon desteği sağladıklarını, %0.4'ü (1 kişi) ders kapsamında değerlendirdiklerini söylemiştir.

Katılımcıların %56.9'u (156 kişi) üniversitelerinin sosyal sorumluluk proje ve aktivitelerine öğrencilerini dahil ettiklerini; %1.1'i (3 kişi) bu aktivitelerle öğrencilerini dahil etmediklerini söylemiştir. Katılımcıların %42'si (115 kişi) ise hakkında herhangi bir bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %46.4'ü (127 kişi) sosyal sorumluluk proje ve aktivitelerinde öğrencilerine proje fikri üretme görevi verdiklerini; %39.4'ü (108 kişi) proje dosyası hazırlama – planlama görevi verdiklerini; %47.1'i (129 kişi) proje uygulama görevi verdiklerini; %42.3'ü (116 kişi) yönetim tarafından hazırlanan projelerde aktif görev alma görevi verdiklerini söylemişlerdir. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcıların %0.4'ü (1 kişi) okulu temsil etme görevi verdiklerini belirtmiştir.

3.9.2. Hipotezlerin Test Edilmesi

Devlet üniversiteleri ile vakıf üniversitelerinin sosyal sorumluluk uygulamaları arasındaki ilişki çapraz tablo karşılaştırmaları ile incelenmiş; bağlı bulunan üniversite türünün söz konusu uygulamalar üzerinde etkili olup olmadığı, belirlenen hipotezler doğrultusunda ilgili verilerin Ki-Kare analizine tabi tutulmasıyla ortaya konmuştur.

H1: Akademisyenin, başka bir kurum tarafından hayata geçirilen herhangi bir sosyal sorumluluk projesinde bireysel olarak yer alıp almaması ile görev alınan üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 1. H1 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests					
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,219 ^a	1	,136	,161	,086
Continuity Correction ^b	1,856	1	,173		
Likelihood Ratio	2,236	1	,135		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,211	1	,137		
N of Valid Cases	274				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 41,85.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	-,090	,136
	Cramer's V	,090	,136
N of Valid Cases		274	

Görüldüğü üzere $p=0,136 > 0,05$ olduğu için; akademisyenin, başka bir kurum tarafından hayata geçirilen herhangi bir sosyal sorumluluk projesinde bireysel olarak yer alıp almaması ile görev alınan üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H2: Akademisyenin kendisinin projelendirdiği herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirip geçirmediği ile görev alınan üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 2. H2 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,010 ^a	1	,025	,030	,018
Continuity Correction ^b	4,420	1	,036		
Likelihood Ratio	4,933	1	,026		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,991	1	,025		
N of Valid Cases	274				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,76.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,135	,025
	Cramer's V	,135	,025
N of Valid Cases		274	

$p=0,025 < 0,05$ olduğundan akademisyenin kendisinin projelendirdiği herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirip geçirmediği ile görev alınan üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu analizin çapraz tabloları yorumlandığında; devlet üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin %26.7'sinin, vakıf üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin ise %39.8'inin kendilerinin projelendirdiği herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirdikleri tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, vakıf üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin, devlet üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlere oranla daha fazla kendilerinin hazırladıkları sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirdikleri görülmektedir.

H3: Üniversitede sosyal sorumluluk projeleri ile ilgilenen bir sosyal sorumluluk kulübü veya kulüp benzeri bir yapının varlığı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 3. H3 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,460 ^a	2	,024
Likelihood Ratio	7,840	2	,020
Linear-by-Linear Association	5,669	1	,017
N of Valid Cases	274		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,08.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,165	,024
	Cramer's V	,165	,024
N of Valid Cases		274	

$p=0,024 < 0,05$ olduğundan, üniversitede sosyal sorumluluk projeleri ile ilgilenen bir sosyal sorumluluk kulübü veya kulüp benzeri bir yapının varlığı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu analizin çapraz tabloları yorumlandığında; devlet üniversitelerinin %61.9'unda, vakıf üniversitelerinin ise %77.6'sında sosyal sorumluluk projeleri ile ilgilenen bir sosyal sorumluluk kulübü veya kulüp benzeri bir yapının var olduğu görülmektedir. Her iki üniversite türünde sosyal sorumluluk alanıyla ilgilenen kulüplerin var olma oranı oldukça yüksektir. Bu durum sosyal sorumluluk alanına olan ilgiyi göstermektedir. Vakıf üniversitelerinde bu oranın yüksek oluşu, proje uygulama faaliyetlerine daha ağırlık verildiğini göstermektedir.

H4: Üniversitenin sosyal sorumluluk çalışmalarını yürüten kulüp ya da benzeri yapının öğrenci üye sayısı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 4. H4 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,388 ^a	2	,184
Likelihood Ratio	3,338	2	,188
Linear-by-Linear Association	2,854	1	,091
N of Valid Cases	274		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,37.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,111	,184
	Cramer's V	,111	,184
N of Valid Cases		274	

$p=0,184 > 0,05$ olduğundan, üniversitenin sosyal sorumluluk çalışmalarını yürüten kulüp ya da benzeri yapının öğrenci üye sayısı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H5: Üniversitenin kendi ekibi tarafından hazırlanan sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirmesiyle üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 5. H5 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,723 ^a	2	,155
Likelihood Ratio	3,805	2	,149
Linear-by-Linear Association	3,546	1	,060
N of Valid Cases	274		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,58.

Symmetric Measures		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,117	,155
	Cramer's V	,117	,155
N of Valid Cases		274	

$p=0,155 > 0,05$ olduğundan; üniversitenin kendi ekibi tarafından hazırlanan sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirmesiyle üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H6: Üniversitenin bir yılda kendi ekibi tarafından hazırladığı proje sayısı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 6. H2 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,554 ^a	3	,208
Likelihood Ratio	4,469	3	,215
Linear-by-Linear Association	1,792	1	,181
N of Valid Cases	174		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,34.

Symmetric Measures		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,162	,208
	Cramer's V	,162	,208
N of Valid Cases		174	

$p=0,208 > 0,05$ olduğundan, üniversitenin bir yılda kendi ekibi tarafından hazırladığı proje sayısı ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H7: Üniversitelerin kendi ekipleri tarafından hazırladıkları projeleri hayata geçirirken başka kurumlarla iş birliği yapmaları ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 7. H7 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,830 ^a	2	,400
Likelihood Ratio	2,162	2	,339
Linear-by-Linear Association	1,278	1	,258
N of Valid Cases	274		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,082	,400
	Cramer's V	,082	,400
N of Valid Cases		274	

$p=0,400 > 0,05$ olduğundan, üniversitelerin kendi ekipleri tarafından hazırladıkları projeleri hayata geçirirken başka kurumlarla iş birliği yapmaları ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H8: Üniversitelerin başka kurumlar tarafından hazırlanan sosyal sorumluluk projelerini desteklemesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 8. H8 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,432 ^a	2	,180
Likelihood Ratio	3,495	2	,174
Linear-by-Linear Association	3,381	1	,066
N of Valid Cases	274		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,86.

Symmetric Measures		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,112	,180
	Cramer's V	,112	,180
N of Valid Cases		274	

$p=0,180 > 0,05$ olduğundan, üniversitelerin başka kurumlar tarafından hazırlanan sosyal sorumluluk projelerini desteklemesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H9: Üniversitenin yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına özel bir bütçe ayırması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 9. H9 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,157 ^a	2	,006
Likelihood Ratio	10,140	2	,006
Linear-by-Linear Association	5,907	1	,015
N of Valid Cases	274		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,08.

Symmetric Measures		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,193	,006
	Cramer's V	,193	,006
N of Valid Cases		274	

$p=0,006 < 0,05$ olduğundan, üniversitenin yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına özel bir bütçe ayırması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu analizin çapraz tabloları yorumlandığında; devlet üniversitelerinin %14.8'inin, vakıf üniversitelerinin ise %29.6'sının yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına

özel bir bütçe ayırdığı görülmektedir. Vakıf üniversitelerinin ilgili alandaki çalışmalara, devlet üniversitelerine oranla daha fazla bütçe ayırdığı tespit edilmiştir.

H10: Üniversitenin sosyal sorumluluk çalışmalarına ayırdığı yıllık bütçe ortalaması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 10. H10 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,731 ^a	3	,292
Likelihood Ratio	4,620	3	,202
Linear-by-Linear Association	3,382	1	,066
N of Valid Cases	55		

a. 6 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,47.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,260	,292
	Cramer's V	,260	,292
N of Valid Cases		55	

$p=0,292 > 0,05$ olduğundan, üniversitenin sosyal sorumluluk çalışmalarına ayırdığı yıllık bütçe ortalaması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H11: Öğrencilerin sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirme konusunda yönlendirilip cesaretlendirilmesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 11. H11 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,765 ^a	1	,184		
Continuity Correction ^b	1,299	1	,254		
Likelihood Ratio	1,845	1	,174		
Fisher's Exact Test				,257	,126
Linear-by-Linear Association	1,758	1	,185		
N of Valid Cases	274				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,52.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	-,080	,184
Cramer's V	,080	,184
N of Valid Cases	274	

$p=0,184 > 0,05$ olduğundan, öğrencilerin sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirme konusunda yönlendirilip cesaretlendirilmesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H12: Öğrenciler tarafından sosyal sorumluluk projelerinin hazırlanması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 12. H12 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,276 ^a	2	,320
Likelihood Ratio	3,270	2	,195
Linear-by-Linear Association	,792	1	,374
N of Valid Cases	274		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,07.

Symmetric Measures		
		Value
Nominal by Nominal	Phi	,091
	Cramer's V	,091
N of Valid Cases		274

$p=0,320 > 0,05$ olduğundan, öğrenciler tarafından sosyal sorumluluk projelerinin hazırlanması ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H13: Öğrencilerin kendi hazırladıkları sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirmeleri ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 13. H13 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,762 ^a	2	,056
Likelihood Ratio	5,705	2	,058
Linear-by-Linear Association	,549	1	,459
N of Valid Cases	229		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,23.

Symmetric Measures		
		Value
Nominal by Nominal	Phi	,159
	Cramer's V	,159
N of Valid Cases		229

$p=0,056 > 0,05$ olduğundan, Öğrencilerin kendi hazırladıkları sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirmeleri ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H14: Üniversitenin sosyal sorumluluk proje ve aktivitelerine öğrencilerini dahil etmesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Tablo 14. H14 Hipotezi Ki-Kare Testi

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,474 ^a	2	,065
Likelihood Ratio	6,480	2	,039
Linear-by-Linear Association	3,851	1	,050
N of Valid Cases	274		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,07.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,141	,065
	Cramer's V	,141	,065
N of Valid Cases		274	

$p=0,065 > 0,05$ olduğundan üniversitenin sosyal sorumluluk proje ve aktivitelerine öğrencilerini dahil etmesi ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

3.9.3. Türkiye'deki Devlet Üniversiteleri ile Vakıf Üniversitelerinin Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Karşılaştırması

Ankete katılan toplam 274 kişinin 176'sı (%64,2'si) devlet üniversitelerinde, 98'i (%35,8'i) vakıf üniversitelerinde görev yapmaktadır. Aşağıda bu katılımcılardan elde edilen veriler, frekans analizleri, çapraz tablolar ve Ki-Kare test analizleri doğrultusunda yorumlanmıştır.

Devlet üniversitelerinden katılan akademisyenlerin %31.3'ü (55 kişi) Araştırma Görevlisi, %29'u (51 kişi) Doktor Öğretim Üyesi, %14.8'i (26 kişi) Profesör Doktor, %13.6'sı (24 kişi) Doçent Doktor, %6.3'ü (11 kişi) Öğretim Görevlisi, %4'ü (7 kişi) Araştırma Görevlisi Doktor, %1.1'i (2 kişi) Öğretim Görevlisi Doktor unvanlarına sahiptir. Vakıf üniversitelerinden katılan akademisyenlerin ise %35.7'si (35 kişi) Doktor Öğretim Üyesi, %25.5'i (25 kişi) Öğretim Görevlisi, %18.4'ü (18 kişi) Araştırma Görevlisi, %13.3'ü (13 kişi) Profesör Doktor, %5.1'i (5 kişi) Doçent Doktor, %1'i (1 kişi) Araştırma Görevlisi Doktor ve %1'i (1 kişi) Öğretim Görevlisi

Doktor unvanlarına sahiptir. Bu veriler doğrultusunda iki üniversite türünden katılımcıların oranları karşılaştırıldığında, devlet üniversitelerinden en yoğun ilgi ve katılımın %31.3'lük bir oranla Araştırma Görevlileri tarafından; vakıf üniversitelerinde ise %35.7'lik bir oranla Doktor Öğretim Üyeleri tarafından sağlandığı görülmektedir. Devlet üniversitelerinde ilgi ve katılımın en az olduğu grup ise %1.1'lik bir oranla Öğretim Görevlisi Doktor iken, vakıf üniversitelerinde Araştırma Görevlisi Doktor ve Öğretim Görevlisi Doktor gruplarının %1'lik oranlarla eşit olduğu görülmektedir.

Araştırma dahilinde üniversitelerde uzun süre (10 yıldan fazla) ve kısa süre (5 yıldan az) görev yapan akademisyenlerin sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirme oranları incelenmiştir. Bu doğrultuda elde edilen veriler şöyledir:

Devlet üniversitelerinde 10 yıldan fazladır görev yapmakta olan akademisyenlerin (toplam 55 kişi) herhangi bir sosyal sorumluluk projesinde bireysel olarak yer alma oranı %56.4 (31 kişi) iken, vakıf üniversitelerinde (toplam 27 kişi) bu oran %81.5 (22 kişi) olarak görülmektedir. 10 yıldan fazladır görev yapmakta olan akademisyenlerin kendinin hazırladığı herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirme oranları ise, devlet üniversitelerinde (toplam 55 kişi) %34.5 (19 kişi) iken, vakıf üniversitelerinde (toplam 27 kişi) %51.9 (14 kişi) olarak görülmektedir. Bu veriler ışığında vakıf üniversitelerinde uzun süreli görev yapmakta olan akademisyenlerin, devlet üniversitelerindeki akademisyenlere oranla daha fazla sosyal sorumluluk projesi gerçekleştirdiği görülmektedir.

Devlet üniversitelerinde 10 yıldan fazladır görev yapmakta olan akademisyenlerin kendileri ya da başka kurumlar tarafından hazırlanan herhangi bir sosyal sorumluluk projesini gerçekleştirirken en çok %52.9 oranıyla sosyal konulara ve %50 oranıyla eğitim konularına eğildikleri görülmektedir. Vakıf üniversitelerinde 10 yıldan fazladır görev yapmakta olan akademisyenlerin ise, kendileri ya da başka kurumlar tarafından hazırlanan herhangi bir sosyal sorumluluk projesini gerçekleştirirken en çok %78.3 oranıyla eğitim alanına eğildikleri görülmektedir. Her iki üniversite türünde de en çok ilgi gören sosyal sorumluluk alanının benzer şekilde eğitim olduğu söylenebilir.

Devlet üniversitelerinde 5 yıldan az görev yapmakta olan akademisyenlerin (toplam 71 kişi) herhangi bir sosyal sorumluluk projesinde bireysel olarak yer alma oranı %49.3 (35 kişi) iken, vakıf üniversitelerinde (toplam 53 kişi) bu oran %54.7 (29 kişi) olarak görülmektedir. 5 yıldan az görev yapmakta olan akademisyenlerin kendinin hazırladığı herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirme oranları ise, devlet üniversitelerinde (toplam 71 kişi) %14.1 (10 kişi) iken, vakıf üniversitelerinde (toplam 53 kişi) %32.1 (17 kişi) olarak görülmektedir. Bağlı bulunduğu üniversitede uzun dönemli görev yapmakta olan akademisyenler gibi, kısa dönemli görev yapmakta olan akademisyenlerde de sosyal sorumluluk projesi gerçekleştirme oranı vakıf üniversitelerinde, devlet üniversitelerine oranla daha fazladır.

Devlet üniversitelerinde 5 yıldan az görev yapmakta olan akademisyenlerin kendileri ya da başka kurumlar tarafından hazırlanan herhangi bir sosyal sorumluluk projesini gerçekleştirirken en çok %57.1 oranıyla eğitim ve %54.3 oranıyla sosyal konulara eğildikleri görülmektedir. Vakıf üniversitelerinde 5 yıldan az görev yapmakta olan akademisyenlerin ise, kendileri ya da başka kurumlar tarafından hazırlanan herhangi bir sosyal sorumluluk projesini gerçekleştirirken en çok %43.8 oranıyla eşit şekilde eğitim ve sosyal konulara eğildikleri görülmektedir. Bağlı bulunduğu üniversitede uzun dönemli görev yapmakta olan akademisyenler gibi, kısa dönemli görev yapmakta olan akademisyenlerin de en çok sosyal konular ve eğitim alanlarında proje gerçekleştirdiği görülmüştür. Bu bakımdan genel bir değerlendirme yapılacak olursa, sosyal konular ve eğitim alanlarının üzerine en çok proje gerçekleştirilen alanlar olduğu söylenebilir.

Başka bir kuruma ait sosyal sorumluluk projesine katılma konusunda üniversite türü arasında bir ilişki tespit edilmemişken, akademisyenlerin bireysel olarak kendilerinin hazırladıkları sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirme konusunda üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Vakıf üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin bireysel projelerini hayata geçirme oranı devlet üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin bireysel projelerini hayata geçirme oranından fazladır. Bunun çeşitli sebeplerinin olabileceği temelinde, bu oranın vakıf üniversitesinde daha fazla çıkmasının sebeplerinin; daha fazla bütçe ayıracak güçte oluşu, öğrenciler tarafından tercih edilme oranını yükseltme hedefiyle

prestij kazanma isteğinin varlığı ve özellikle meslek yüksekokulları bünyesinde pratik uygulamaların daha fazla gerçekleştiriliyor olduğu düşünülmektedir.

Akademisyenlerin sosyal sorumluluk konusunda en fazla dahil oldukları ve proje hayata geçirdikleri alan %50 üzerinde oranlarla eğitim alanı olmuştur. Yine her iki üniversite türünde bu alanları oran yükseliği sıralamasıyla, sosyal konular ve kültür – sanat alanları takip etmektedir. Yalnızca vakıf üniversitelerinde çevre alanında gerçekleştirilen uygulamalar kültür – sanat alanında gerçekleştirilen uygulamaların oranına eşittir. Devlet üniversitesinde bu alanda, yani çevre alanında gerçekleştirilen uygulamaların oranı düşüktür.

Araştırmada üniversite türü ile üniversitelerde bulunan sosyal sorumluluk alanında çalışma yapan kulüplerin ya da benzer yapıların varlığı arasında da anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Vakıf üniversitelerinde, sosyal sorumluluk alanında çalışma yapan kulüplerinin varlık oranının, devlet üniversitelerine oranla yüksek oluşu, üniversitenin maddi gelir kaynağının daha büyük oluşu ve pratik uygulamalara daha fazla önem veriyor oluşundan kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir. Her iki üniversitede de bu kulüplerin üye sayıları arasında ise bir fark görülmemiştir. Bu da öğrencilerin konuya olan ilişki düzeylerinin benzer olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Her iki üniversite türünde de üniversitenin kendi ekibi tarafından sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirildiği ve bu konuda aralarında herhangi bir fark olmadığı saptanmıştır. Bu sonuçtan yola çıkarak, her iki üniversitenin de sosyal sorumluluk alanında faaliyet gösterdiğini ve bu konudaki ilgi düzeylerinin benzer olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırma sonuçlarına göre üniversite türü ile yıl içerisinde üniversitenin kendi ekibi tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk proje sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamasa da çapraz tablolar yorumlandığında her iki üniversite türünde görev yapmakta olan akademisyenlerin bu konu hakkındaki bilgi düzeylerinin %50'den az olduğu göze çarpmaktadır. Bu da genel anlamda üniversitelerde görev yapmakta olan akademisyenlerin üniversite faaliyetlerinden yeterince haberdar olmadığı anlamına gelmektedir.

Her iki üniversite türünde de üniversitenin kendi ekibi tarafından en çok eğitim ve sosyal konular alanlarında proje gerçekleştirdiği görülmektedir. Akademisyelerin bireysel olarak da bu konulara daha fazla eğildiği sonucundan yola çıkarak, bu alanlara yönelik ilginin daha fazla olduğu söylenebilir. Ayrıca sosyal konular ve eğitim alanları hakkındaki genel görüş, bu alanlarda var olan eksiklikliğin ve sorunların fazlalığına da işaret edebilir.

Üniversitelerin kendi projelerini gerçekleştirirken diğer kurumlarla iş birliği yapıp yapmama ve diğer kurumların gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk projelerine destek verip vermeme konularında, üniversite türleri arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Her iki üniversite türünün de sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirirken diğer kurum ve kuruluşlarla iş birliği yaptığı görülmektedir. Her iki üniversite türünde de en çok iş birliği yapılan kurumlar sırasıyla sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve eğitim kurumlarıdır.

Üniversite türü ile yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına özel bütçe ayrılması konusunda anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Çapraz tablolar incelendiğinde sosyal sorumluluk projelerine yıllık olarak özel bütçe ayırma oranının vakıf üniversitelerinde, devlet üniversitelerine oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum vakıf üniversitelerinin sahip olduğu maddi gelirin daha fazla oluşu sebebiyle açıklanabilir. Ayrıca prestij kazanma ve öğrenciler tarafından tercih edilirlilik düzeylerini artırma amaçlı bu tür çalışmalara daha önem verildiğini söylemek mümkündür.

Yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına ayrılan bütçe ile üniversite türü arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Çapraz tablolar incelendiğinde bunun sebebinin, akademisyenlerin konu hakkındaki bilgi düzeylerinin çok düşük olduğu görülmektedir. Devlet üniversitelerinde akademisyenlerin %96.2'si, vakıf üniversitelerindeki akademisyenlerin ise %79.3'ü konu hakkında bilgisizdir.

Her iki üniversite de öğrencilerini sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirme konusunda yönlendirmekte ve cesaretlendirmektedir. Bu doğrultuda her iki üniversitede de öğrenciler tarafından sosyal sorumluluk projelerinin dosya bazında hazırlandığı ve bu konuda aralarında bir fark olmadığı görülmüştür. Yine benzer

şekilde, öğrenciler tarafından sosyal sorumluluk projelerinin hayata geçirilmesi konusunda da bir fark tespit edilmemiştir. Her iki üniversite öğrencilerinin de benzer oranlarda proje hayata geçirdiği görülmektedir.

Devlet üniversitelerinde öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirirken, üniversite tarafından verilen desteğin en büyük oranda resmi olarak kurum adından yararlandırmak olduğu; vakıf üniversitesinde ise hem maddi destek verilmesi hem de kurum adından faydalandırılması olduğu görülmektedir.

Her iki üniversite türünde de kurumun sosyal sorumluluk projelerine öğrencilerin %50'den fazla oranlarda dahil edildiği görülmektedir. Bu konuda iki üniversite arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Bu projelerde öğrencilere verilen görevler her iki üniversite türünde de yaklaşık eşit dağılımlarla şunlardır: Proje fikri üretme, proje dosyası hazırlama – planlama, projeyi uygulama ve yönetim tarafından hazırlanan projelerde aktif görev alma. Bu doğrultuda, öğrencilerin bir sosyal sorumluluk projesine dahil olurken, projenin her aşamasında görev aldığını söylemek mümkündür. Bu durum üniversitelerin, öğrencilerin bu alanda ve projenin her aşamasında deneyim sahibi olmalarına önem verdiği şeklinde yorumlanabilir.

SONUÇ

Günümüzde insan merkezli yönetim bakış açısı, insan kaynağını ve insanı ilgilendiren tüm konuları ön plana çıkartmıştır. İnsanın bir odak noktası haline geldiği bu yapıda asıl amaçları kâr elde etmek olan ticari işletmeler de dahil olmak üzere tüm kurum ve kuruluşlar, insanı merkez kabul etme yolunda önemli adımlar atmaya başlamışlardır. Dünyayı algılayış şekli ve bakış açısında karşımıza çıkan insan merkezli bu olgu, toplumsal hayata sivil örgütlenmeler ile yansımış, özel işletmeler boyutunda bu görünüm sosyal sorumluluk kavramını gündeme getirmiştir. Ticari kurumların sadece mal ve hizmet üreten yapılar olmaktan çıkmış, toplum tarafından çeşitli istek ve beklentilerle de donatılmışlardır. Bu durum onların sadece finansal amaçlar doğrultusunda değil, toplumsal istek ve beklentiler doğrultusunda da hareket etmeleri gerekliliğini doğurmuştur. Bu bağlamda kurumlar tüzel kişilikleriyle birlikte tıpkı bireyler gibi sosyal birer varlık olarak toplumda yerlerini almışlardır.

Kurumların sosyal birer varlık haline gelişi beraberinde paydaş olgusunun şekillenmesine sebep olmuş, kurumların çeşitli paydaş gruplarının oluşumuyla birlikte de toplum ve kurum arasındaki etkileşim artmıştır. Paydaş ilişkilerinin niteliği artık yalnızca kurumların başarısı üzerinde değil, kurum varlığının sürdürülebilir oluşu üzerinde de doğrudan etkilidir. Kurumlar, paydaşlarını tanıyarak kurdukları doğru iletişim paralelinde başarılı olmaktadır. Özellikle büyük kurumlar için kurulacak olan bu doğru ve etkili iletişimin başarısı kurumun başarısıyla eşdeğerdir.

Kurumların paydaş ilişkileri üzerindeki en etkili konulardan biri sosyal sorumluluktur. Tarihsel süreçte savaşlar, ekonomik buhranlar, yıkılıp yeniden kurulan devletler, büyük toplumsal olaylar vb. yaşayarak günümüz modern toplumuna evrilmiş bireyler, gerek insan olarak bireysel değerlerinin gerekse toplumsal anlamda birbirlerine karşı olan sorumluluklarının farkına varmışlardır. Günümüzde hüküm süren toplumsal yapının bir dayanağını oluşturan kurumlar ise sahip oldukları tüzel kişilikleriyle birer birey gibi algılanmaktadır. Bu bağlamda bireylere karşı oluşan birbirlerine ve topluma duyarlılık, sorumluluk beklentisi, kurumlara karşı da oluşmaya başlamıştır. Oluşan bu sosyal sorumlu kurum beklentisi

tarihsel süreçte öncelikle geleneksel anlamda devlet kurumları ve sivil toplum kuruluşlarına karşı şekillenmiştir. Fakat zamanla ticari kurumların da toplumsal sürece aktif katılım sağlayan kurumsal vatandaşlar olarak değerlendirilmesiyle, sosyal sorumluluk olgusu şekil değiştirmiş ve yeniden yorumlanarak tüm kurum ve kuruluşların sahip olması gereken bir özellik, kurum kültürünün vazgeçilmez temel unsurlarından biri haline gelmiştir.

Bu çalışma dahilinde incelenen kurumlar üniversitelerdir. Üniversiteler toplumun gelişim ve ilerlemesi için günümüzün olmazsa olmaz temel yapılarından biridir. Her alanda olduğu gibi yüksek öğretim alanında da zaman içerisinde büyük değişimler meydana gelmiştir. Zorlu süreçlerden geçerek günümüze gelen yüksek öğretimin geldiği son noktada ise, üniversiteler çeşitli misyonlarla donatılarak yaygınlaştırılmışlardır. Temel olarak eğitim – öğretim, bilimsel bilgi üretimi ve araştırma ile topluma hizmet misyonlarını görev edinen üniversiteler önemli bir paydaş konumundadırlar. Varoluş amaçları doğrultusunda topluma hizmet etmekte olan üniversiteler, sahip oldukları bu özellik temelinde hali hazırda sosyal sorumluluklarını gerçekleştirmektedirler. Fakat yukarıda bahsedilen toplumsal düşünce perspektifinde değerlendirildiğinde, değişen toplumsal beklentilerin üniversitelere karşı olan tutumu da etkilediğini söylemek mümkündür.

Toplumun prestijli kurumları olarak nitelendirilen üniversitelerin, toplumun gelişimi ve ilerleyişi anlamında öncü konumda yer alması gerektiği, bugün birçok birey ve düşünce yapısı nezdinde kabul görmektedir. Diğer işlevlerinin yanında son yıllarda ön plana çıkan sosyal sorumluluk alanında da üniversitelerden nitelikli bir duruş sergilemeleri beklenmektedir. Bu durumun farkında olan üniversiteler de çeşitli proje ve uygulamalarla paydaşlarının beklentilerini karşılamaya çalışmaktadırlar.

Toplum tarafından üniversitelere karşı olan sosyal sorumlu kurum beklentisi bir yana, üniversitenin iç paydaş grubu olan akademisyen ve öğrencilerin bağlı oldukları bu kurumlardan beklentileri de her geçen gün büyük bir hızla artmaktadır. Bu çalışma dahilinde söz konusu edilen üniversiteler ve sosyal sorumluluk ilişkisi ise bu beklentiler üzerine şekillenmiştir.

Çalışmada üniversitelerin toplumsal yaşam içerisindeki rolü tarihsel süreç içerisinde incelenmiş ve günümüzde geldiği son noktada sosyal sorumluluk alanındaki yeri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda hem bireyler hem de kurumlar nezdinde toplumu etkileme ve yönlendirme gücüne sahip üniversitelerin, sosyal sorumluluk alanında da çeşitli uygulamalarla varlık göstermeye başladığı görülmektedir. Ders müfredatına dahil edilen sosyal sorumluluk dersleri, öğrenciler için pratiğe dönük proje uygulamaları, üniversite bünyesinde oluşturulan çeşitli kulüp ve topluluklar, toplumu bu alanda çalışmalar yapmaya teşvik eden etkinlik ve organizasyonlar, çeşitli kurumsal proje faaliyetleri, bölgesel kalkınmaya verilen bilimsel danışmanlık ve uygulama destekleri, öğrencilerin kişilik oluşumlarına ve tutumlarına yaptıkları olumlu katkılar vb. ile sosyal sorumluluk alanına değerli katkılar sağlayan üniversiteler topluma değer katmaya devam etmektedirler.

Bu bilgi ve değerlendirmeler ışığında Türkiye'deki devlet üniversiteleri ile vakıf üniversitelerinin sosyal sorumluluk uygulamaları karşılaştırması amaçlı yapılan araştırmada, genel olarak üniversitelerin sosyal sorumluluğa verdiği önem, öğrencilerin sosyal sorumluluk alanına olan ilgileri, üniversitelerde sosyal sorumluluk projesi gerçekleştiriliyor oluşu, sosyal sorumluluk projeleri için öğrencilerin cesaretlendirmeleri ve teşvik edilmeleri, sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirirken diğer kurum ve kuruluşlarla iş birlikleri yapılması, üniversitedeki öğrencilerin kendi sosyal sorumluluk projelerinin oluşu ve üniversite projelerinde öğrencilere çeşitli görevler veriliyor oluşu bakımından bir fark olmadığı saptanmıştır. Her iki üniversite türünde de bahsedilen uygulamalar benzer şekillerde gerçekleştirilmektedir.

Araştırma verilerinden elde edilen analiz sonuçlarına göre, devlet ve vakıf üniversitesi karşılaştırmasında dikkati çeken noktalar genel itibari ile şu şekilde özetlenebilir: Vakıf üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin kendi projelerini hayata geçirme oranları, devlet üniversitelerindeki akademisyenlere göre yüksektir. Akademisyenlerin hayata geçirdikleri projelerin çoğunluğunun eğitim ve sosyal konular alanlarına yönelik olduğu görülmüştür. Yine her iki üniversite türünde kurum tarafından hazırlanarak gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projeleri de ağırlıklı olan bu iki alana yöneliktir. Vakıf üniversitelerinde sosyal sorumluluk ile ilgili kulüplerin varlığının, devlet üniversitelerine oranla daha yüksek olduğu

saptanmıştır. Üniversiteler tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk proje sayılarının bilinmesi oranı her iki üniversite türünde de oldukça düşük olarak göze çarpmaktadır. Her iki üniversite türünde de sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirirken diğer kurum ve kuruluşlarla iş birliği gerçekleştirildiği görülmektedir. Her iki üniversite tarafında da en çok iş birliği gerçekleştirilen kurumlar ise, sivil toplum kuruluşları ve eğitim kurumları oluşturmaktadır. Vakıf üniversitelerinin sosyal sorumluluk projelerine yıllık olarak özel bir bütçe ayırma oranı, devlet üniversitelerine göre fazladır. Her iki üniversite de öğrencilerin, gerçekleştirilen sosyal sorumluluk proje ve uygulamalarına, projenin planlamasından uygulamasına kadar her aşamasında benzer şekillerde görev alarak dahil edilmektedirler.

Araştırma sonuçlarından yola çıkılarak Türkiye’deki hem devlet hem de vakıf üniversitelerinin sosyal sorumluluk konusuna ilgi ve önem gösterdiği söylenebilir. Verilen cevaplara ait yüzde oranlarının yüksek oluşu, konu hakkında yapılan çalışmaların varlığını kanıtlamanın yanı sıra, konu hakkındaki bilgi ve duyarlılık seviyesinin de yüksek olduğuna işaret etmektedir. Üniversitenin kurum olarak sosyal sorumluluğa önem verdiği gibi, üniversite öğrencilerinin de bu alana yönelik ilgilerinin yüksek olduğunu araştırma verilerine dayanarak söylemek mümkündür.

Her ne kadar sosyal sorumluluk konusunda yapılan çalışmalar gün geçtikçe artsa da üniversite gençliği ile şimdiye kadar gerçekleştirilen sosyal sorumluluk uygulamaları henüz yeterli düzeye gelmemiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerini gerçekleştirenler genellikle kurum ve kuruluşlar olsa da bu projelere dahil edilerek büyük bir sinerji meydana getirebilme gücüne sahip olan üniversite gençliği, bu alanda hakettiği konuma gelmemiştir. Üniversite öğrencilerinin kurumlar açısından önemli bir toplumsal paydaş olduğu kabul edilse de onların sosyal sorumluluk alanındaki gücünün henüz tam anlamıyla keşfedilmemiş olduğunu söylemek mümkündür. Hatta üniversite gençliğinin sosyal sorumluluk alanında büyük bir potansiyele sahip olduğu ve bu potansiyelin henüz yeni yeni farkına varıldığı gözlemlenmektedir.

Sonuç olarak sosyal sorumluluk alanında üniversitelerin toplumda önemli ve değerli öncüler olduğu, bünyesinde barındırdıkları akademisyenler ve öğrenciler ile de yüksek bir güç potansiyeline sahip olduğunu açıktır. Üniversitelerin bu potansiyellerinin

farkına vararak, diğ er alanlarla birlikte sosyal sorumluluk alanında da yenilikler gerçekleştirerek topluma hizmet etmesi gerekmektedir. D unyada olduğu gibi Türkiye’de de bu alanda çok daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir.



KAYNAKÇA

- Ackerman, R. W., & Bauer, R. A.: **Corporate Social Responsiveness: The Modern Dilemma**, Reston, Reston Publishing Company, 1976
- Akgemci, T., Çelik, A., & Özgener, Ş.: “Sosyal Denetim Kavramına Genel Bir Yaklaşım (Değerlendirme)”, **İ. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, No: 23-24, 2000-2001, s.s. 9-21
- Aktan, C. C.: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, İgiad Yayınları, 2007
- Aktan, C. C., & Börü, D.: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği Yayını, 2007
- Alakavuklar, O. n., Kılıçaslan, S., & Öztürk, E. B.: “Türkiye’de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal Değişim Öyküsü”, **Yönetim Araştırmaları Dergisi**, Cilt: 9, Sayı: 2, 2009, s.s. 103-143
- Annette, J.: “Service Learning in An International Context”, **Frontiers**, 2002, s.s. 83-93.
- Antalyalı, Ö. L.: “Tarihsel Süreç İçerisinde Üniversite Misyonlarının Oluşumu”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:6, 2007/2, s.s. 25-40

- Arap, S. K.: “Türkiye Yeni Üniversitelerine Kavuşurken: Türkiye’de Yeni Üniversiteler Ve Kuruluş Gerekçeleri”, **Ankara Üniversitesi S.B.F. Dergisi**, Sayı:1, Cilt:65, 2010, s.s. 1-29
- Argüden, Y.: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, Rota Yayıncılık, 2002
- Ataünal, A.: **Cumhuriyet Döneminde Yükseköğretimdeki Gelişmeler**, Ankara, MEB Yükseköğretim Genel Müdürlüğü Yayını, 1993
- Ay, Ü.: **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, Ankara, Nobel Yayın Evi, 2003
- Aydede, C.: **Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, MediaCat, 2007
- Balta Peltekoğlu, F.: “Halkla İlişkiler ve Sosyal Sorumluluk”, **Marmara İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:2, 2003, s.s. 180-197
- Balta Peltekoğlu, F.: **Halkla İlişkiler Nedir?**, İstanbul, Beta Yayınları, 2007
- Baskan, G. A.: “Türkiye’de Yükseköğretimin Gelişimi”, **G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt:21, Sayı:1, 2001, s.s. 21-32
- Bayrak, S: **Ahlak ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul, Beta Yayınları, 2001

- Bayraktaroğlu, G., İlter, B., & Tanyeri, M.: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru**, İstanbul, Literatür Yayıncılık, 2009
- Bikmen, F.: “Corporate Philanthropy in Turkey: Building on Tradition, Adapting to Change”, **Social Economy and Law Project Journal**, 2003
- Bingöl, D.: **İnsan Kaynakları Yönetimi**, İstanbul, Beta Yayınları, 2001
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L.: **Management**, New York, McGraw-Hill, 1992
- Bozkurt, İ.: **Bütünleşik Pazarlama İletişimi**, İstanbul, MediaCat Yayınları, 2000
- Carroll, A.: “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, **Academy of Management Review**, Cilt:4, No:4, 2001, s.s. 497-505
- Carroll, A. B.: “The Pyramid of Corporate Social Responsibility”, **Business Horizons**, July-August, 2001, s.s. 39-48
- Carroll, A. B.: **Business and Society: Ethics and Stakeholder Management**, Cincinnati, South-Western College Publishing, 1993
- Çerik, Ş., & Özarslan, E.: “Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir

Uygulama”, **Ege Akademik Bakış**,
Cilt:8, Konu:2, 2008, s.s. 587-604

Clarkson, M. B.:

“A Stakeholder Framework for
Analyzing and Evaluating Corporate
Social Performance”, **The Academy of
Management Review**, Cilt:20, No:1,
1995, s.s. 92-117

Coşkun, G.:

**Kurumsal Pazarlama ve Sosyal
Sorumluluk**, Ankara, Nobel Yayın,
2010

Davis, K.:

“The Case for and Against Business
Assumption of Social Responsibilities”,
Academy of Management Journal,
Cilt:16, No:2, 1973, s.s. 312-322

Davis, K.:

**Five Propositions for Social
Responsibility. Managing Corporate
Social Responsibility**, (A. B. Carroll,
Dü.), Boston, Little, Brown and
Company, 1997

Davis, K., & Blomstrom, R. L.:

**Business Society and Environment,
Social Power and Social Response
(Second Edition)**, New York, McGraw-
Hill Book Company, 1971

Doğramacı, İ.:

**Günümüzde Rektör Seçimi ve Atama
Krizi Türkiye’de ve Dünyada
Yükseköğretim Yönetimine Bir Bakış**,
Ankara, Meteksan, 2000

Donaldson, T., & Preston, L. E.:

“The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications”, **Academy of Management Review**, Cilt:20, No:1, 1995, s.s. 65-91

Erden, D.:

“İşletmelerin Sosyal Sorumluluğunun Algılanması: Mühendislik ile İşletme ve İktisat Öğrencileri Kıyaslaması”, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt:20, No:2, 1987, s.s. 69-80

Erdoğan, İ.:

Yeni Bin Yıla Doğru Türk Eğitim Sistemi, İstanbul, Sistem Yayıncılık, 2004

Eren, E.:

İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, 1990

Erkal, M., Özarslan, İ., Korkmaz, E., & Batırel, Ö. F.:

Yükseköğretim Kurumlarının Bölgelerarası Gelişme Farklılıkları Açısından Önemi ve İşlevleri, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası, 1998

Ersöz, H. Y.:

Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek Ve Sivil Toplum Kuruluşları, İstanbul, Vimek Ajans, 2007

Ertğrul, F.:

“Paydaş Teorisi Ve İşletmelerin Paydaşları İle İlişkilerinin Yönetimi”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari**

Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:0,
Sayı:31, 2008, s.s. 199-223

Fieser, J.:

“Do Businesses Have Moral Obligations
Beyond What The Law Requires?”,
Journal of Business Ethics, Cilt:15,
Sayı:4, 1996, s.s. 457-468

Freeman, R. E.:

“The Politics of Stakeholder Theory:
Some Future Directions”, **Business
Ethics Quarterly**, Cilt:4, Sayı:4, 1996,
s.s. 409–421

Freeman, R. E.:

“Divergent Stakeholder Theory”,
Academy of Management Review,
Cilt:24, No:2, 1999, s.s. 233-236

Friedman, M.:

“The Social Responsibility of Business is
to Increase its Profits”, **The New York
Times Magazine**, Sayı:33, 1970, s.s.

122-126

Glover, J.:

On Responsibility, New York,
Humanities Press, 1970

Göcenoglu, C., & Onan, I.:

**Türkiye’de Kurumsal Sosyal
Sorumluluk Değerlendirme Raporu**,
Ankara, Avrupa Birliği, Birleşmiş
Milletler Kalkınma Fonu, 2008

Gök, F.:

“Cumhuriyet Dönemi’nde Eğitim
Sistemi ve Üniversiteler”, **İktisat
Dergisi**, Sayı: 383, 1998, s.s. 75-80

- Gök, N.: “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, **Önce Kalite Dergisi**, 2007, s.s. 58-60
- Gökbunar, A. R.: “İşletmelerin Çevrenin Korunmasında Sosyal Sorumluluğu”, **Ekoloji Çevre Dergisi**, Sayı: 14, 1995, s.s.4-8
- Grigsby, D. W., & Stahl, M.: **Strategic Management: Total Quality and Global Competition**, New York, Blackwell Pub, 1997
- Grunig, J. E.: **Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**, İstanbul, Rota, 2005
- Güçdemir Akıncıoğlu, Y.: “Günümüzde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Türkiye Uygulamaları”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 23, 2005, s.s. 269-272.
- Günay, D.: “Üniversitenin Niteliği, Akademik Özgürlük ve Üniversite Özerkliği”, **International Congress on Higher Education**, İstanbul, 27-29 Mayıs, 2004
- Güngör, S.: “Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Türkiye'deki İletişim Fakültelerinin Müfredatında Bir Ders Olarak Analizi: Başkent Üniversitesi Vaka Çalışması”, **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)**, Cilt:4, Sayı: 11, 2017, s.s.119-140
- Gürüz, K., Şuhubi, E., Şengör, C.,

- Türker, K., & Yurtsever, E.: **Türkiye’de ve Dünyada Yükseköğretim Bilim ve Teknoloji,** İstanbul, Tüsiad Yayını, 1994
- Güzelcik Ural, E., & Güler Yılmaz, E.: “İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarının Bağımsız Onayı: SA 8000 ve Halkla İlişkiler”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Cilt:0, Sayı:23, 2005, s.s.247-258
- Habermas, J.: **Rasyonel Bir Topluma Doğru,** Çev. A. Çiğdem, & M. Küçük, Ankara, Vadi Yayınları, 1992
- Hatiboğlu, T.: **Türkiye Üniversite Tarihi,** Ankara, Selvi Yayınları, 2000
- Hay, R. D., Gray, E. D., & Gates, J. E.: **Business and Society,** Ohio, South Western Publishing, 1976
- Hetherington, H.: **University Autonomy: It’s Meanings Today,** Paris, International Association of Universities, 1965
- Hill, C. W., & Gareth, J.: **Strategic Management,** Boston, Houghton Wifflin Company, 1989
- Hirschland, M. J.: **Corporate Social Responsibility and The Shaping Global Public Policy,** New York, Palgrave MacMillan Company, 2006
- Karsak, B.: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk, içinde: Jale Minibaş Poussard, Turhan**

- Erkmen, Yönetim-İletişim-Kültür,** İstanbul, Arıkan Basım, 2008
- Kerins, A. T.: **Adventure in Service Learning: Developing Knowledge, Values and Responsibility,** London, MPG Books Group, 2010
- Koç, Y., & Palabıyık, A.: “Üniversite Gençliğinin Toplumsal ve Siyasal Sorunlara Bakışı: Muş Alparslan Üniversitesi ve Bitlis Eren Üniversitesi Öğrencileri Örneği”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:11, Sayı:39, 2012, s.s.322-346
- Kotler, P., & Lee, N.: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk,**Çev. S. Kaçamak, İstanbul, MediaCat Kitapları, 2008
- L’Etang, J., & Pieczka, M.: **Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar,** İstanbul, Vadi Yayınları, 2002
- Lickona, T.: **Educating For Character: How Our Schools Can Teach Respect And Responsibility,** New York, Bantam Books, 1991
- Livesa, C. H., & Carnegie, A.: **Rise of Big Business,** New York, Longman Publishing, 2000
- Luhans, F., & Hoggetts, R. M.: **Social Issue in Business,** New York, The Mac Millian Company, 1972

- Mescon, M. H.: **Business Today**, London, Prentice Hall, 1972
- Miles, R. H.: **Managing The Corporate Social Environment**, New Jersey, Prentice-Hall, 1987
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J.:“Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts”, **Academy of Management Review**, Cilt:22, No:4, 1997, s.s.853-886
- Özgen, E.: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri**, İstanbul, Maviyağaç Kültür Sanat Yayıncılık, 2006
- Özgen, E.: “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi”, **D. Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt:8, 2007, s.s.1-6
- Özgener, Ş.: **İş Ahlâkının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım**, Ankara, Nobel Yayınevi, 2004
- Öztunalı, Ö.: **Üniversiteler Tarihi ve Vakıf Üniversiteleri**, İstanbul, İstanbul Kültür Üniversitesi, 2001
- Özüpek, M. N.: **Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk**, Konya, Tablet Yayınları, 2005

Peltekoğlu, F. B.:

Halkla İlişkiler Nedir?, İstanbul, Beta Basım, 2012

Popkin, M.:

Active Parenting: Teaching, Cooperation and Responsibility, San Fransisco, Harper & Row Publishers, 1987

Post, J. E., Lawrence, A. T., & Weber, J.:

Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics, Boston, McGraw-Hill Higher Education, 2002

Pringle, H., & Thomson, M.:

Marka Ruhu, Çev. Z. Yelçe, & C. Feyyat, İstanbul, Scala Yayıncılık, 2000

Robbins, P. S., & Coulter, M.:

Management, New Jersey, Prentice Hall, 2002

Rukancı, F., & Anameriç, H.:

“Ortaçağda İlk Üniversiteler: Studium Generale”, **Felsefe Dünyası**, Cilt:2004/1, Sayı:39, 2004, s.s. 170-186

Saran, M., Coşkun, G., İnal Zorel, F., & Aksoy, Z.:

“Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk Bilincinin Geliştirilmesi: Ege Üniversitesi Topluma Hizmet Uygulamaları Dersi Üzerine Bir Araştırma”, **Journal of Yasar University**, Cilt:6, Sayı:22, 2011, s.s. 3732-3747

Sargın, S.:

“Türkiye’de Üniversitelerin Gelişim Süreci ve Bölgesel Dağılımı”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler**

- Enstitüsü Dergisi**, Cilt:3, Sayı:5, 2007, s.s. 133-150
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B.: “Corporate Social Responsibility: A There Domain Approach”, **Business Ethics Quarterly**, Cilt:13, Sayı:4, 2003, s.s. 503–530
- Şimşek, M. Ş., Akgemci, T., & Çelik, A.: **Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış**, Konya, Adım Matbaacılık., 2003
- Smith, C.: “The New Corporate Philanthropy”, **Harvard Business Review**, May-June, 1994, s.s. 104-120
- Stoner, J. A., & Freeman, R. E.: **Annotated Instructor’s Edition Management**, New Jersey, Prentice-Hall, 1992
- Tak, B.: **İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları ile İlişkilerin Yönetimi**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2009
- Tanilli, S.: **Uygarlık Tarihi**, İstanbul, Say Yayınları, 1991
- Tekeli, İ.: “Dünya’da ve Türkiye’de Üniversite Üzerinde Konuşmanın Değişik Yolları”, **Toplum ve Bilim Dergisi**, Sayı:97, 2003, s.s. 123-143

- Theaker, A.: **Halkla İlişkilerin El Kitabı**, Çev. M. Yaz, İstanbul, MediaCat Yayınları, 2006
- Thompson, J. K., Wartick, S. L., & Smith, H. L.: “Integrating Corporate Social Responsibility Performance and Stakeholder Management: "Implications for a Research Agenda in Small Business”, **Research in Corporate Social Performance and Policy**, Cilt:12, Sayı:1, 1991, s.s. 207-230
- Timur, T.: **Toplumsal Değişme ve Üniversiteler**, Ankara, İmge Kitabevi, 2000
- Toker, H., & Tat, M.: “Sosyal Sorumluluk: Kamu ve Vakıf Üniversiteleri Öğrencilerinin Sosyal Sorumluluğa İlişkin Bilgi Düzeyleri ve Algılarının Ölçülmesi”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Cilt:8, Sayı:1, 2013, s.s. 34-56
- Uçkan, Ö.: “Bilgi Politikası ve Bilgi Ekonomisi: Verimlilik, İstihdam, Büyüme ve Kalkınma”, **Bilgi Dünyası**, Cilt:7, Sayı:1, 2006, s.s. 23-48
- UNESCO.: “Yirmi Birinci Yüzyılda Yükseköğretim Vizyon ve Eylem”, T.u. G. Baskan, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi**, Cilt:6, Sayı:22, 2000, s.s. 167-189

- Varol, A.: “Hedef Kitlelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirmesi: Üniversite Gençlerine Yönelik Bir Araştırma”, **Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi**, Cilt:6, Sayı:1, 2000, s.s. 49-64
- Walton, C.: **Corporate Social Responsibilities**, California, Wadsworth Publishing Company Inc, 1967
- Weber, M.: “The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Company- Level Measurement approach for CSR”, **Europe Mangement Journal**, Cilt:26, Sayı:4, 2008, s.s. 247–261
- Wertz, M.: “Wilhelm von Humboldt's Classical Education Curriculum”, **FIDELIO Magazine**, Cilt:5, Sayı:2, 1996, s.s. 29-39
- Yamak, S.: **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2007
- Yıldırım, G., & Karafes, E.: “Halkla ilişkilerin dönüşümü: Public Relations’dan Public Engagement’a geçiş”, **Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi**, Sayı:24, 2011, s.s.17-27
- Yozgat, O.: **İşletmeYönetimi**, İstanbul, Met-Er Matbaası, 1983

Tezler

Göksu, Fatma.:

**Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının
Marka İmajına Etkisi (Petrol
İşletmelerinde Uygulamalı Araştırma),**
Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006

İnternet Kaynakları

Türk Dil Kurumu:

“Türk Dil Kurumu Güncel Sözlük”,
(Çevirimiçi) <http://sozluk.gov.tr>, 05.07.
2019

YÖK:

“Türlerine Göre Mevcut Üniversite
Sayıları”,(Çevirimiçi)
<https://istatistik.yok.gov.tr>, 08.07. 2019

EKLER

Anket Formu

Değerli

hocam,

Bu anket formu Türkiye’deki üniversitelerin sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalarının ortaya konulması amacıyla hazırlanmıştır. Elde edilen veriler öğrencisi olduğum İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü yüksek lisans tez çalışmamda kullanılacaktır. Değerli katkılarınız için teşekkür ederim.

1. Bağlı bulunduğunuz üniversitenin türü hangisidir? *

Devlet Üniversitesi

Vakıf Üniversitesi

2. Bağlı bulunduğunuz üniversitedeki akademik unvanınız nedir? *

Araştırma Görevlisi

Araştırma Görevlisi Doktor

Öğretim Görevlisi Doktor

Doktor Öğretim Üyesi

Doçent Doktor

Profesör Doktor

Öğretim Görevlisi

3. Bağlı bulunduğunuz üniversitede kaç yıldır görev yapmaktasınız? *

5 yıl veya daha az

6-10 yıl

11-15 yıl

16-20 yıl

21 yıl veya daha fazla

4. Başka bir kişi veya kurum tarafından hayata geçirilen herhangi bir sosyal sorumluluk projesinde bireysel olarak yer aldınız mı? *

Evet

Hayır

5. Kendinizin projelendirdiği herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirdiniz mi? *

Evet

Hayır

6. Dahil olduğunuz ya da gerçekleştirdiğiniz sosyal sorumluluk projesi hangi alan/alanlara yönelikti? *

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Çevre

Kültür – Sanat

Eğitim

Sağlık

Spor

Sosyal Konular

Bölgesel Kalkınma

Diğer

7. Bağlı bulunduğunuz üniversitede sosyal sorumluluk projeleri ile ilgilenen bir sosyal sorumluluk kulübü veya kulüp benzeri bir oluşum var mı? *

Evet

Hayır

Bilmiyorum

8. Bağlı bulunduğunuz üniversitenin sosyal sorumluluk çalışmalarını yürüten kulüp ya da benzeri yapının öğrenci üye sayısı nedir? *

100 kişiden az

100 kişiden fazla

Bilmiyorum

9. Üniversiteniz kendi ekibi tarafından projelendirdiği sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirir mi? *

Evet

Hayır

Bilmiyorum

10. Üniversiteniz bir yılda kendi ekibi tarafından projelendirilen ortalama kaç proje hayata geçirmektedir? *

5 projeden az

5 - 10 proje

10 projeden fazla

Bilmiyorum

11. Üniversitenizin kendi ekibi tarafından hayata geçirilen projeler hangi uygulama alanlarına yöneliktir?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Çevre

Kültür – Sanat

Eğitim

Sağlık

Spor

Sosyal Konular

Bölgesel Kalkınma

Diğer

12. Üniversiteniz kendi ekibi tarafından projelendirdiği sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirirken başka kurumlarla işbirliği yapıyor mu? *

(Sivil Toplum Kuruluşları, Belediyeler, Özel İşletmeler vb.)

Evet

Hayır

Bilmiyorum

13. Başka kurumlar tarafından projelendirilen veya hayata geçirilen sosyal sorumluluk projeleri üniversiteniz tarafından desteklenir mi? *

(maddi olarak, öğrenci ve/veya öğretim görevlisi katılımı olarak, mekan kullanımı olarak, araştırma desteği olarak vb.)

Evet

Hayır

Bilmiyorum

14. Sosyal sorumluluk projelerinde desteklediğiniz ya da işbirliği yaptığınız kurum türleri nelerdir? *

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Sivil Toplum Kuruluşları

Yerel Yönetimler

Yerel Özel İşletmeler

Ulusal Özel İşletmeler

Uluslararası Şirketler

Eğitim Kurumları

Diğer

15. Üniversiteniz yıllık olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına özel bir bütçe ayırıyor mu? *

Evet

Hayır

Bilmiyorum

16. Üniversitenizin sosyal sorumluluk çalışmalarına ayırdığı yıllık bütçe ortalama olarak ne kadardır? *

1000 TL veya daha az

1001 - 3000 TL

3001 - 6000 TL

6001 - 9000 TL

9001 - 12000 TL

Bilmiyorum

Diğer

17. Üniversite olarak öğrencilerinizi sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirme konusunda yönlendiriyor ve cesaretlendiriyor musunuz? *

Evet

Hayır

18. Üniversitenizde öğrenciler tarafından sosyal sorumluluk projeleri hazırlanır mı? *

(Proje fikri veya proje dosyası olarak da olabilir. Hayata geçirilmiş olması gerekmiyor.)

Evet

Hayır

Bilmiyorum

19. Öğrencileriniz kendi hazırladıkları sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirirler mi? *

Evet

Hayır

Bilmiyorum

20. Öğrencilerinizi kendi sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirirken destekliyor musunuz? *

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Maddi destek veriyoruz

Resmi olarak kurum adından yararlanmasına izin veriyoruz

Hem maddi destek veriyoruz hem de kurum adından yararlanmasına izin veriyoruz

Hayır

Diğer

21. Üniversitenizin sosyal sorumluluk proje ve aktivitelerine öğrencilerinizi dahil ediyor musunuz? *

Evet

Hayır

Bilmiyorum

22. Sosyal sorumluluk proje ve aktivitelerinde öğrencilerinize ne gibi görevler veriyorsunuz?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Proje Fikri Üretme

Proje Dosyası Hazırlama – Planlama

Projeyi Uygulama

Yönetim tarafından hazırlanan projelerde aktif görev alma

Diğer

