



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Ömer SEREN

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA CİNSİYET EŞİTLİĞİ

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2021



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Ömer SEREN

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA CİNSİYET EŞİTLİĞİ

Danışman

Prof. Dr. Seçil DEREN VAN HET HOF

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2021

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Ömer Seren'in bu çalışması, jürimiz tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Elif Ekin Akşit Vural (İmza)

Üye (Danışmanı) : Seçil Deren Van Het Hof (İmza)

Üye : Sibel Hoştut (İmza)

Tez Başlığı: SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA CİNSİYET EŞİTLİĞİ

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 27/10/2021

Mezuniyet Tarihi : 25/11/2021

(İmza)

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Sürdürülebilirlik kapsamında cinsiyet eşitliği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Adı SOYADI

Ömer Seren



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Ömer Seren
Öğrenci Numarası	20195220010
Enstitü Ana Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Seçil Deren Van Het Hof
Tez Başlığı	Sürdürülebilirlik kapsamında cinsiyet eşitliği
Turnitin Ödev Numarası	1712527597

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 64 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 25/11/2021 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 10

alıntılar dahil % 10 'tür.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

25/11/2021

(imzası)
Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iii
TABLOLAR LİSTESİ	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	v
ÖZET	vi
SUMMARY	vii
TEŞEKKÜR.....	viii
ÖNSÖZ	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM KÜRESELLEŞME VE DEĞİŞEN GÜÇ DENGELERİ

1.1. Refah Devleti	6
1.2. Neo-liberal politikalar.....	8
1.3. Kurumsal sosyal sorumluluk ve özel sektör sorumlulukları	10
1.4. Sivil Toplum Kuruluşların Rolü	15

İKİNCİ BÖLÜM TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİ

2.1 Toplumsal bir sorun olarak cinsiyet eşitsizliği	17
2.2 Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin boyutları	18
2.2.1 Eğitim	18
2.2.2 İstihdam	20
2.2.3 Siyasal Katılım	22
2.2.4 Sağlık.....	24
2.2.5 Aile ve Aile içi Şiddet	25
2.3 Toplumsal cinsiyet eşitliğinin giderilmesinde şirketlere düşen sorumluluklar.....	26
2.4 Feminizm co-opted?	27

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE BULGULARI

3.1 Araştırma Yöntemi	29
3.2 Örneklem	30
3.3 Kodlar	36
3.3.1 Projeler	36
3.3.2 Women's Empowerment Principles'ı (WEP) benimsemek	37
3.3.3 SDG/SKH/SKA/Hedef 5.....	38
3.3.4 Hükümet Politikalarına Destek	38
3.3.5 İnsan Kaynakları Politikaları.....	38
3.3.6 Toplumsal Sorun Olarak Cinsiyet Eşitsizliğini kabul etmek	38
3.3.7 Fırsat Eşitliği Modeli (FEM) Sertifikasını Almak	38
3.3.8 Ödül Almak/Vermek.....	39
3.3.9 Çalışma Grupları/Komiteler Kurmak.....	39
3.3.10 STK vb. kuruluşlara Yardımcı olmak/ kurmak.....	39
3.3.11 Toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili kurumsal ilke beyanı	39
3.3.12 Sponsorluk Çalışmaları	39
3.3.13 Bloomberg Gender Equality Index'e (GEI) dahil olmak	39
3.14 Paydaşlar	40
3.4 Analiz ve Bulgular	40
 SONUÇ	 59
KAYNAKÇA.....	63
ÖZGEÇMİŞ.....	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 KSS'nin dört ana unsuru	17
Şekil 2.2. Cinsiyete göre 25 yaş ve üstü nüfusta eğitime katılım oranı (ilkokul), 2008-2020 ..	19
Şekil 2.3. Cinsiyete göre eğitim ve istihdam istatistikleri	19
Şekil 2.4 Sektörlere göre kadın istihdamının dağılımı	21
Şekil 2.5 İşgücüne dahil olmayanların yıllara ve cinsiyete göre işgücüne dahil olmama nedenleri	22
Şekil 3.1. Yıllara göre toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapılan rapor sayısı	42
Şekil 3.2. Toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapılan raporların sektörlere göre dağılımı ...	43
Şekil 3.3. Toplumsal cinsiyet eşitliği adına yapılan çalışmalar	44
Şekil 3.4. Yıllara göre yapılan cinsiyet eşitliği çalışmaları	44
Şekil 3.5. WEP kapsamında yapılan çalışmalar	45
Şekil 3.6. Hedef 5'i destekleyen şirketler	46
Şekil 3.7. Yıllara göre hükümet politikalarına destek verilen raporlar	47
Şekil 3.8. Yıllara göre gerçekleştirilen toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında insan kaynakları politikaları	48
Şekil 3.9. Cinsiyet eşitliğinin toplumsal bir sorun olarak kabul edildiği raporların yıllara göre dağılımı	48
Şekil 3.10. HeForShe çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmaların yayınlandığı raporlar	49
Şekil 3.11. Yıllara göre toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında ödül alan/ veren şirketler	50
Şekil 3.12. Çalışma gruplarıyla toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması gerçekleştiren şirketlerin yıllara göre dağılımı	50
Şekil 3.13. Fırsat Eşitliği Modeli (FEM) sertifikasını alan şirketlerin yıllara göre dağılımı ...	51
Şekil 3.14. STK vb. kuruluşlara yardımcı olmak/ kurmak	52
Şekil 3.15. Toplumsal cinsiyet eşitliğine kurumsal ilkeler getirilen raporlar	53
Şekil 3.16. Bloomberg Gender Equality Index'ine girilen yıllar	54
Şekil 3.17. Toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde sponsorluk hareketleri yapan şirketler ...	54
Şekil 3.18. Toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik yapılan projelerin dağılımı	55
Şekil 3.19. Toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik yapılan projelerin yıllara göre artış grafiği ..	55
Şekil 3.20. Yapılan projelerin sektörlere göre dağılımı	56
Şekil 3.21. Yapılan projelerin sektörel dağılımı	57

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1 İncelemeye dahil edilen şirketler	32
Tablo 3.2. Yıllara göre yayınlanan toplam rapor sayısı	35
Tablo 3.3. Toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları yapan şirketlerin genel özellikleri.	40
Tablo 3.4. Sektörlere ve yıllara göre toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapılan raporlar	42
Tablo 3.5. WEP kapsamında yapılan çalışmaların sektörlere göre dağılımı	45
Tablo 3.6. Hedef 5'i raporlarında destekleyen şirketlerin sektörlere göre dağılımı.....	47
Tablo 3.7. Toplumsal cinsiyet eşitliği projelerinde iş birliği yapılan paydaşlar.....	57



KISALTMALAR LİSTESİ

BİST	Borsa İstanbul
BM	Birleşmiş Milletler
EGS	Elektrik Gaz ve Su
FEM	Fırsat Eşitliği Modeli
GEI	Bloomberg Gender Equality Index (Bloomberg Cinsiyet Eşitliği Endeksi)
IMF	Uluslararası Para Fonu
İML	İmalat
İNŞ	İnşaat ve Bayındırlık
KAGİDER	Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KAP	Kamuoyu Aydınlatma Platformu
KSS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
KYE	Kurumsal Yönetim Endeksi
MK	Mali Kuruluşlar
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü Organisation for Economic Co-operation and Development
SDG	Sustainable Development Goals (Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları)
SRE	Sürdürülebilirlik Endeksi
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TEK	Teknoloji
TEV	Türkiye Eğitim Vakfı
TOP	Toptan Perakende Ticaret Lokantalar ve Oteller
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
ULŞ	Ulaştırma Depolama ve Haberleşme
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)
WEF	Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum)
WEP	Women's Empowerment Principles (Kadının Güçlenmesi Prensipleri)
WHO	Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization)

ÖZET

Günümüzün sürekli değişen dünyasında sürdürülebilirlik kavramı küresel anlamda çok büyük yer edinmeye başlamıştır. Bu yüzden şirketlerin ulusal ve uluslararası bağlamlarda sürdürülebilirlik adına yaptıkları da bu doğrultuda çok büyük önem kazanmaya başlamıştır. Şirketler paydaşlarıyla iyi ilişkiler geliştirmek adına yaptıkları sürdürülebilirlik kapsamındaki kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) çalışmalarını yıllık raporlarında yayınlamaya başlamışlardır. Türkiye’deki şirketlerin bu raporlarda sürdürülebilirlik açısından çok büyük öneme sahip olan toplumsal cinsiyet eşitliği adına ne gibi çalışmalara yer verdiği bu araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Çalışmanın kapsamını; Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) endeksleri olan sürdürülebilirlik (SRE) ve kurumsal yönetim (KYE) endekslerindeki şirketlerin yayınladığı 442 rapor oluşturmuştur. Bu raporlarda hangi zamanlarda toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları yapıldığı, çalışmaların sektörel farklılıkları ve yapılan çalışmaların kapsamları belirlenmeye çalışılmıştır. Toplanan raporlar içerik analizi yapılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak, şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarına yeteri kadar önem vermediği tespit edilmiştir. Toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarının çoğunluğunun aynı sektörlerle ait belli başlı şirketler tarafından yapılan, kısıtlı sayıdaki çalışmalar ile yürütüldüğü ortaya çıkmıştır. Cinsiyet eşitliğinin iş dünyasındaki sorunlarına, toplumun yapısal sorunlarından daha çok dikkat edildiği gözlemlenmiştir. Bu sonuçlara göre şirketlerin yayınladıkları raporların günümüzde yetersiz olduğu, şirketlerin birbirlerine karşı avantaj sağlamak ve toplumun sorunlarına doğru bir şekilde ulaşmak için raporlarında daha kapsamlı toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarına yer vermeleri gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik raporları, içerik analizi, toplumsal cinsiyet eşitliği

SUMMARY

GENDER EQUALITY WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY

In today's everchanging world, the concept of sustainability has gained a major place in the global sense. Thus, what companies do in the name of sustainability in both the national and international contexts has gained great importance. In order to develop good relations with their stakeholders, companies have started to publish their corporate social responsibility (CSR) activities within the scope of sustainability in their annual reports. What kind of activities the companies in Turkey have included in these reports on behalf of gender equality which has great importance in terms of sustainability is the subject of this study. The extent of this study has been established with 442 reports published by companies in the sustainability and corporate governance indices of Public Disclosure Platform (PDP). In these reports, the question of when the gender equality activities were carried out, the industrial differences of the activities and the scope of the activities have been tried to be determined. The collected reports were analyzed by content analysis. From the findings, it has been determined that companies do not attach enough importance to gender equality activities. Gender equality activities in the reports have turned out to be narrow-scoped, most of which were created by a certain few companies that belonged to the same industries. It has been observed that more attention was paid to the gender equality issues that emerge in the business world, than to the structural problems of society. According to these results, it is concluded that the reports published by the companies are insufficient and companies should include more comprehensive gender equality activities in their reports in order to gain an advantage over each other and to reach out to the problems of the society correctly.

Keywords: Sustainability, content analysis, gender equality

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim ve tez sürecim boyunca kıymetli fikirlerini ve zamanını hiçbir şekilde esirgemeyen saygı değer danışman hocam Prof. Dr. Seçil DEREN VAN HET HOF'a ve bu süreçte her türlü desteği sağlayan aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ömer SEREN



ÖNSÖZ

Küreselleşen dünyada devletler kadar güçlü konuma gelen şirketlerin içerisinde bulundukları topluma karşı belirli başlı sorumlulukları vardır. Bu durum şirketler açısından kurumsal vatandaşlık kavramının daha çok gündeme gelmesine neden olmuştur. Şirketler toplum yararına yapmaları gereken bu işleri kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde gerçekleştirerek paydaşlarına sunmaktadırlar.

Türkiye’de 2004 yılından itibaren yayınlanan yıllık raporlar, şirketlerin yaptıkları kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını paydaşlarıyla paylaşması için bir araç niteliğindedir. Çalışmanın Kamuyu Aydınlatma Platformu’nun sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim endeksinde yer alan şirketlerin yayınladığı 442 raporun toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında incelenmesini amaçlamıştır. Toplanan raporlar içerik analizi yapılarak incelenmiş, in vivo yöntemi ile kodlanarak açıklayıcı genellemeler yapılmaya çalışılmıştır. Toplumsal cinsiyet eşitliği sorununa yeteri kadar önem verilmediği gibi bu şekilde kat edilen ilerleme yetersizdir. Yayınlanan raporlarda sürdürülebilirlik ve bu kapsamda toplumsal cinsiyet eşitliği sorununun daha fazla ele alınması ve daha geniş kapsamlı, toplumun yapısal sorunlarını ele alacak çalışmalar yapılması gerekmektedir.

GİRİŞ

Şirketler günümüz dünyasında en az devletler kadar önemli politik aktörler haline gelmiştir. 1980’li yıllardan sonra Margaret Thatcher ve Ronald Reagan dönemiyle neo-liberal politikaların küresel düzeyde giderek yaygınlaşmasıyla beraber devletler giderek küçülmeye başlamıştır. Bu süreçte toplumsal hizmetlerden giderek çekilen Batılı devletler refah devleti politikasından uzaklaşmıştır. Devletlerin ekonomik alandan çekilirken sosyal devlet özelliğinden de uzaklaştığı görülmüştür. Devletlerin çekildiği alanı şirketler, özellikle de çok-uluslu şirketler doldurmuştur. Çok-uluslu şirketlerin ulaştığı ekonomik güç o derecededir ki bazılarının boyutu ulusal ekonomilerden büyüktür. 2019’da Coca-Cola’nın yıllık toplam geliri 34.27 milyar dolarken,¹ Letonya’nın 2019 yılı gayri safi yurt içi hasılası 34.06 milyar dolardı.² 2019 yılında Letonya’nın toplam çalışan sayısı 917.8³ bin kişiyken, Coca-Cola’nın 2019 yılı toplam çalışan sayısı 86.6 bin kişiydi. ⁴Bu ekonomik güçlenmeyle beraber şirketlerin aldıkları her türlü aksiyonun toplumun daha derin noktalarında hissedilmeye başlanması, şirketleri toplumsal konularda büyük aktörler haline getirmiştir.

Bu durum işletme, siyaset bilimi ve ekonomi alanında “kurumsal vatandaşlık” kavramının daha sıklıkla gündeme gelmesinin ardında yatmaktadır. Kurumsal vatandaşlık kavramına ilk olarak 1996 yılında o dönemki Amerikan Başkanı Bill Clinton dikkat çekmiştir (Carroll, 1998: 1). Kurumsal vatandaşlık kavramı aynı bir insanın vatandaşlık görevlerini yerine getirmesi gibi açıklanabilir. Vatandaşların; vergi vermek, oy kullanmak, kanunlara uymak gibi çeşitli vatandaşlık görevleri vardır. Şirketlerin de benzer şekilde kurumsal vatandaş olarak bazı sorumlulukları olmalıdır. Carroll’a (1998: 1-2) göre kurumsal vatandaş olmanın dört adet, herkesi etkileyen maddesi bulunmaktadır. Bu maddeler öncelik sırasına göre şöyledir:

- 1- Kârlı olmak,
- 2- Yasalara uymak,
- 3- Etik sorumluluklarını yerine getirmek,
- 4- Hayırseverlik yaparak kazandıklarını geri vermek.

Kurumsal vatandaşlık, şirketlerin toplumun gerçek vatandaşlarının haklarına karşı sorumluluğu olan politika aktörleri olduğunun göstergesidir (Matten vd., 2003: 115). Bu da şirketleri;

¹ <https://investors.coca-colacompany.com/filings-reports/annual-filings-10-k/content/0000021344-20-000006/0000021344-20-000006.pdf> (erişim tarihi: 15.05.2021).

² <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPD@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/LVA> (erişim tarihi: 15.05.2021).

³ <https://tradingeconomics.com/latvia/employed-persons> (erişim tarihi: 25.05.2021).

⁴ <https://www.statista.com/statistics/254562/coca-colas-number-of-employees-worldwide/> (erişim tarihi: 25.05.2021).

işletme-toplum ilişkilerini gözeten, toplumun politik haklarını koruyan bir kurum haline getirmiş (Valor, 2005: 195).

Şirketlerden beklenen en görünür sorumluluk üretim süreçlerinde neden oldukları çevresel etkilerin azaltılması ya da giderilmesidir. Ancak bunun yanı sıra iyi istihdam koşulları sağlamak, yolsuzluğu önlemek, adil ticari ilişkileri desteklemek ve toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklemek gibi sorumluluklar da üstlenmeleri beklenmektedir. İstihdamda devletle yarışan, hatta daha fazla istihdam sağlayan özel sektörün toplumsal cinsiyet eşitsizliği alanında da önemli bir aktör olduğu göz ardı edilemez. Dolayısıyla şirketlerden istihdamda cinsiyet eşitliğini gözeten politikalar benimsemeleri kurumsal vatandaşlık kapsamında ele alınmaktadır. Kamu kuruluşları sosyal devlet politikaları ve toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları çerçevesinde kamu yararı ilkesinden hareketle istihdam alanında zaman zaman kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık uygulayabilmektedir. Buna karşın şirketler doğrudan kâr amaçlı kurumlar olarak istihdam politikaları izlediklerinde pozitif ayrımcılık bir yana, toplumsal cinsiyet bakımından ayrımcı yapıların devamına hizmet eden istihdam politikaları benimsemektedirler. Şirketlerin genellikle kadına atfedilen aile içi görevlerinin, kadının çalışma hayatına olumsuz yansımalarının olacağı, dolayısıyla da çalışan verimliliklerinin düşük olacağı varsayımıyla hareket ettikleri gözlemlenmektedir. Bu ve benzeri kabullerin istihdam politikalarına yansması, şirketleri yerleşik toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini devam ettiren ve derinleştiren aktörler haline getirmektedir.

Şirketler kâr amacı güderken ağır çalışma koşullarını kaldırabilecek çalışana ihtiyaç duymaktadır. Kabaca anlatmak gerekirse; bu koşullarda hamile kalmayacak, çocuğunu emzirmek zorunda olmayacak, çocuğunu okuldan alması gerekmeyecek ya da ev işleri kafasında olmayacak bir çalışana ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durumda şirketler bütün parayı çalıştırdıkları erkeklere öderlerken, onların orada çalışmasını sağlayan kadınlara hiçbir ücret ödenmemektedir. Son tahlilde parayı kontrol etme hakkına sahip olan erkek kadını da kontrol etmeye başlamaktadır. Kâr mantığıyla düşünüldüğünde bu toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ortaya çıkmasındaki sorumluluğun şirketlerde olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Buna ek olarak mavi yakalı çalışanların (bedensel gücüyle maaş veya süreli ücret karşılığı çalışan işçi) büyük bölümünün erkek olduğu görülmektedir. PwC Türkiye'nin hazırladığı "Dijitalleşme Ekseninde Türkiye'de Mavi Yakanın Geleceği" raporuna göre kadın çalışanların mavi yaka işgücünde oranı ortalama %19 seviyesindedir.⁵ Rapor, kadın istihdamının tüm pozisyonlarda artırılması son derece kritik bir önem taşıdığının altını çizmekte

⁵ "Mavi yakalı kadınlara ihtiyaç var", 9.7.2019 <http://www.skdturkiye.org/esit-adimlar/yakin-plan/mavi-yakali-kadnlara-ihitiyac-var> (erişim 2.11.2021).

ancak bunun önünde, kültürel & toplumsal normlar, çalışma koşulları, eğitim sistemi veya salt alışkanlıklar gibi birçok engel olduğunu ortaya koymaktadır. Mercer Türkiye'nin "2021 Mavi Yaka Ücret Artışı ve Yan Haklar Politika ve Uygulama Araştırması" raporuna göre ise Türkiye'deki mavi yaka çalışanların yalnızca yüzde 17'si kadın çalışanlardan oluşmaktadır.⁶ Araştırma sonuçlarına göre kadın istihdam oranı sektörlere göre de değişiklik göstermektedir. Teknik rollerin yoğunlukta olduğu maden-metal sektöründe yüzde 5,6, teknolojiye yüzde 6,9, otomotiv yan sanayide yüzde 8,7, kimyada yüzde 11,1 ve üretimde yüzde 13,7 gibi oldukça düşük oranlara sahiptir. Kadın istihdamının görece daha yüksek olduğu sektörler ise sırasıyla yüzde 33,9 ile hizmet, yüzde 34,6 ile bankacılık ve finansal hizmetler, yüzde 34,6 ile ilaç ve sağlık sektörleri olduğu tespit edilmiştir. Bu raporda da mavi yakada cinsiyet eşitliğinin sağlanması için iş dünyasının yeni politikalar geliştirilmesi ve daha fazla kadın istihdamı sağlanabilmesine yönelik somut adımlar atılması gerekliliğinin altı çizilmektedir. Deloitte'un Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) iş birliği ile hayata geçirdiği "Türkiye Otomotiv Sanayiinde Kadın" raporuna göre Türkiye'de kadınların toplam istihdam içindeki oranı TÜİK verilerine göre %31'dir.⁷ Aynı raporda iş gücündeki kadınların ise sadece %14'ü sanayii sektöründe çalıştığı ve sanayii sektöründeki toplam iş gücünün %23'ünü oluşturduğu belirtilmektedir. Otomotiv sanayiinde çalışan beyaz yakalılar içinde kadın çalışanların oranıysa %25 olarak tespit edilmiştir.

Beyaz yakalı kadın çalışanların ise kariyer alanında ilerleme fırsatlarının az olması, başka bir ifadeyle cam tavanın neredeyse aşılabilir olması toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda şirketlerle birlikte gündeme gelen olgular olarak karşımız açılmaktadır.

Altunkılıç "Sosyo-Kültürel Farklılıkların İş Yaşamı Kalitesi Üzerine Etkisinin Beyaz Yakalı Kadın Çalışan Perspektifinden Değerlendirilmesi" (2019) başlıklı yüksek lisans çalışmasında kadın çalışanların en yoğun olduğu perakende sektöründe çalışanların %41'ini kadınlardan oluşmaktayken yöneticilerin yöneticilerin sadece %10'unun kadın olduğunu tespit etmiştir (16). Diğer sektörlerde bu oran daha da düşmektedir. Yıldız bu durumun literatürde "cam uçurum, cam asansör, cam yürüyen merdiven, cam duvar, cam labi-rent, göstermecilik ve çifte açmaz" kavramları ile ele alındığını belirtir (2017: 125). Bu kavramların arkasında yatan toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılığın yalnızca ücret, terfi ve kariyer imkânlarını etkilemekle

⁶ "Mavi yakada cinsiyet eşitsizliği: erkek istihdamı yüzde 83, kadın istihdamı yüzde 17", 9.10.2021 https://ankahaber.net/haber/detay/mavi_yakada_cinsiyet_esitsizligi_erkek_istihdami_yuzde_83_kadin_istihdami_yuzde_17_57076 (2.11.2021).

⁷ "Otomotiv sanayiinde kadın", The Deloitte Times, Şubat 2018 https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/the-deloitte-times/TDT_Subat%202018_otomotiv%20sanayiinde%20kadin.pdf (2.11.2021).

kalmaıp, iş ve yaşam stresini, işten ayrılma niyetini artırdığı, örgütsel bağlılığı ve iş tatminini azalttığı bulunmuştur.

Neoliberalizm politikaların şirketlerin ekonomik güçlerinin yanı sıra siyasal ve toplumsal aktörler olarak görünürlüklerini ve etkilerini artırmıştır. Bu varsayımdan yola çıkarak, Türkiye’de Borsa İstanbul’da (BIST) listelenen limited şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda oynarıkları rol bu araştırmanın konusudur. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin sağlanmasında şirketlerin üstlendikleri sorumluluklar ve bu sorumlulukların yıllar içinde nasıl evrildiği ele alınmıştır. Bu amaçla, şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk ve/veya sürdürülebilirlik raporları, faaliyet raporları ya da entegre-faaliyet raporları içerisinde kamuoyu ile paylaştıkları ve toplumsal cinsiyet eşitliğine katkıda bulunmayı hedefleyen etkinliklerine odaklanılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporları şirketlerin topluma katkılarını iş dünyasına ve kamuoyuna duyurdukları iletişim ortamlarıdır. Bu nedenle de şirketlerin kendi taraflarından bir anlatı sunan metinler oldukları da göz ardı edilmemiştir. Çalışma şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliği alanındaki rollerini ve etkinliklerini inceleyerek alanda bu olguyu ilk ele alan araştırmadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜRESELLEŞME VE DEĞİŞEN GÜÇ DENGELERİ

Küreselleşmeyle birlikte şirketlerin ekonomik anlamdaki büyümesi, kamu sektörüyle arasındaki altyapı, eğitim, sağlık, istihdam gibi konularda çok büyük farklar oluşmasına yol açmıştır. Özel sektörün yıllar geçtikçe çeşitlenmesi ve kendi içerisinde yeni alt sektörler oluşturmaya başlamasıyla sektör iyice her alanda faaliyet gösteren bir yapıya dönüşmeye başlamıştır. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development) verilerine göre 2017 yılında OECD ülkelerinin ortalama kamu sektörü istihdamı toplam istihdamın %17,71'ini kapsarken, aynı oran Türkiye için ise %10,77 olarak verilmiştir (OECD, 2019: 85). Ortaya çıkan bu istihdam farkı aslında şirketlerin ne kadar çok insanın hayatında etkisi olduğuna bir kanıt niteliği taşımaktadır. Kamu kuruluşlarının aksine yalnızca kâr elde etmek için var olan şirketlerin, bu artan etkisiyle beraber ekonomik alanın dışında siyasal ve toplumsal alanda da önemli aktörler haline gelmeleri, bu alanlardaki çeşitli sorunların da paydaşı olmalarına yol açmıştır. Bu bağlamda birinci bölümde şirketlerin sahip oldukları gücün temelinde yatan sebepler, yapacakları kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin etikliği ve sivil toplum kuruluşlarının kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına kattıkları tartışılmıştır.

1.1. Refah Devleti

Refah devleti temelde, devletin elde ettiği geliri eşitlikçi bir yapıyla halka tekrar dağıtan sosyal bir yapıdır. Endüstrileşme, kapitalizmin yükselmesi ve artan nüfus toplumun belli bir kısmının büyük ölçüde fakirleşmesine yol açmış. Tarihsel olarak refah devletlerinin oluşumu, fakirleşen halkın ayaklanmasını engellemek için halkın sosyal isteklerine cevap verilmesiyle ortaya çıkmıştır. Ancak modern refah devletinin günümüzdeki işlevi çok daha geniş kapsamlı ve toplumun büyük bir çoğunluğunu kapsayan politikalar ve programlar içermektedir (Gangl, 2007: 5251).

Asa Briggs'e göre refah devleti elde ettiği kazancı üç farklı unsuru gözeterek değerlendirmeye çalışır. Bu unsurların ilki bireylere ve ailelere asgari ücret teminatı; ikincisi, yaşlılık, işsizlik, hastalık gibi durumların ortaya çıkması halinde halka güvence sağlamak; üçüncüsü, devletin sahip olduğu imkanlarla tüm halkın alabileceği en iyi sosyal yardımları almasını sağlamaktır. Refah devleti hem sosyal hem de ekonomik değişimleri kapsar. Bahsi

geçen sosyal değişimler kapsamlı sosyal güvence talebi gibi toplum arasında daha fazla fırsat eşitliği sağlayacak yenilikleri eğitim reformlarıyla sağlamalıdır (Briggs, 1961: 221).

Toplumda bazı insanların tek başlarına gideremeyeceği ancak kolektif bir şekilde giderilebilecek sorunlar vardır. Devletler zenginleştikçe, yardım edebilecekleri insan kapasitesi de aynı oranda artacaktır ve devletlerin vatandaşlarına yardım etmemesi için neredeyse hiçbir sebep yoktur. Özellikle gıda, eğitim ve sosyal güvenlik konusunda devletler sorunları çözmeye yönelik adımlar atmalıdır (Hayek, 2006: 92).

1919 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (International Labour Organization) kuruluşuyla işçilerin sosyal haklarının evrensel arenada savunulmaya başlanması ve Avrupa'daki demokratikleşme hareketleri refah devletinin iyi dönemlerinin başlangıcı olarak nitelendirilmiştir. Bu dönemdeki demokratikleşme toplumdaki farklı kesimlerin seslerinin devlet düzeyinde duyulmasını sağlamıştır (Liebfried, vd., 2011: 1765).

Bu dönemden sonra yaşanan Büyük Buhran devletler üzerinde çok büyük maddi sıkıntılar yaratmaya başlamıştır. Devletler yaşanan işsizlik sıkıntılarını çözmeye çalışırken devlet harcamalarını çok büyük ölçüde kısıtlanmıştır. Ancak bu işsizlik sıkıntısı her bölgede yaşanmamış ve daha çok işçi kesimini etkilemiştir. Bu da işsizlik sıkıntısı çekmeyen sadece ekonomik sıkıntılar çeken vatandaşlar tarafından büyük kızgınlıkla karşılanmış ve refah devleti politikalarına eleştiriler gelmeye başlamıştır (Barr, 1998: 27).

II. Dünya Savaşından sonra patlak veren kriz ise Büyük Buhran'daki gibi sınıfsal değildir. Savaştan herkes etkilendiği gibi sosyal yardımlaşmaya bakış açısı da değişmiştir. Herkesin ortak problemlerinin olması, ortak isteklere yol açmış ve devletler de bu doğrultuda vatandaşlarına yardım etmeye başlamışlardır. Bunun sonucu olarak refah devleti tekrar güven kazanmaya ve güç elde etmeye başlamıştır (Barr, 1998: 32).

1945-1975 yılları arası refah devletinin en iyi dönemlerini yaşadığı dönem olarak nitelendirilmiştir. Bu dönem aralığında şirketler vergi indirimlerine gitmek için yurt dışına taşınamadıkları gibi çalışanların da daha iyi iş imkanları için yurt dışına çıkmaları bir hayli zordur. Bu da devletlerin zenginleşmesine yol açmıştır. Devletler de ülkelerindeki biriken bu gelir fazlalığıyla dayanışmayı artırıcı politikalar izlemişlerdir (Liebfried, vd., 2011:1765).

Bu dönemden sonra 1973'teki petrol krizinin etkileri görülmeye başlayana kadar refah devleti genişlemeye devam etmiş. Kangas'a göre (2007: 5255) petrol krizi sonrası o ana kadar devletlerin yürüttüğü sosyoekonomik harcamalar çok maliyetli hale gelmeye başlamış ve 1980'lere gelinene kadar sosyal yardım politikaları yerini refah devletinin küçülme politikalarına bırakmıştır. Büyük eleştiriler alan refah devleti anlayışına en büyük eleştiri de

krizin iş yatırımlarını ve pazar fiyatlarını da etkilemesi sonucunda işleri büyük zarar gören neo-liberallerden gelmiştir (Liebfried, vd., 2011: 1765).

Refah devleti rejiminin siyasi ve politika değişkenlerinin kadınların evlilik dışındaki ekonomik konumları üzerinde doğrudan, evlilik içindeki ekonomik konumları üzerinde ise dolaylı etkileri vardır. Refah devleti uygulamalarının toplumsal cinsiyet eşitliğine yansımaları büyük ölçüde kadınlarında istedikleri takdirde iş yaşamına katılmalarına erkeklerle eşit imkanların sağlanması şeklinde başladığı görülmektedir. Ancak bunun ikinci adımı olarak kadınların iş yaşamını sekteye uğratan çocuk bakımı konusunda da doğum izni, süt izni, çocuk bakımevleri gibi imkanların sağlanması gündeme gelmiştir. Ancak bununla toplumsal cinsiyet eşitliğini tam anlamıyla sağlayamadığının görülmesiyle aslında toplumda çocuk bakımına ilişkin sorumlulukların kadın ve erkek arasında ortak üstlenilmesine ilişkin düzenlemelere gidilmiş ve çocuk bakımı ile ilişkili kadınlar için tanınan hakların erkekler için de tanınmasıyla iş yaşamı ve bakım sorumlulukları arasında bir dengenin sağlanması yönünde bir siyasal düzenleme yapılmıştır (Pascall, 2012: 4-5). Farklı refah devleti rejimlerinin ortak yönü ise refah devleti cömertliği ile bekar/boşanmış anneler için yoksulluğu azaltması yolunda hükümetlerin güçlü bir şekilde müdahale etmesi olmuştur (Huber v.d., 2001: 2).

1.2. Neo-liberal politikalar

Neoliberalizm 1980'lerden itibaren küresel düzeyde politika tartışmalarında yer etmeye başlayan ekonomik kaynaklı bir ideolojidir. Gelişmekte olan dünyada serbestleşme, özelleşme ve refah devletinin tasarruf etmesi fikri neoliberal fikirler doğrultusunda ortaya çıkarak tüm dünyada etkisini göstermeye başlamıştır (Peck, 2010: 104). Neoliberal düşünceye göre, devletler ekonomik konularda bir paydaş olmaktan vazgeçmeli, serbest piyasayı destekleyebildiği kadar destekleyerek, ekonomiyi bireylere bırakmaya çalışmalıdır (Thorsen ve Lie, 2006: 11).

Neoliberalizm ekonominin sadece ulusal sınırlar içerisinde değil, uluslararası boyutlarda büyüyüp gelişmesini, devlete ait kurumların özelleştirilmesini; devlet tarafından sağlanan kamu refahı harcamalarının, kamu harcamasından ayrılıp üretimin bir parçası haline gelmesi gerektiğini savunur (Jessop, 2002: 454). Neoliberalizm, basit anlamda yaklaşmak gerekirse Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası'nın (World Bank) ideolojisini güçlü bir şekilde barındıran, kontrol edilemez serbest piyasa kapitalist düzenidir (Vincent, 2009: 337). Bu iki kuruluşun temel amacı, küresel anlamda pazarı harekete geçirerek, pazarın büyümesini sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda IMF gibi uluslararası kuruluşlar neo-liberal politikaları

tekrar hayata geçirerek, yaşanan kriz sonrası ortaya çıkan ekonomik durgunluğu yok etmeyi amaçlamışlardır (Gamble, 2007: 3176).

Neoliberalizmin artan etkisiyle birlikte sosyal sorumluluk konusuna pazar stratejisi gözüyle bakılmaya başlanarak; ihtiyacı olan kesimlere yapılan fırsat eşitliği ve istihdam sağlama projelerinin yerini, kişisel gelişim ve özgüven kazanmaya yönelik projeler almıştır (MacLeavy, 2016). Kişisel gelişim ve özgüven projelerinin bireyselliği geliştirmek ve güçlendirmek adına yapılan çalışmalar olduğunu söylenebilir. Sorunlara toplumsal ve yapısal çözümlerin koordine edilmesinin yerini neoliberalizm ile birlikte bireysel çözümler önerilmesi almaya başlamıştır.

1980 ve 1990'larda Margaret Thatcher ve Ronald Reagan'ın devletin üzerindeki yüklerden kurtulmak istemesiyle özel sektörün yükselişi, kamu sektörününse küçülmesi hızlanmaya başlamıştır (Lee ve Strang, 2006: 883). Neoliberalizm ideolojisiyle birlikte gerçekleşen bu küçülme politikası devletlerin sosyal dayanışma kültüründen uzaklaşması anlamına gelmektedir. İnsanlar kendi sorunlarıyla kendileri yüzleşmek zorunda kalmışlardır. Bu da neo-liberal politikaların amaçlarıyla uyumaktadır, çünkü bu bireyselleşme pazarı harekete geçirici işlev görmüştür (Eagleton-Pierce, 2016: 20-21). Öte yandan sorunların zaman içerisinde birikmesi de Pazar ekonomisinin sürdürülebilirliği sorununu ortaya çıkartmış ve sürdürülebilirlik tartışmalarının gündeme gelmesine neden olmuştur.

Bütün dünyayı değiştirmeyi düşünen bu ideolojinin yalnızca ekonomik olarak değil sosyal ve siyasi anlamda da küresel etkiler yaratması kaçınılmazdır. Devletler; vatandaşlarının refahı için hareket etmektense gittikleri küçülme politikalarının, kendilerine oluşturacak olduğu siyasi zararları en aza indirecek yollar aramaya başlamışlardır (Pierson, 1994). Seçim kazanma kaygısı taşıyan politikacılar içinse sosyal yardım programlarından kesinti yapmak büyük riskler oluşturmaktadır. Bu nedenle bu tip kesintileri yapabilmek için tatmin edici alternatifler sunulması gerekmektedir (Hacker ve Pierson, 2010: 167).

Neoliberal ideoloji iç siyasette ve uluslararası alanda ilgi gördükçe; birçok devlet, devlet olgusunu oluşturan ilkeleri sorgulamaya başlamıştır. Hükümetlerinin kamu hizmetlerini nasıl sundukları ve kamu ve özel sektör arasındaki iş bölümünü yeniden gözden geçirilmeye başlanmıştır. (Blyth 2002; Prasad 2006, akt. Hall ve Lamont, 2013: 9). Devletler üzerlerindeki yüklerden kurtulmayı hedeflerken aynı zamanda siyasi olarak kendilerini güvence altına almayı da ihmal etmemişlerdir. Vatandaşlarının isteklerinin eksiksiz bir şekilde yerine getirilmesine olanak sağlayacak esnekliği pazara sunmak zorunda kalmışlardır. Daha önceki kriz dönemlerinde yaşanan sorunların tekrar yaşanmaması için politikalar geliştirmişlerdir. Böylece aslında hem pazar genişlemiş hem de devlet mali kesintilerini uygulamaya koyabilmişlerdir.

Neoliberal hareketten etkilenen devletler serbest piyasadan ve onun unsurlarından etkilenerek çeşitli politikalar geliştirmeye başlamışlardır. Buna göre bu sosyal politikalar, serbest piyasanın esnekliğiyle beraber toplumun sağlık, eğitim gibi sosyal ihtiyaçlarının devlet ekonomisinin üzerinde oluşturduğu baskıyı azaltacaktır (Jessop, 2002: 462).

Özel sektörün kamu sektörü karşısında yaşadığı bu büyüme, kamu sektörünün vatandaşlarına sağladığı sosyal yardımları ve iş imkanlarını risk altına almakta, devletin düzenleyici rolünü kaybetmesine ve vatandaşları için kullandığı kaynakları özel sektörün kullanımına sunmasına neden olmaktadır. (Lobao, vd., 2018). Bu da özel sektörün aslında bu kaynakları istediği gibi yönlendirebilmesine olanak sağlamaktadır. Bunun faydaları olabileceği gibi bazı kesimlere zararlar verebilme ihtimali de vardır. Neoliberal politikalar bazı insanların hayat standartlarını ciddi bir biçimde yükseltirken, aynı zamanda toplumdaki bazı toplulukların ya da bireylerin hayatlarını da zorlaştırmıştır (Hall ve Lamont, 2013).

1980’li yıllardan sonra devletlerin küçülmesi ve özel sektöre daha geniş bir alan bırakmasıyla beraber toplum ve pazar üzerinde devlet müdahalesi de azalmıştır. Devlet; özelleştirme, dış ticaret kolaylığı sağlama, faiz kolaylığı gibi politikalar izleyerek özel sektörün pazardaki gücünü artırmaya yönelmiştir. Böylece devletin Pazar üzerindeki denetleyici rolü sınırlanmış, kolaylık sağlayıcı role getirmiştir (Tanzi, 1997: 17).

Devlet bu alanlardan çekildiğinde ortaya çıkacak sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda şirketlerin de bu sorunlar çerçevesinde sürdürülebilirliği tehdit altına girmiştir. Şirketler ticari varlığını sürdürebilmek için ürettikleri ürünleri satacakları pazarlara ihtiyaçları vardır. O nedenle şirketler istediklerini yapmaya devam edip sürdürülebilirliği önemsemedikleri takdirde karşılıklarına çıkacak tek şey yoksulluktur. Bu yoksulluk içerisinde şirketlerin de var olması mümkün değildir. Pazar, ancak üretilen ürününün bütün masraflarını karşılayabilecek isteğe ve ekonomik güce sahip insanlarla varlığını sürdürebilir (Karnani, 2011: 114). Şirketlerin güçlenmesiyle, günümüze gelindiğinde devletlerin ekonomik yaşamdaki işlevlerinin sınırlanması, devletlerin toplum üzerindeki kolaycılık görevleri doğrultusunda şirketler üzerine düşen boşlukları doldurma görevi, onları sosyal sorumluluk konusunda aktif olmaya zorlamıştır. Böylelikle geleneksel olarak devletten beklenen toplumun sosyal ve ekonomik beklentilerini karşılama, gelecek için sürdürülebilir olanaklar yaratma görevi artık şirketler tarafından yapılmak zorunda kalınan bir hale gelmiştir.

1.3. Kurumsal sosyal sorumluluk ve özel sektör sorumlulukları

Literatürde bazı çalışmalarda KSS tanımlanırken, bazılarında KSS’ye nasıl yaklaşması gerektiğine daha çok odaklanıldığı için konunun beraber alınması daha iyi olacaktır. Geleneksel

devlet anlayışından vazgeçildikten sonra ortaya çıkan resme bakıldığında, rahatlıkla özel sektörün en az devletler kadar önemli politika aktörleri haline geldiğini söyleyebiliriz. Daha önce nedenlerinin açıklandığı gibi (2. başlık) neoliberalizm etkisinin ardından hem ekonomi hem istihdam gibi insan hayatı üzerinde kritik önem taşıyan faktörler üzerinde şirketler büyük pay sahibidir. Bu nedenle şirketler hem içinde bulundukları topluma hem de çalışanlarına karşı sorumluluklar beslemektedirler. Bu sorumluluklar hem ahlaki kaygılar hem de ticari kaygılarla karşımıza çıkabilirler. Hannaford ve Laverty (1987) hayırseverlik yapılırken iki temel ayrıma gitmişlerdir. Birincisi, aynı zamanda bir pazarlama stratejisi olan kurumsal hayırseverlik; ikincisi ise pazarlama amacı olmayan hayırseverlik stratejisi.

Sosyal sorumluluk kavramı çok eski tarihlere kadar gidiyor olsa da literatürde şirketlerin küreselleşip güçlendikten sonra daha çok hayırseverlik türüne benzeyen sosyal sorumluluk çalışmalarıyla ilgilenmesinin önemi ancak 1950'li yıllarda Bowen (2013) tarafından vurgulanmıştır (Blindheim ve Langhelle, 2010). Özel sektörün yaşadığı bu değişimle beraber elde ettiği ekonomik ve sosyal güç doğrultusunda; beklentiler, şirketlerin toplumsal olaylara ve çevreye karşı sorumlu kurumlar haline gelmesi yönünde olmuştur. Çünkü bu kurumların aldıkları kararlardan ülkelerindeki ya da dünyada yaşayan diğer bütün insanları etkilenebilir. Bu nedenle özel sektörüm topluma karşı belli başlı sorumlulukları olmalıdır. Şirketler bu doğrultuda toplumun değerleri ve amaçlarına uygun faaliyetler göstermeli, aynı zamanda da sosyal sorumluluğu gelecek nesiller için gerçekleştirmelidir.

McGuire (1963) da sosyal sorumluluğu ekonomik ve yasal zorunlulukların önüne koyarak; şirketlerin siyasetle, halkın refahıyla, eğitimle, çalışanlarının mutluluğuyla ve dolayısıyla da içinde bulunduğu toplumun tamamıyla doğrudan ilgilenmesi gerektiğini vurgulamıştır (akt. Carrol, 1999). Luetkenhorst'a (2004) göre teknik ve yönetsel görevler halihazırda şirketlerin yapması gereken sorumluluklar arasında yer almakla beraber gerçekten kendini sorumlu hisseden ve topluma bir şeyler katan kurumların; sadece zorunlu oldukları görevleri yapanlar değil de bu zorunlulukların fazlasını yapan, toplum için girişken olan ve değer katan kurumlar olduğundan söz etmektedir.

1970'li yıllarda Friedman (1970) sosyal sorumluluğun eğer işletmeler isterse yapması gereken bir uygulama olduğunu öne sürmüştür. Hatta Friedman sosyal sorumluluğun asla ekonomik sorumluluğun önüne geçmemesi gerektiğini, şirketlerin öncelikli toplumsal katkılarının karlılık olduğunu savunmuştur. Buna karşın sürdürülebilirlik kaygıları karlılığın devam ettirilebilmesinin gereği olarak KSS uygulamalarını gündeme getirmiştir. Carroll'un dört parçalı sosyal sorumluluk modeline göre şirketlerin toplumsal sorumluluklarını dört ayrı gruba bölmüştür. Bunlar sırasıyla ekonomik, yasal, etik ve keyfi sorumluluklardır. Carroll bu

gruplandırmayla ekonomik sorumlulukları göz önünde bulundurarak nasıl sosyal sorumluluk yapılması gerektiğini anlatmaya çalışmıştır (1979: 500-504). Carroll'ın kavramsallaştırmasına göre toplumsal ve ihtiyari sorumluluklar ekonomik ve yasal sorumluluklar yerine getirildikten sonra ancak gündeme gelebilecek olan yükümlülüklerdir.

Sethi (1975) ise şirketlerin öncül tedbirler alması gerektiğini vurgulamaktadır. Şirketler gelecekte etki yaratabilecek değişikliklere karşı dikkatli olmalıdır. Bu değişiklikler şirketlerin yaptıkları aktivitelerin ya da çözümünde aktör olması gereken bir sosyal problemin sonucu olabilir. Şirketler şu anki ya da gelecekteki işlerini engelleyecek sorunları en aza indirmek için politikalar yürütmeli ve onlara karşı olabilecek olan protestoları erkenden engellemelidir.

Bu argümanlarla da beraber sosyal sorumluluk kavramı 1970'li yıllarda da tartışılmaya ve genişletilmeye devam etmiştir. Bu dönemde KSS'nin şirketlerin bütün paydaşlarına yani; çalışanlara, müşterilere, topluma ve çevreye karşı bir sorumluluğu olduğu ve bu çalışmaların gelecekte rekabetçi bir avantaja dönebileceği kanısına varılmıştır (Hack, vd., 2014: 48).

1980'lerde ise Jones (1980: 60) bu dönemdeki KSS çalışmalarını iki madde ile incelemiştir. İlk olarak şirketlerin yaptıkları sosyal sorumluluk projelerinde yükümlülüklerinin olduğunu, ancak bu yükümlülüklerin hukuksal sözleşmelerle değil de gönüllülük ilkesine bağlı olarak gerçekleştiğini belirtmiştir. İkinci olarak da bu yükümlülüklerinin çok geniş bir kapsamı olduğunu, paydaşlardan diğer müşterilere, çalışanlara tedarikçilerine kadar olabileceğini vurgulamıştır. Ancak bu yıllardaki asıl gündemin, şirketlerin hissedar haricindeki topluluklara yani diğer paydaşlarına da yükümlülüklerinin olup olmadığıyla ilgilidir. Freeman 1984'te "paydaş" kavramını şöyle açıklamıştır: bir şirketin yaptıklarından etkilenen ya da etkilenme ihtimali olan herhangi bir birey ya da grup (Freeman, 2001: 5). Freeman 1984'te bu kavramı kullanarak daha geniş kapsamlı duyurmuş olsa da paydaş kavramı aslında ilk olarak 1960'lı yıllarda Stanford Research Institute tarafından kullanılmıştır. Jones'a göre şirketler sosyal problemleri çözme konusunda çok iyi olsalar da aldıkları aksiyonların sadece hissedarlarını ya da yatırımcılarını değil, toplumun beklentileriyle de ilgili olmalıdır (Jones, 1980: 60-61).

1990'lara gelindiğinde ise akademik metinlerde artık işletme ve sosyal sorumluluğun iç içe geçtiği, aynı zamanda da küreselleşmeye başladığı dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletme ve sosyal sorumluluğun bir arada kullanılmasıyla ortaya çıkan kavram ise "kurumsal vatandaşlık" olarak bu yıllarda literatüre yansımıştır (Waddel, 2000: 107). Sosyal sorumluluğun altında yatan temel anlama göre işletme ve toplum ayrı ayrı değil de iç içe geçmiş şekilde değerlendirilmelidir. Bu bakımdan toplum şirketlerden belli başlı beklentiler içinde olup sonuç beklemektedir (Wood, 1991). Uluslararası şirketler için bu beklentiler, yeni pazar arayışında küresel anlamda rekabeti de beraberinde getirmiştir. Küresel görünürlük şirketin

tanınırlığına katkı sağlamaktadır. Ancak bu tanınırlık işlerin kötüye gidip itibar zedelenmesini önlemek adına da şirketler üzerinde baskı oluşturmaktadır (Carroll, 2015). Carroll (1999) bu dönemde ayrıca üçlü halka modelini tanımlamıştır. İç halka üretim, ekonomik büyüme, iş imkanları gibi temel ekonomik unsurları barındırırken; ara halka müşteri hizmetleri, çalışan haklarını korumak ve çevreye sahip çıkmak gibi ekonomik durumu korumaya yönelik unsurları; en dış halka ise yoksulluk gibi daha geniş kapsamlı sosyal sorunları ele alan unsurları barındırmaktadır.

2000'lere gelindiğinde ise kurumsal sosyal sorumluluğun artık paydaş kavramı üzerinden tartışılmaya başladığını görüyoruz. Paydaşlar şirketin içerisinde ve dışarısında da bulunurlar. Sosyal sorumluluğun amaçlarına daha geniş bir perspektifle bakıldığında, sosyal sorumluluk; şirketlerin içerisinde ve dışarısında olan tüm paydaşlarına yüksek yaşam kalitesini sağlamaya çalışırken aynı zamanda da şirketin kârlılığını korumayı amaçlamaktadır (Hopkins, 2003). Hopkins'e göre KSS'nin temel anlayışının, şirketler tarafından etkilenen bütün paydaşları yani kişileri ya da çevreyi gözeterek gerçekleştirilmiş olmasıdır. Her geçen sene şirketlerin yaptıkları KSS çalışmaları toplumun isteği ve beklentisi doğrultusunda değişmesi gerektiği yinelenmiştir. Smith bu durumu şöyle açıklamıştır: KSS çalışmaları şirketlerin uyguladıkları politikalarla paydaşlarına karşı birtakım sorumluluklarının olduğu anlamına gelmektedir. Bu sorumluluklar yasal zorunlulukların ya da şirketlerin hissedarlarına karşı olan sorumluluklarının ötesine geçmelidir. Bu sorumluluklar uzun vadede şirketlerin topluma vereceği zararı en aza indirgeyip yararlarını da en yükseğe çıkarmayı amaçlamalıdır (Smith, 2001: 142).

KSS'nin ne olduğuyla ilgili birçok yaklaşım olsa da kesin bir tanımlaması yoktur. O nedenle her şirket kendi amaçlarına ve görevlerine uygun; aynı zamanda da kurumsal sosyal sorumluluğu ve sürdürülebilirliği gözetken gönüllü aktivitelerini, çevrenin ve toplumun beklentilerini karşılayan şekilde gerçekleştirmelidir (Marrewijk ve Werre, 2003). Martinez ve Crowther'a göre KSS'nin bir şirketin toplumsal katılımı, sosyal açıdan sorumlu ürünler ve süreçler ile toplumu, çevreyi ve şirket çalışanlarını önemseyen bir şekilde gerçekleştirilmesi gerektiğiyle ilgili genel bir anlaşma olduğunu öne sürmüştür (Ortiz-Martinez ve Crowther, 2006).

Sosyal sorumluluğa getirilen bu bakış açılarıyla beraber özel sektörün büyümede, değer ve yönetimsel kaynakları oluşturma konusunda yükümlülükleri olduğundan; ekonomik büyüme, fırsat eşitliği yaratma ve sürdürülebilir kaynaklara değer katmak zorunda olduğunu söylenebilir (Jamali ve Mirshak, 2006). Bu yaklaşımlar, KSS eylemlerinin etkisini en üst düzeye çıkarmaya odaklanır ve işletmelerin toplum ve paydaşlarla olan ilişkileri ile daha ilgili

olan daha iyi bir KSS anlayışını amaçlayarak geliştirmeyi amaçlar (Okoye, 2009). Stroup ve Neubert (1987) şirketlerin gün geçtikçe hem sürdürülebilirliklerini sağlamak hem de daha fazla kâr elde etmek için iyiden, daha iyi olma yolunda ilerlemeleri gerektiğini fark ettiklerini söylemiştir. Bu nedenle sosyal sorumluluk aslında şirketlerin uzun dönem performanslarını etkileyen bir yatırım gibi görülmektedir (Varadajaran ve Menon, 1988: 59).

Boulstridge ve Carrigan'a (2000) göre şirketlerin kurumsal imajının zedelenmemesi için, şirketler toplumun istekleri doğrultusunda hareket etmelidir. Sosyal olarak sorumsuz olan şirketler hem iş dünyası hem de toplum tarafından hoş karşılanmamaktadır. Bu doğrultuda şirketlerin kurumsal imajları, kârlılıklarıyla doğru orantılıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları, şirketlerin ekonomik performansına, gelir artırımına, kurumsal imaj ve itibar gelişimine ve müşteri sadakatine bütün paydaşlarına da olduğu gibi olumlu etki etmektedir (Navickas ve Kontautiene, 2011). Tüketici beklentilerinin ve isteklerinin yükselmesiyle beraber tüketiciler şirketlerin topluluklarının bir parçası gibi olmasını beklemektedirler (Teng Fatt vd., 2000). Pina vd.'e göre (2006) olumlu bir şirket imajı satışları artırır, müşteri sadakatini sağlar, yeni çalışanlar ve yatırımcılar kazanmayı kolaylaştırır. Herzog (2015) finans şirketleri üzerine yaptığı çalışmada bazı şirketlerin, itibar yönetimi komiteleri olduğunu ve burada şirketin itibarını geliştirmeye yönelik politikalar planlandığını belirtmiştir. Yaptığı çalışmada bazı müşterilerin yalnızca şirketlere göre değil de ait oldukları sektöre göre de fikirler oluşturdıklarını bu nedenle, şirketlerin yalnızca finans sektöründe değil de diğer sektörlerde de aynı şekilde itibarlarını artırmaya yönelik çalışmalar yapmaları gerektiğini vurgulamıştır. Herzog çalışmasında müşterilerin özellikle de dışarıya şeffaf olmayan sektörlerle karşı doğru veya yanlış yargıları olduğunu söylemiştir (Herzog, 2015). Özetle şirketler kârlılıklarının zedelenmemesi için toplumun beklentilerini karşılayacak şekilde sosyal sorumluluk politikaları izlemeli, imajlarına zarar vermemelidir.

Kârlılıklarının zedelenmemesi için yapılan sosyal sorumluluk projeleri bazı eleştirile de yol açmaktadır. Bu eleştirilerin temelinde şirketlerin reklam şirketlerine verdikleri paranın, gerçekten katkı sağlamaya çalıştıkları probleme harcadıkları paradan çok daha fazla olması ve hayırseverlik adı altında yaptıkları maddi yardımların vergiden düşülerek maddi olarak fayda sağlıyor olması öne çıkmaktadır (Varadajaran ve Menon, 1988). Dolayısıyla aslında şirketler vergi indirimini aldıklarında yaptıkları yardımı toplumun kendi parasıyla yapmış olmaktadır. Ancak toplanan vergilerle gerçekleştirilen ve hükümetlerin yönetiminde harcandığı için vatandaşların denetimi altında olan bu harcamalar şirketler tarafından gerçekleştirildiğinden bu dönetimin dışına çıkmaktadır. Şirketlerin yaptığı sosyal sorumluluk projesi ile o bölgedeki toplumun beklentisi arasında farklar olabilir. Bu farkı en aza indirmek ve harcamaların

denetlenmesini sağlamak için şirketlerin sivil toplum kuruluşlarıyla ortaklaşa çalışmalar gerçekleştirmeleri beklentisi ortaya çıkmıştır.

1.4. Sivil Toplum Kuruluşların Rolü

Sivil toplum kuruluşlarına atfedilen önem de neoliberal politikaların yükselmesine paralel olarak artmıştır. Bunun nedeni devletin çekildiği alanlarda toplumsal gereksinimlerin sivil toplum kuruluşları tarafından karşılanması formülünün benimsenmesidir. Sivil toplum kuruluşları (STK) devletin yetişemediği noktalarda; insanların sesini duyurmak, onların adına politikalar izlemek amaçlarıyla kurulmuş kâr amacı gütmeyen ulusal ya da uluslararası kuruluşlardır. STK'ların toplumsal sorunları çözmek, bir sorunun dikkat edilmeyen taraflarına dikkat çekmek, para toplamak için bağış kampanyaları düzenlemek gibi işlevleri vardır. STK'lar insan hakları problemi gibi belirli bir sorunun çözümü için destek sunabilir ya da bir afetin ardından bölgedeki insanlara yardım edebilirler (Charnovitz, 1997). STK'lar insanları haklarını aramak adına teşvik edebilir, onlardan gerekirse gönüllülük yapmalarını isteyebilir ya da bir problemle alakalı tepki gösterme çağrısında bulunabilirler (Lang, 2012: 4). Bu nedenle şirketlerin sosyal sorumluluk konusunda halkla aracı olacak bir STK ile iş birliği yapılması eklenmektedir. Şirketler için sosyal sorumluluk projeleri yalnızca birer hayır işi ya da sosyal sorumluluk olmanın dışında bir imaj ve iletişim çalışması da olduğu için yaptıkları sorumluluk projelerinin doğru ve isabetli olması onlar için de yararlı olacaktır. Dolayısıyla paydaşlarını da göz önünde bulundurarak projelerini gerçekleştirmeleri önemlidir. Bu noktada yardım yapılacak konunun bilincinde olan sivil toplum kuruluşlarıyla iş yapmak hem şirketler için hem de yardım edilecek konunun doğru yere, doğru şekilde gitmesinin sağlanması açısından büyük önem arz etmektedir.

Sivil toplum kuruluşları, şirketlerin yerel halkın çözülebilir sorunlarına doğru bir şekilde ulaşabilmesi için iş birliği yapması gereken kuruluşlardır (Schwab ve Sutherland, 2002). Yamamoto'ya (1999) göre de şirket ve STK'lar arasında yapılan iş birlikleri gelecekte sivil toplumun gelişmesine katkı sağlayabileceği gibi aynı zamanda yapılacak olan diğer kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yeni ve etkili bir şekilde etkileyerek evrilmesine olanak sağlayabilir. STK'larla çalışarak doğru yardımı doğru yere götürmenin ve kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin gelişmesi sadece yardım edilene değil aynı zamanda yardım eden şirketlere de büyük katkılar sağlamaktadır. STK'ların ihtiyacı olan insan gücü ve maddi yardım gibi olanakları da şirketler kolaylıkla karşılayabilmektedirler. STK'lar iş birliği yaptığı şirketlerden sponsorluklar alarak para toplar ve paranın ihtiyacı olan yerlere dağıtılmasını sağlar (Poret, 2014). Bu bağlamda gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri hem STK'lar

açısından hem de şirketler açısından karşılıklı faydac sağlayan bir sisteme dönüşmektedir. STK'lar son yıllarda küresel anlamda önemli birer aktör haline geldikleri için finansal varlıklarını devam ettirmek adına şirketlerle iş birliği yapma yoluna girmişlerdir. Sosyal yardımlar aracılığıyla toplumun hayat standartlarını yukarıya çekebilmek için güçlü kuruluşlarla iş birliği yapmak STK'lar için verimliliği olumlu etkileyen bir fırsat olarak değerlendirilmiştir. Şirketler yerel ve küresel anlamda güçlü kuruluşlar oldukları için, STK'lar da şirketlerle iş birliği yapmayı tercih etmişlerdir. (Arenas, vd., 2009).

Smith'e (1994) göre şirketler bu kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin doğru yerlere gitmesiyle birlikte, çalıştıkları STK'lar tarafından iyi hatırlanmakta, sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirdikleri yerler tarafından olumlu karşılanmakta, çalışan verimliliğini artırmakta ve AR-GE çalışmalarını çok daha düşük fiyatlara yapmaktalar demiştir. Bu bağlamda şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluklarını iyi yapmalarının, şirketlere maddi getirileri bulunmakta ve sürdürülebilir çıkarlarını sağlama almaktadır. Şirketlerin yaptıkları kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin şirketlere katkı sağladığı ve vergi indirimleri aldıkları gerçeği doğrultusunda, bunu paranın da toplumun kendi cebinden çıktığı düşünüldüğünde sivil toplum kuruluşlarının bu durumun yaratabileceği etik problemleri de gidermesi gerekmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİ

2.1 Toplumsal bir sorun olarak cinsiyet eşitsizliği

Cinsiyet eşitsizliği; kadına veya erkeğe ekonomik, yasal, toplumsal ya da kültürel olarak eşit davranılmadığı zaman meydana gelmektedir. Ancak cinsiyet eşitsizliğinden bahsedilirken aslında daha çok bu eşitsizliğin kadınlara karşı yapıldığını görmekteyiz. Bunun psikolojik, biyolojik ya da kültürel sebepleri ve sonuçları olabilmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği eğitim, istihdam, siyasal katılım, sağlık, aile içi şiddet gibi boyutlarla karşımıza çıkabilmektedir. Çalışmanın bu bölümünde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin hangi boyutlarda ortaya çıktığı ve bu bağlamda toplumsal, siyasal ve ekonomik aktörler olarak şirketlerin hangi alanlarda rol oynadığı konularına değinilmiştir.

Birleşmiş Milletler toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yalnızca bir insan hakları meselesi olmaktan ziyade; dünyanın barışı, zenginliği ve sürdürülebilirliği için çok önemli bir husus olarak tanımlamıştır.⁸ OECD ise dünyada yaşanan finansal krizlerin elimizdeki kaynakları en iyi şekilde kullanmamız gerektiğini ve buna insanların da dahil olduğunu belirtmiştir. Elimizdeki insan kaynaklarını en iyi kullanmak için de yapılması gerekenin elimizdeki kadın, erkek fark etmeksizin bütün potansiyel yeteneklere eşit şansların tanınması gerektiğini vurgulamıştır.⁹

Aşağıda KSS'nin dört ana unsuru verilmiştir. Bu dört unsur toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında incelediğimizde; içerisinde doğal çevre hariç diğer diğer tüm unsurların barındırdıkları maddelerin cinsiyet eşitsizliğiyle bağlantılı olduğu görülmektedir. Hatta bazı araştırmalar (Meinzen-Dick vd., 2014; Gobel 2003) kadınların, ataerkil sistemin çevreye verdiği zarara karşı koruyucu olabileceğini savunmaktadır. Kadınların sürdürülebilir hayata daha uygun olduğu ve ataerkil sistemin getirdiği yarışmacı sistemin doğal çevreye çok büyük zararlar getirdiği de düşünülmektedir. Dolayısıyla sürdürülebilirlik kapsamında çevre sorunları dahi toplumsal cinsiyet eşitsizliği ile bağlantılıdır denilebilir.

⁸ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/gender-equality/> (erişim tarihi: 25.05.2021).

⁹ <https://www.oecd.org/general/genderinequality.htm> (erişim tarihi: 25.05.2021).



Şekil 2.1 KSS'nin dört ana unsuru

Bu nedenle bu araştırma toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin neredeyse KSS'nin bütün unsurlarını kapsayan büyük bir sorun olduğunu ve ele alınması gereken önemli bir sorun olduğunu savunmaktadır. Grosser ve Moon'a göre kurumsal sosyal sorumluluk; işletmelerin, yönetimlerin ve toplumun beklentilerini karşılayarak toplumsal cinsiyet eşitsizliğini çözmek açısından bir ciddi bir araç olarak kullanılabilir. Cinsiyet eşitsizliğine dayalı iş dünyası sorunlarının raporlanması toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin boyutlarını ortaya çıkarabildiği gibi daha fazlasını başarmak için de potansiyele sahiptir (Grosser ve Moon, 2005: 336). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin hangi boyutlarda ortaya çıktığı ciddi bir şekilde irdelenmeli ve bu boyutlar özelinde KSS çalışmaları gerçekleştirilmelidir.

2.2 Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin boyutları

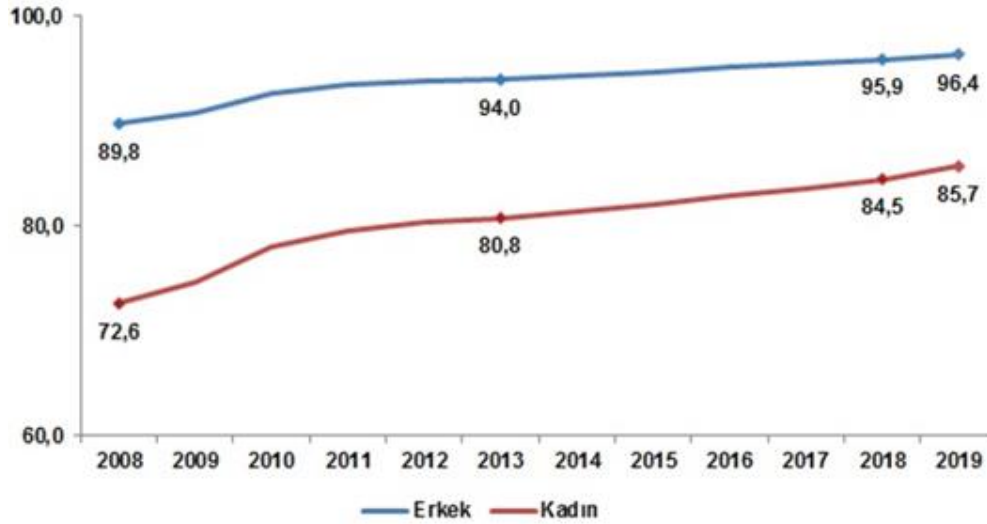
2.2.1 Eğitim

UNESCO Eğitim izleme raporuna göre (2019: 19),¹⁰ eğitimdeki cinsiyet eşitsizliği öyle rastgele istatistiklerden oluşan bir sonuç değildir. Eğitimde cinsiyet eşitsizliği toplumun yapısal olarak içine işlemiş kadınlara ve erkeklere biçtiği rollerin sonuçlarından ortaya çıkmaktadır. Buna örnek olarak da kadınlara biçilen eş, ev hanımı, yaşlı/çocuk bakıcısı olma gibi roller kadınların eğitimlerine engel olmaktadır. UNESCO'ya göre World Values Survey'in (Dünya Değerler Anketi) yaptığı anketlerdeki sonuçlar sorunun ne kadar yapısal olduğunun göstergesi.

¹⁰ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368753> (erişim tarihi: 21.11.2021).

2010 ile 2014 tarihlerinde 50 ülkeyi kapsayacak şekilde yapılan ankete göre katılımcıların %50'si kadınların çalışmasının çocukları kötü etkilediğini düşünmektedir. Kadınların %63'ü de bir eş olmanın, bir iş sahibi olmak kadar tatmin edici olduğu görüşündedir. Bu yerleşik kanaatler eğitimde kadın erkek eşitsizliğinin sebepleri olarak görülebilir.

Türkiye’de de durum farklı değil. Eğitim her alanında ciddi cinsiyet farklılıkları mevcuttur.



Şekil 2.2. Cinsiyete göre 25 yaş ve üstü nüfusta eğitime katılım oranı (ilkokul), 2008-2020

(Kaynak: TÜİK, Ulusal Eğitim İstatistikleri Veri Tabanı, 2008-2019)

Şekil 2.2’de verilen TÜİK verilerine bakıldığında Türkiye’de yıllar içerisinde kadınların eğitime katılım oranı ilkokul düzeyinde sürekli gelişmiştir. Ancak 2019 yılına bakıldığında eğitimin en alt seviyesinde bile kadın-erkek arasındaki eğitim farkının hala ne kadar fazla olduğu görülmektedir. Yüksekokul veya fakülteden mezun olma istatistiklerine bakıldığında ise 25 Yaş üstü en az bir veya daha fazla eğitim düzeyini tamamlayanların nüfusa oranla cinsiyete göre dağılımı aşağıda verilmiştir. Bunların erkeklerin %23,1’i, kadınların ise %18,5’i yüksek okul veya fakülte mezunudur (TÜİK).

	(%)		
	Toplam	Erkek	Kadın
Okuryazar olmayan nüfus oranı (25+ yaş)	4,1	1,2	6,9
Yüksekokul veya fakülteden mezun nüfus oranı (25+ yaş)	20,8	23,1	18,5
İstihdam oranı (15+ yaş)	45,7	63,1	28,7
İşgücüne katılma oranı (15+ yaş)	53,0	72,0	34,4
İşsizlik oranı (15+ yaş)	13,7	12,4	16,5

Şekil 2.3. Cinsiyete göre eğitim ve istihdam istatistikleri

(Kaynak: TÜİK, Ulusal Eğitim İstatistikleri Veri Tabanı ve TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması, 2019)

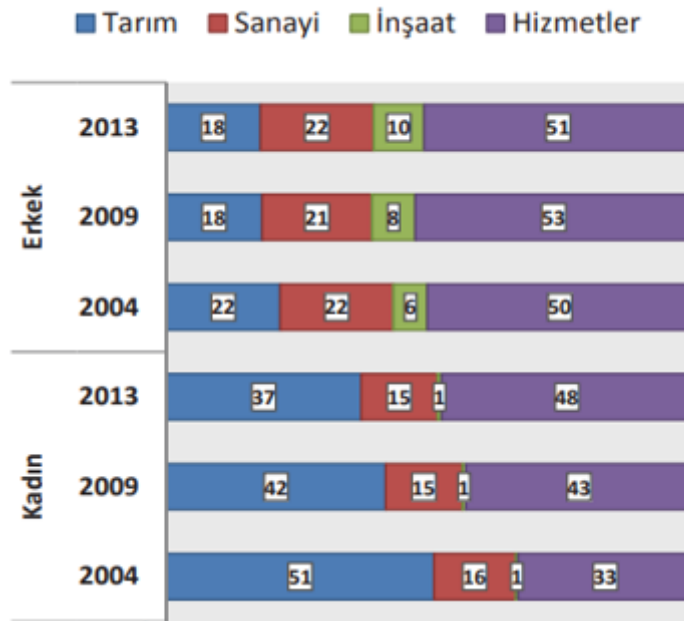
Stormquist'e (1990:142-143) göre kadınların eğitim seviyesinin düşük kalmasının iki farklı temel sebebi vardır. Birincisi ev kaynaklı sorunlar, ikincisi ise okul kaynaklı sorunlardır. Ev kaynaklı sorunları; kız çocuklarının ailelerinin sosyoekonomik seviyesi, ailenin kızlarına karşı bakış açısı, ailenin eğitim seviyesi ve içinde bulundukları toplumun kültürel ve dini açıdan kadınlara nasıl baktığı oluşturmaktadır. Okul kaynaklı sorunları ise; okula erişim (uzaklık), okuldaki kadın öğretmen sayısı, okulun rehberlik servisi ya da okulun kız çocuklarına eğitim verip vermediği oluşturmaktadır. Sosyoekonomik düzeyi düşük olan ailelerde, iki çocuğa birden eğitim için yeterli maddi kaynak yoksa aileler genellikle erkek çocuklarının aileye katkı sağlayacağını düşündüğü için erkek çocuklarını okutmayı tercih etmektedirler. Bu tip ebeveynler erkek çocukları için harcanan parayı bir yatırım gibi görmektedirler (Ambreen ve Mohyuddin 2012: 109). Bunun yanı sıra özellikle gelişmekte olan ülkelerde görülen erken yaşta evlilik kadınların eğitim seviyesinin erkeklerinkinden düşük kalmasına sebep olmaktadır (Svanemyr, 2012).

Kadınların eğitim düzeyinin bu tip sosyokültürel sebeplerle düşük kalması bir insan hakları ihlalidir. Aynı zamanda bu durum sürdürülebilir dünya için de büyük zararlar vermektedir. Klasen'e (2002: 345-346) göre kadınların eğitim düzeyinin artması birçok açıdan hayat kalitesini etkilemektedir. Kadınların eğitim düzeyinin artması; nitelikli çalışan sayısını, bilinçli vatandaş sayısını artırmakta ve cinsiyet kaynaklı ön yargıları azaltmaktadır. Ayrıca eğitim seviyesi yükselen toplumlardaki doğum oranlarının düşük olması, daha nitelikli eğitim ve istihdam fırsatları sunmaktadır. Dolayısıyla, kadınların eğitim seviyesinin artırılması, ekonomik kalkınmaya da büyük katkılar sağlamaktadır.

2.2.2 İstihdam

2018 yılında Dünya Ekonomik Forum'unun (World Economic Forum - WEF) yayınladığı Toplumsal Cinsiyet Ayrımı (Gender Gap) raporunda yer alan bilgilere göre dünya genelinde istihdamda cinsiyet farkı %68 oranındadır. WEF'e göre hala kapatılması gereken %32'lik bir fark mevcuttur. Rapor göre ilk 5 sıranın 4'ünü İskandinav ülkeleri oluşturmakta ancak ilk 20 içerisinde Türkiye'den ekonomik olarak çok daha kısıtlı imkanlara sahip olan ülkeler de yer almaktadır. Türkiye'nin konumunu düşündüğümüzde ekonomik güç açısından dünya ortalamasının üzerinde olan ve IMF verilerine göre 2018 Nisan ayı Dünya Ekonomik Raporu'nda 18. sırada yer alan Türkiye, Dünya Ekonomik Forumu'nun verilerine göre, istihdamda cinsiyet eşitliği konusunda 149 ülke arasında 130. sırada yer almaktadır (The Global Gender Gap Report, 2018). Bu nedenle ülkedeki genel işsizlik senaryosu istihdamda cinsiyet farkını tek başına açıklamaya yetmemektedir.

2018 Dünya Bankası verilerine göre dünyadaki toplam işgücünün yalnızca %38,85'ini kadınlar oluşturmaktadır.¹¹ Türkiye de ise TÜİK 2019 verilerine göre Türkiye’de kadın istihdamı %28,7 oranında.¹² Türkiye bu veriler ışığında da dünya ortalamasının da epey altında kalmaktadır. Türkiye’de iş gücünün sektörel dağılımına baktığımızda kadınların geçmişte ağırlıklı olarak tarım sektöründe, yıllar geçtikçe de hizmet sektörlerinde çalıştığını görülmektedir. Bunun da aslında kadınların, toplumsal olarak onlar için daha uygun görülen mesleklerde iş buldukları şeklinde yorumlanabilir.



Şekil 2.4 Sektörlere göre kadın istihdamının dağılımı

(Kaynak: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Türkiye’de Kadın ve İşgücü Profili İstatistiklerinin Analizi, 2014)

İş hayatındaki bu büyük cinsiyet farkı, Türkiye’deki genel işsizlik sorunu ve kadınların eğitimde erkeklerin arkasında kalmasından daha büyük bir etken olarak kültürel nedenleri gündeme getirmektedir. Türkiye’deki geleneksel aile yapılarının etkilerinden dolayı kadınlar ya iş bulamamakta ya da iş bulduktan sonra işlerinden kendi istekleriyle ya da kurumsal kararlarla ayrılmak zorunda kalmaktadırlar. Geleneksel aile yapısından dolayı kadınlara yüklenen çocuk bakımı, eş bakımı yaşlı ya da engelli bakımı gibi günlük görevler kadınları iş hayatından uzakta tutmaktadır. Bu kültürel yükümlülükler kadınların omuzlarına gündelik hayatlarında da onlarca yük bindirmekte, zamanlarını ciddi bir biçimde azaltarak, çalışma hayatlarındaki zorlukları katlamaktadır. İşverenler de aynı kültürel normlara sahip oldukları

¹¹ <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.TOTL.FE.ZS?end=2018&start=2019> (erişim tarihi: 18.05.2021).

¹² <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=37221> (erişim tarihi: 18.05.2021).

için bu kültürel yükümlülükler çerçevesinde kadınlara iş hayatında kolaylıklar sağlamak yerine, kârlılık odaklı kararlar almaktadırlar. Bu da kadınların yerine onların gündelik hayatta sorumluluklarının hepsini üstlendiği erkeklerin daha fazla istihdam edilmesine yol açmaktadır.

Reasons of not being in labour force by years and sex (SRE, Level 1)

[15+ yaş - age]

(Bin kişi - Thousand person)

		Neden - Reason								
		İşgücüne dahil olmayan nüfus Population not in labour force	İş aramayıp, çalışmaya hazır olanlar Not seeking a job, but available to start		Mevsimlik çalışanlar Working seasonally	Ev işleriyle meşgul Housewife	Eğitim/ Öğretim Education/ Training	Emekli Retired	Çalışamaz halde Disabled, old ill etc.	
			İş bulma ümidi olmayanlar Discouraged	Diğer Other					Diğer Other	
Yıllar - Years			Kadın - Female							
Ortadoğu Anadolu (TRB) Middle East Anatolia		941	43	116	(0)	437	117	7	144	77
Güneydoğu Anadolu (TRC) Southeast Anatolia		2 205	31	137	5	1 415	278	10	223	105
2018 YILI		2018 ANNUAL								
Toplam Total		20 174	236	1 112	100	11 061	2 324	1 130	2 696	1 515
İstanbul (TR1) Istanbul		3 662	14	123	9	1 914	433	319	364	486
Batı Marmara (TR2) West Marmara		886	12	57	4	386	72	77	182	96
Ege (TR3) Aegean		2 515	25	147	29	1 226	244	261	413	167
Doğu Marmara (TR4) East Marmara		1 957	14	92	4	1 113	210	111	238	174
Batı Anadolu (TR5) West Anatolia		2 079	11	87	2	1 356	274	130	160	59
Akdeniz (TR6) Mediterranean		2 553	56	177	21	1 230	272	113	414	269
Orta Anadolu (TR7) Central Anatolia		1 080	10	76	4	662	140	19	139	30
Batı Karadeniz (TR8) West Black Sea		1 097	8	43	11	632	111	46	202	43
Doğu Karadeniz (TR9) East Black Sea		620	11	16	2	320	88	27	144	12
Kuzeydoğu Anadolu (TRA) Northeast Anatolia		530	14	17	1	333	76	4	65	20
Ortadoğu Anadolu (TRB) Middle East Anatolia		958	24	83	3	472	129	9	138	100
Güneydoğu Anadolu (TRC) Southeast Anatolia		2 238	37	193	9	1 416	275	12	239	58

Şekil 2.5 İşgücüne dahil olmayanların yıllara ve cinsiyete göre işgücüne dahil olmama nedenleri

(Kaynak: TÜİK, İşgücü İstatistikleri, 2018)

2018 TÜİK verilerine işgücüne dahil olmayan toplam 28 milyon 380 bininin, 20 milyon 174 binini kadınlar oluşturmakta ve bu kadınların da 11 milyon 61 bininin işgücüne katılmama sebepleri ev işleriyle meşgul olmaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Erkeklerde ise eş işleri çalışmaya engel bir olgu olarak istatistiklere yansımamaktadır. Başka bir ifadeyle ev işleri tamamen belli bir toplumsal cinsiyeti sorumluluğu olarak tanımlanmakta ve ücretsiz bir emek olarak kadınların omzuna yıkılmaktadır. Başlı başına bu veriler bile Türkiye’de iş hayatında kadın erkek eşitliğinin hangi düzeyde olduğunu göstermektedir. Şekil 2.5’te kadınların neden işgücüne dahil olmadıklarıyla ilgili veriler mevcuttur.

2.2.3 Siyasal Katılım

Gender Gap (2018) raporlarına göre siyasal veriler incelendiğinde 149 ülkenin yalnızca 17’sinin lideri kadınlardan oluşuyor. Kadın milletvekili sayısı erkeklere oranla %24 ve kadın bakanlar ise yalnızca %18 düzeyindedir. Rapora göre dünyada hiçbir ülke henüz siyasi temsil açısından cinsiyet farkını tamamen kapatabilmiş değildir.

Türkiye’de de durum haliyle farklı değil: Türkiye Büyük Millet Meclisi verilerine göre; 2020 yılında 584 milletvekili içerisinde kadın milletvekili sayısının 101, erkek milletvekili sayısının ise 483 olduğu görülmektedir. Meclise giren kadın milletvekili oranı, 2007 yılında %9,1 iken bu oran 2020 yılında %17,3 olmuştur (TÜİK, 2020). Bu artışın temelinde de siyasal partilerin kadın adaylar lehine uyguladıkları kotalar önemli rol oynamaktadır. Başka bir deyişle kadınların siyasete katılımı yönünde bir kültürel değişimden ziyade kadınların katılımını artırıcı düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Bu fark dünyada ve ülkemizde kadınların siyasi temsiline bütün dünyada ne kadar düşük olduğunu, ancak istisnalarla söz sahibi olabildiklerini göstermektedir.

Cinsiyet eşitsizliğini, toplumsal bir sorun olarak gördüğümüzde siyasi katılım çok önemli bir yeri olduğu görülmektedir. Bu sorunun çözülmesi için kadınları siyasi katılma teşvik edici politikalar izlenmesi gerekmektedir çünkü sorunun bir kısmı da kadınların siyasetten kendi istekleri doğrultusunda uzak durmalarıdır. Geçmişten beri siyasetin kadınlara uygun olmadığı, erkeklere bırakılmasının daha yerinde olduğu yanlış öğretildiği için kadınlar; siyasetin kendilerine uygun olmadığını düşünmüşlerdir (High-Pippert, Comer, 1998). Ancak siyasal katılım göz önünde bulundurulduğunda cinsiyet fark etmeksizin her vatandaşın ortak hakları vardır. Aksi halde tam anlamıyla bir demokratik yönetimden bahsedilemez. Bunun yanı sıra bazı bilim insanlarına göre kadınların meclislerde bulunmasının ayrıca katkıları da olmaktadır. Burell’e göre kadınlar erkek meclis üyelerine göre kadınların ekonomik, sağlık, eğitim gibi sosyal sorunlarıyla çok daha fazla ilgilenmektedir (1994). Ayrıca bazı çalışmalara göre de kadınların meclislerdeki varlığı sadece cinsiyete odaklı politikalar için değil doğrudan demokratik yönetimi etkileyecek politikaların sağlanmasında da büyük etki göstermektedir. Eagly ve Johnson’a göre kadınlar erkeklere göre yönetsel konularda daha demokratik kararlar almaktadırlar (1990). Erkek ya da kadın olsun kadınlar adına politikalar izlenirken, bu politikaları gerçekleştirme hakkına sahip olanların, kadınların siyasal temsili için mücadele etmesi gerekmektedir. Ayrıca kadın siyasetçilerin artırılması aynı zamanda kız çocuklarına ve kadınlara rol modeli oluşturmakta, onların siyasete katılmasını ve haklarının savunulmasına yarar sağlamaktadır. Kadın siyasetçilerin varlığı hem kız çocuklarına rol model olmak için hem de kız çocukları ve kadınlar için politikalar izlenmesi açısından büyük önem arz etmektedir (Burell, 1994: 173). Bu siyasi güçlenme yalnızca kadınların ülke politikalarında yer etmesini sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda politik olarak kadınlara karşı olan tutum ve davranışların değişmesine olanak sağlamaktadır (High-Pippert, Comer, 1998). Aynı diğer azınlık haklarında da olduğu gibi kadınlar, kadınların seçilmesinden yararlanır (Saltzstein, 1986). Toplumsal bir

sorun olan cinsiyet eşitsizliğindeki bu farkı gidermek adına ne kadar çok karar alıcı kadın olursa bu fark çok daha hızlı kapatılacaktır.

2.2.4 Sağlık

Sağlıkta cinsiyet eşitsizliği, toplumda yer alan kadın erkek eşitsizliğinden farklı ele alınmaması gereken bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyo-ekonomik problemlerin yanı sıra, birçok feminist ve STK'nın yaptığı araştırmadan çıkan sonuca göre kadınlar ve erkeklerin aldıkları sağlık hizmetleri arasında farklar bulunmaktadır (Wijk, vd., 1996). Yoksul ve ekonomik olarak bağımlı olmak, şiddet görmek, kadınlara karşı olumsuz tutum sergilemek, kadınların cinsel hayatlarıyla ilgili karar verme konusundaki etkilerinin az olması; kadınların sağlığı açısından kötü etkiler oluşturmaktadır (Wijk, vd., 1996). Böylece hayatın neredeyse her alanında olduğu gibi sağlık alanında da erkek egemen bir dünya hâkim diyebiliriz. İnsan sağlığını etkileyen deneylerin bile birçoğunda hiç kadın denek alınmadığı, yalnızca erkek fizyolojisi üzerinden testler yapıldığı belirtilmiştir (Nadelson, 1993). Wijk, vd. (1996) kardiyovasküler hastalıkların çoğu erkekler üzerinden araştırıldığı için özellikle kadınların tedavisinde kullanılan yöntemlerin yetersiz kaldığını belirtmişlerdir. Kadınların da yaşadığı sağlık problemleri erkekler üzerinden araştırıldığı için sağlık sistemi kadınları mağdur etmektedir. Ayrıca kadınların yaşadıkları bazı sağlık problemleri belli başlı sebeplerden dolayı ayrıldığı için (hamilelik, menstrüasyon, doğum kontrol vb.) sağlık hizmetine kadın bakış açısıyla da bakılması gerekmektedir (Wijk, 1996).

Manderson'a (1999) göre kadınların daha düşük eğitim seviyesine sahip olması onların bazı hastalık belirtilerini anlamasını engellediği için yaşadıkları hastalıklarla ilgili adım atmalarını da engellemektedir. Ayrıca Manderson, kadınların ev işleriyle çok fazla ilgilenmelerinden ve ekonomik güçlerinin kendi ellerinde olmamasından dolayı, sağlıklarını ikinci plana atmaya eğilim gösterebildiklerini belirtmiştir.

1994 yılında düzenlenen Uluslararası Nüfus ve Kalkınma Konferansı'nda kürtajın kadınlar açısından bir sağlık sorunu olduğu belirtilmiş ancak kürtajı "temel hak" olarak kabul etmemiştir (Wijk, vd., 1996). Kürtaj, özellikle evlilik dışı cinsel ilişkinin normal karşılanmadığı ülkelerde kadın sağlığı açısından değinilmesi gereken çok hassas bir husustur. Bu tip kültürlerde kadınlar düşük yapma, menstrual sorunlar ya da cinsel hastalıklar gibi ciddi rahatsızlıklarda sağlık hizmetlerinden yararlanmaktan çekinmektedirler (Manderson, 1999). Manderson ayrıca kadınlar, ev işlerinde daha aktif oldukları için; bulaşık ve çamaşır yıkamak gibi su ile uzun süre temas edilmesi sonucu ortaya çıkan Şistozomiyaz hastalığına erkeklerden çok daha fazla maruz kaldıklarını belirtmiştir. Ayrıca kadına şiddet yalnızca bir sağlık sorunu olmaktan fazladır ve ayrıca ele alınması gerekmektedir.

2.2.5 Aile ve Aile içi Şiddet

Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) raporlarına göre dünyadaki 15 yaş üzeri, 736 milyon kadının üçte biri eşleri, sevgilileri ya da hiçbir yakını olmayan erkekler tarafından fiziksel ya da cinsel saldırının en az birine maruz bırakılmıştır (WHO, 2018). 2017 yılında ise 87.000 kadın ailelerinden bir kişi tarafından öldürülürken, bunların %34'ü eşleri ya da sevgilileri olarak kayıtlara geçmiştir (UN Drugs and Crime, 2019: 10). Türkiye'de ise Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın 2014 yılında yaptığı çalışmadaki verilere göre Türkiye'deki her kadından %36'sı hayatlarında en az bir kere evli olduğu ya da beraber olduğu erkek tarafından fiziksel şiddete maruz kalmıştır. Evli kadınların %12'si en az bir kere hayatlarının herhangi bir döneminde cinsel şiddete maruz kalmış, %38'i ise hayatlarında en az bir kere fiziksel ya da cinsel şiddetin en az birine maruz bırakılmıştır (Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, 2016).

Aile içi şiddet ekonomik, sosyal, kültürel olarak birçok şekilde karşımıza çıkabilmektedir. Bazı bilim insanları ekonomik ya da sosyal olarak karısından daha düşük statüde olan erkeklerin şiddet eğiliminin daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir (Hornung vd., 1981). Bunun sebebi ise erkeklerin, toplumda kendini kanıtlama, erkek olduğunu gösterme çabası olarak düşünülebilir (Segal, 2007). Ancak bu farkın oluşmasının sebebi, ekonomik gücü az olan kadınların gördükleri şiddeti yetkili kişilere daha az bildirmesinden kaynaklanıyor olabilir. Toplum; aile içi şiddete karşı bilinçli olmadığı için kadının şiddet görmesi normal karşılanmakta ve şiddet bir ilişkinin bitirilmesi için yeter sebep sayılmamaktadır. Ancak Walker'a göre şiddet gören kadınların hala eşleriyle beraber olmasının sebebi genellikle ellerinde hiçbir ekonomik güç olmamasıdır (1984). Ekonomi ve güç ilişkisi insan ilişkilerinde de birbiriyle bağlantılı iki unsurdur. Stark ve Flitcraft'a göre sosyokültürel olarak zayıf olan toplumlarda yalnızca erkekler çalışmakta ve ekonomik gücü elinde tutmaktadır. Erkeklerin ekonomik gücü elinde tutması kadın-erkek arasındaki ev içi güç ilişkilerini de büyük ölçüde etkilemektedir. Ancak kadınlar iş gücüne dahil olup ekonomik özgürlüklerini kazandıkça bu güç ilişkileri tersi yönde etki etmeye başlamıştır (Stark ve Flitcraft, 1996: 35). Kadınlar ev içinde ekonomik ve eğitimsel eksiklikler yaşıyorsa, bu kadınların aynı durumda olan erkeklere göre eşlerine ekonomik anlamda çok daha bağımlı olması anlamına gelmektedir. Ekonomik olarak eşlerine bu denli bağlı olan kadınlar, eşlerinden gördükleri şiddet içeren davranışları çok daha az bildirmektedir (Anderson, 1997: 665). Dolayısıyla, kadınlar çalışmaya başlayıp ekonomik güçlerini ellerine aldıklarında, aile içi şiddetin azalacağı söylenebilir. Buradan yola çıkarak toplumsal cinsiyet eşitliğinin boyutlarının her birinin birbiriyle bağlantılı olduğunu söylemek mümkündür. Şirketlerin de içinde bulundukları toplumda var olan bu toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesi için belli başlı sorumlulukları vardır.

2.3 Toplumsal cinsiyet eşitliğinin giderilmesinde şirketlere düşen sorumluluklar

Günümüzde artık KSS çalışmaları küresel anlamda çok büyük önem arz etmektedir. Şirketler içinde bulundukları topluma ve çevreye yararlı olduklarını hem ekonomik hem de sosyal gerekçelerle kanıtlama çabası içerisindeyler. Şirketler KSS çalışmalarını çevreyi, toplumu ve şirket çalışanlarını önemseyen şekilde yapmaya çalışırlar (Ortiz-Martinez ve Crowther, 2006).

Toplumsal bir sorun olan cinsiyet eşitliğini çalışmak aslında şirketler için hem kendi kadın çalışanları için hem de toplum için yapılmış bir sorumluluk işi olarak değerlendirilebilir. Şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitsizliği çerçevesinde neler yapması gerektiğini tartışabilmek için öncelikle toplumda cinsiyet eşitsizliğinin hangi şekillerde ortaya çıkabildiğine değinmek gerekmektedir.

Barrientos vd. (2003) ekonominin kendisinin hali hazırda cinsiyetçi olduğunu ve toplumun yapısal sorunlarını taşıdığını öne sürmüştür. Oluşturdukları değerler zinciri piramidiyle cinsiyet eşitsizliği sorununu aşmak adına çalışanların karşısına çıkan sorunları A, B ve C olarak üç maddede incelemiştir: Piramidin en üstündeki A maddesi çalışanların; maaşları, sözleşmeleri, çalışma saatleri ve şartları gibi sorunlarıyla yasalara uygun şekilde ilgilenilmesini öngörür. A maddesi ayrıca maaş eşitsizliği ve cinsiyet ayrımcılığı gibi cinsiyetçi sorunlarla da ilgilenilmesini gerektirmektedir. Piramidin ortasında bulunan B maddesi ise çoğunlukla çalışanların işteki ve iş dışındaki sorunlarının birleşimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorunlara kreş hakkı, doğum izni ve ulaşım gibi çalışanların hem işteki hem de iş dışındaki hayatını etkileyen sorunlar örnek verilebilir. İş dışı işlerin çoğuyla kadınların ilgilendiği düşünülerek, B maddesinden daha çok kadınların yararlanacağı öngörülmüştür. C maddesi ise ev işleri dahil bütün iş dışı faaliyetleri kapsayan madde olarak verilmiştir. Maddeye göre piramidin en alt bölümünde ise ev işleri, çocuk ve yaşlı bakımı gibi işle hiç alakası olmayan sorumluluklar yer almaktadır. C maddesi de B maddesi gibi neredeyse tamamen kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgilenilecek bir bölüm olarak görülmektedir. Ancak A maddesindeki; maaş eşitsizliği, cinsiyet ayrımcılığı gibi sorunlara da yol açan sorunların aslında C maddesinde bulunan iş dışı faaliyetlerden kaynaklandığını söylenebilir. Kadınların daha çok üstlendiği iş dışı faaliyetler (ev işleri, çocuk ve yaşlı bakımı) kadınların kariyerlerinin daha fazla kesilmesine ya da çalışırken işe daha az konsantre olmalarına yol açmaktadır. Bu da dolayısıyla kadınların daha az para kazanmalarına ya da kariyerlerinin bitmesine yol açmaktadır (Warth, 2004). Başka bir ifadeyle, bu durumda yasal haklar haricinde (A maddesi) şirketlerin çalışanlarına sağlamadığı her türlü hak, daha çok kadınları etkilemekte ve onların çalışma kapasitesinde

belirleyici olmaktadır. Bu gibi sorunların önüne geçmek adına yöneticilere ve çalışanlara yönelik farkındalık eğitimleri yapılması önerilmiştir (Kaur, 2013).

Pearson'a göre çalışan haklarını korumak KSS'nin anahtar hareketidir. Bazı şirketler cinsiyet eşitsizliği ve çalışan haklarını korumak adına KSS çalışmaları yapsalar da yapılan bu çalışmalar genellikle kadınların şirketlerdeki üretimlerini artırmaya ya da aksatmamaya yönelik çalışmalardır. Pearson'a göre cinsiyet eşitsizliği çalışmaları daha geniş bir yelpazede sosyal sorunları da içine katarak işlenmelidir (2007).

2.4 Sindirilmiş Feminizm

Cinsiyet eşitliği ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları doğası gereği feminist hareketin paydalarını barındırarak oluşur (Tornhill, 2016). Feminist hareketin ana amacı kadın ve erkeği; yasal, sosyal ve kültürel olarak daha eşit bir hale getirmeye çalışmaktır. Kadınlar dünya genelinde istihdamda erkeklerden daha düşük seviyede olmakla beraber eğer çalışıyorlarsa da eşit statüde oldukları erkeklerden daha az maaş alır ve yükselmeleri gereken pozisyonlara da ulaşmaları engellenir (Lorber, 2010). Bu bağlamda kadın hakları için çalışan STK'lar ve feminist örgütler, toplumun yapısal bir sorunu olan cinsiyet eşitsizliğini çözmek adına politikalar izlemektedirler.

Ancak neo-liberalizmin etkisiyle, şirketlerle iş birliği içinde olan feminist örgütlere büyük eleştiriler gelmeye başlamıştır. Bu eleştiriler feminist hareketin; neo-liberal kapitalizme karşı hareket etmektense, onunla hareket etmeye başladığı yönündedir (Prügl, 2014: 1). Başlıkta yer alan "feminism co-opted" kavramı, feminizmin nasıl şirketlerle birlikte hareket ettiğine vurgu yapmak için kullanılmaktadır. Sözlüğe göre co-opted, "bir kişinin ya da bir şeyin rolünün orijinal halinden farklı bir şekilde kullanılması" anlamına gelmektedir.¹³

Gregoretti (2016) feminizmin yaşadığı bu değişimde cinsiyet eşitsizliği sorununu çözmeye çalışan feminist hareketinin kadınları güçlendirme ve özgürleştirme hedeflerinin şirketlerin büyüme, kâr elde etme ve itibar oluşturma hedefleriyle paralellik göstermesini eleştirmiştir. Kadın istihdamının artırılması fikrinin şirketlerin yaptığı bir fikir olmaktan ziyade ekonomik bir çıkar olarak da nitelendirilmiştir. Roberts'a (2015) göre kadınlara yapılan yatırım hem yetenekli çalışan sayısını hem de müşteri miktarını artırmakta, dolayısıyla da şirketin kârlılığına doğrudan etki etmektedir. Gelişmiş ülkelerde kadın çalışmalarına para harcamak, şirketin itibarını artıran unsurlardan biri olarak gösterilmektedir (Bexell, 2012: 397). İtibarın artması da aslında bir nevi yeni pazarlara ulaşma imkânı sağladığı için, kadın çalışmaları

¹³ <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/co-opt?q=co-opted> (erişim tarihi: 19.05.2021).

şirketlere bir kârlılık sağlamaktadır (Dolan ve Scott, 2009). Ekonomik bir katkı sağladığı sürece yapılan bütün çevre, adalet, demokrasi, eşcinsel ya da kadın hakları hareketleri neo-liberalizmle ilişkilidir (Brown, 2015). Feminizmin neo-liberalleşmesi şirketlerin güçlenmesine ve neo-liberal ekonomiye katkı sağladığı gerekçesiyle eleştirilmeye başlanmıştır (Rottenberg, 2014: 419).

Eleştirinin bir diğer noktası da yapılan cinsiyet eşitliği çalışmalarının çoğunun aslında “bireysel” hedefli çalışmalar olmasıdır. Gregoratti (2016) birçok feminist akademik yazar ya da aktivistin, şirketlerin sahip olduğu kurumsal güce karşı direnmeye devam ettiğini ancak günlük hayatta kadınların karşılaştığı yapısal sorunlarla alakalı çok az çalışma yaptığını dikkati çekmektedir. Neoliberalizmin kendisi bir ekonomik yaklaşım olduğundan dolayı, kadınlara iş imkânı verdiğini söyleyen şirketler aslında; KSS etiketi altında kadınlar üzerinden yatırım yaparak tedarik zincirlerini ve pazarlarını genişletmektedirler (Prügl, 2014: 2). Orta sınıf kadınlar iş hayatına girip kendilerini aileleri ve çocukları için çalışmaya alıştırmaya devam ettikçe; kadınlara daha az maaş verilmesi, cinsel taciz, tecavüz, aile içi şiddet gibi yapısal sorunlarla ilişkisinin kesilmeye başlayacağı beklenmektedir. Böylece çalışkan orta sınıf kadınların neo-liberal çağdaki feminizmin hem en büyük sorunu hem de çözümü olacaklar ı öngörülmektedir (Rottenberg, 2014: 432).

Kadınların bireysel olarak güçlü olmaları, denerlerse her şeyi yapabilecekleri, tek yapmaları gerekenin daha fazla denemek olması gerektiği gibi içi boş söylemler ve kadınların ekonomik güce erişerek ailelerinin sorunlarını çözümleyecekleri, fakirlikten ve erkepe bağımlılıktan kurtulacakları söyleminin, tarihsel olarak süregelen ve yapısal olarak hayatımıza yerleşmiş olan cinsiyet eşitsizliğine odaklanmanın önüne geçtiği öne sürülmüştür (Roberts, 2015). Oysa, feminizm hareketi ekonomik, kültürel ve siyasal etmenlerden uzak, yalnızca neo-liberal düşüncenin rasyonelliği ile değerlendirilemez (Prügl, 2014: 4).

Özetle kurumsal sosyal sorumluluk adı altında yapılan, yalnızca ekonominin sürdürülebilirliğini düşünen ve cinsiyet eşitsizliği sorununu bireylere indirgeyen çalışmaların yerine; toplumda yapısal olarak bulunan cinsiyet eşitsizliği sorununa karşı politik bir tutumu olan, sorunun kaynağına inmeyi hedefleyen KSS çalışmalarının yapılması gerektiği öne sürülmüştür.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE BULGULARI

3.1 Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada, İstanbul Borsası'nda listelenen limited şirketlerin yayınladıkları toplumsal performans raporları üzerinden toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında ne gibi KSS çalışmaları yürüttükleri incelenmiştir. Şirketlerin yayınladıkları bu raporlar kurumsal yönetim açısından birer iletişim aracı olarak değerlendirilmiştir. Raporların incelenmesinde Gray'ın (2001) paydaş modeli etkili olmuştur. Gray'e göre sürdürülebilirlik raporları şirketlerin sosyal açıdan hesap verebilirliğinin sağlanmasının yollarından bir tanesidir. Şirketlerin KSS ya da Sürdürülebilirlik başlığı altında yayınladıkları toplumsal performans raporlarının hedef kitlesi genel tüketiciden siyade iş çevreleri, kredi veren kuruluşlar, siyasal aktörler ve sivil toplum örgütleridir. Sosyal performans kapsamında kabul edilen ilkeler, benimsenen şirket politikaları, yürütülen kampanyalar, yapılan işbirlikleri, verilen destekler hem şirketlerin soyut varlıkları olarak itibarlarının korunmalarını ve artırmalarını, hem de bu alanda da rekabet etmelerini sağlamaktadır. Raporlar bu kapsamda şirket tarafından maddi, ayni, entelektüel ve etik olarak yapılan tüm yatırımların bir dökümünü hedef kitlesine sunmaktadır. Bu dökümün sunulması ayrıca raporda sunulan bilgilerin denetlenmeye açık, başka bir ifadeyle şeffaf da olduğu iddiasını taşımaktadır.

Sosyal ve çevresel olarak hesap verebilirliğin önemi, şirket aktivitelerinin raporlar aracılığıyla daha şeffaf bir şekilde bütün paydaşlara aktarılabilme potansiyelinden doğmaktadır. Bu şekilde bütün paydaşlar şirketin hangi aktivitelerinden, nasıl etkilendiklerini bilebileceklerdir (Owen, 2003: 2). Şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk projelerini raporlamaları ayrıca şirketin toplumsal cinsiyet eşitliği gibi bütün sosyal sorumluluklarını da bilerek daha iyi yapmasını sağlayabilir (Grosser, 2011: 126). Genellikle bu raporlar şirketlerin sosyal performans alanında ana iletişim aracı olarak görülmektedir. Aynı zamanda bu raporlar; şirketlerin kendi bakış açılarıyla toplumun nelere ihtiyacı olduğunu düşündüğünün göstergesi olarak görülebilir (Adams vd., 1995: 92). Bu nedenlerle bu araştırmada şirketlerin yayınladıkları sosyal performansa ilişkin raporlar aracılığıyla KSS çalışmaları incelenmiş, genel bir perspektif oluşturulmaya çalışılmıştır.

Araştırmada şu sorulara cevap aranarak nicel içerik analizi yapılmıştır:

- 1- Toplumsal cinsiyet eşitliği konusu ilk ne zaman ele alınmaya başlandı?
- 2- Toplumsal cinsiyet eşitliğine yaklaşım konusunda sektörel farklar var mıdır?

- 3- Toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında hangi çalışmalar yapılmış?
- 4- Toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında yapılan çalışmalar toplumun yapısal sorunlarını da kapsamakta mıdır?
- 5- Toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında yapılan projelerdeki iş birlikleri KSS çerçevesine uygun mudur?

Nicel içerik analizi; bir iletişim içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel olarak ortaya çıkarıldığı araştırma yöntemidir (Berelson'dan akt. Franzosi, 2003 :186). Holsti, (1969: 14) içerik analizini; belirli bir mesajdan nesnel ve objektif bir şekilde çıkarımlar yapılması olarak tanımlamıştır. İçerik analizi genel anlamda, bir miktar niteliksel materyalden yola çıkarak; temel tutarlılıkları ve anlamları oluşturma amacıyla nitel veri azaltma ve anlam çıkarma yöntemidir (Patton, 2002: 453). Krippendorff (2004: 18) ise içerik analizini verilerden bağlama ulaşmak için tekrarlanabilir ve geçerli kaynak bulma tekniği olarak tanımlamıştır. Özetle içerik analizi çok büyük miktarlardaki verileri hepsiyle birden uğraşmadan incelemeye yardımcı olur (Franzosi, 2004: 189). Bu çalışmada da çok sayıda şirket raporundaki zamansal değişiklikleri nesnel bir biçimde ortaya koymak, şirketler arasındaki farklılaşmaları tespit edebilmek için nicel içerik analizine başvurulmuştur.

3.2 Örneklem

Araştırmaya 01.08.2020 tarihinde Kamuyu Aydınlatma Platformunun (KAP) sürdürülebilirlik endeksi (SRE) ve kurumsal yönetim endeksinin (KYE) en az birinde yer alan BİST şirketleri dahil edilmiştir.

“Kurumsal sürdürülebilirlik, şirketlerde uzun dönemli değer yaratmak için ekonomik, çevresel ve sosyal faktörlerin kurumsal yönetim ilkeleriyle beraber şirket operasyonlarına ve karar süreçlerine uyarlanarak ortaya çıkabilecek risklerin yönetilmesidir” (Aytekin ve Erol, 2018: 870). Sürdürülebilirlik toplumsal eşitlik, çevre koruma ve ekonomik kalkınma konularıyla ilgili bir kavramdır. Şirketler açısından ele alındığında şirket kültürü ile finansal, çevresel, toplumsal ve etik unsurların uyumlaştırılmasını ifade etmektedir. Günümüzde sivil toplum kuruluşları, hükümetler, kredi veren kuruluşlar ve yatırımcılar, medya organları gibi kurumsal yapılar, şirketlere sürdürülebilir stratejiler geliştirmek konusunda baskı uygulamaktadır. Dolayısıyla küresel rekabete direnebilmek açısından büyük öneme sahip olan sürdürülebilirlik uygulamaları şirketler stratejilerinin belirlenmesinde önemli bir etken haline gelmiştir (Gündüz, 2018: 2).

SRE borsaların çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim konularındaki risklerine ilişkin politikaları oluşturmaları sürecinde şirketlere yol gösteren ve şirketlerin sürdürülebilirlik

politikalarına ilişkin bilgileri de sorumlu yatırımcıya iletmek amacıyla oluşturulmuştur. Bu bağlamda endeks şirketlerin kurumsal sürdürülebilirlik performanslarını yerel ve küresel anlamda karşılaştırma imkânı vermektedir.¹⁴ Türkiye’de Sürdürülebilirlik Endeksi, Borsa İstanbul bünyesinde ilk olarak 4 Kasım 2014 tarihinde oluşturulmuştur. “BIST Sürdürülebilirlik Endeksinin amacı, BIST’te işlem gören ve kurumsal sürdürülebilirlik performansları üst seviyede olan işletmelerin bulunacağı bir endeks oluşturulması, Türkiye’de ve özellikle Borsa İstanbul işletmeleri arasında sürdürülebilirlik hakkındaki anlayış, bilgi ve uygulamaların artmasıdır”.¹⁵ 2014 yılında yayınlanmaya başladığından BIST 30 endeksinden 15 şirketin yer aldığı endekte 2015 yılında BIST 50 endeksinden 29 şirket yer almıştır. 2016 yılında ise BIST 50 endeksine ilaveten BIST 100 endeksinden gönüllülük esasına göre katılan şirketlerle endeksin kapsamı genişletilmiştir. BIST her yıl Aralık ayında bir sonraki dönem için değerlemeye tabi şirketler listesini yayınlamaktadır (Aytekin ve Erol, 2018: 870).

KYE ise OECD’nin 1999 yılında yayınladığı kurumsal yönetim ilkelerini baz alarak ortaya çıkmıştır (Kılıç, 2011:47). Bu ilkeler şirketlere ekonomik etkinliği, sürdürülebilir büyümeyi ve aynı zamanda finansal istikrarı nasıl sağlaması gerektiğiyle ilgili rehber niteliğindedir. Ayrıca bu ilkeler şirketin karar verme süreçleriyle ilgili çevresel, yolsuzluğun önlenmesi veya etik kaygılar gibi diğer faktörleri de ele almaktadır (OECD, 2015). Uluslararası yatırımcılar, şirketlerdeki kurumsal yönetim uygulamalarını en az finansal performansları kadar önemli bulmakta, yatırım kararlarının alınmasında iyi kurumsal yönetim uygulamalarına sahip şirketler için daha fazla hazır olduklarını göstermektedir (SPK, 2003: 2). Reform ihtiyacı olan ülkeler için kurumsal yönetim daha önemli görülmektedir. Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu Temmuz 2003’te Kurumsal Yönetim İlkeleri’ni yayınlamış, şirketlerin Kurumsal Yönetim İlkelerini uygulamalarını teşvik etmek amacıyla da Kurumsal Yönetim İlkelerinde yer alan prensipleri uygulayan şirketlere yönelik olarak İMKB bünyesinde Kurumsal Yönetim Endeksi oluşturulmuştur. Bu gelişmelerin ardından İMKB tarafından “Kurumsal Yönetim Endeksi” oluşturulmuş ve endeksin hesaplanmasına 31.08.2007 tarihi itibarıyla başlanmıştır. “Kurumsal yönetim uyum derecelendirmesinin amacı şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerinin uygulanması konusundaki performanslarının standart ve karşılaştırılabilir bir ölçüm sistemi ile tespit edilmesidir (SPK, 2005: 12).” OECD kurumsal yönetim ilkelerinden farklı olarak SPK kurumsal yönetim ilkelerinde “menfaat sahipleri” kavramına ayrı bir başlık altında geniş yer ayrılmıştır. Buna göre, şirketle ilgili menfaat sahipleri; pay sahipleri ile birlikte çalışanları,

¹⁴ <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/165/bist-surdurulebilirlik-endeksi> (erişim tarihi: 03.06.2021)

¹⁵ <https://www.borsaistanbul.com/files/bist-surdurulebilirlik-endeksi-temel-kurallari-31122014.pdf> (erişim tarihi: 21.11.2021)

alacaklıları, müşterileri, tedarikçileri, sendikaları, çeşitli sivil toplum kuruluşlarını, devleti ve hatta şirkete yatırım yapmayı düşünebilecek potansiyel tasarruf sahiplerini içermektedir (Dağlı, Ayaydın ve Eyüboğlu, 2010: 22). SPK'nın menfaat sahipleri olarak tanımladığı taraflar halkla ilişkiler literatürünün paydaş (stakeholder) olarak tanımlandığı gruplara karşılık gelmektedir. Çıkar grupları olarak da tanınan menfaat sahipleri ile işletme yönetimi arasındaki ilişkilerin belli ilkeler çerçevesinde düzenlenmesi kurumsal yönetim gereğidir (Karamustafa, Varısı, Er, 2009: 103).

Dolayısıyla bu iki endeksten en az birinde yer alan şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından borsada yer alan diğer şirketlere göre daha sistematik ve etkin çalışmalar yürütecekleri varsayımı ile örneklem bu endekslerden birinde yer almak kriterine göre belirlenmiştir.

Bu şirketlerin belirlendiği 01.08.2020 tarihinde SRE ve KYE'den en az birinde listelenen toplam şirket sayısı 76 olarak tespit edilmiştir. Bu şirketlerin listesi Tablo 3.1'de gösterilmiştir.

Tablo 3.1 İncelemeye dahil edilen şirketler

1	AGHOL	AG ANADOLU GRUBU HOLDING A.Ş.
2	AKBNK	AKBANK T.A.Ş.
3	AKENR	AKENERJİ ELEKTRİK ÜRETİM A.Ş.
4	AKSGY	AKİŞ GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIĞI A.Ş.
5	AKMGY	AKMERKEZ GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIĞI A.Ş.
6	AKSA	AKSA AKRİLİK KİMYA SANAYİ A.Ş.
7	AKSEN	AKSA ENERJİ ÜRETİM A.Ş.
8	ALBRK	ALBARAKA TÜRK KATILIM BANKASI A.Ş.
9	ANSGR	ANADOLU ANONİM TÜRK SİGORTA ŞİRKETİ
10	ANACM	ANADOLU CAM SANAYİİ A.Ş.
11	AEFES	ANADOLU EFES BİRACILIK VE MALT SANAYİ A.Ş.
12	ANELE	ANEL ELEKTRİK PROJE TAAHHÜT VE TİCARET A.Ş.
13	ARCLK	ARÇELİK A.Ş.
14	ASELS	ASELSAN ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
15	AYGAZ	AYGAZ A.Ş.
16	BTCIM	BATIÇİM BATI ANADOLU ÇİMENTO SANAYİ A.Ş.
17	BRISA	BRISA BRIDGESTONE SABANCI LASTİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
18	CCOLA	COCA-COLA İÇECEK A.Ş.
19	CRDFA	CREDIWEST FACTORING A.Ş.
20	CIMSA	ÇİMSA ÇİMENTO SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

21	DOHOL	DOĞAN ŞİRKETLER GRUBU HOLDİNG A.Ş.
22	DGGYO	DOĞUŞ GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIĞI A.Ş.
23	DOAS	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş.
24	ENJSA	ENERJİSA ENERJİ A.Ş.
25	ENKAI	ENKA İNŞAAT VE SANAYİ A.Ş.
26	EREGL	EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK FABRİKALARI T.A.Ş.
27	FROTO	FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.
28	GARFA	GARANTİ FACTORİNG A.Ş.
29	GLYHO	GLOBAL YATIRIM HOLDİNG A.Ş.
30	GUSGR	GÜNEŞ SİGORTA A.Ş.
31	SAHOL	HACI ÖMER SABANCI HOLDİNG A.Ş.
32	HLGYO	HALK GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIĞI A.Ş.
33	HURGZ	HÜRRİYET GAZETECİLİK VE MATBAACILIK A.Ş.
34	IHEVA	İHLAS EV ALETLERİ İMALAT SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
35	IHLAS	İHLAS HOLDİNG A.Ş.
36	ISDMR	ISKENDERUN DEMİR VE ÇELİK A.Ş.
37	KERVT	KEREVİTAŞ GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
38	KCHOL	KOÇ HOLDİNG A.Ş.
39	KORDS	KORDSA TEKNİK TEKSTİL A.Ş.
40	LIDFA	LİDER FACTORİNG A.Ş.
41	LOGO	LOGO YAZILIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
42	MIGROS	MIGROS TİCARET A.Ş.
43	NETAS	NETAŞ TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.
44	OTKAR	OTOKAR OTOMATİV VE SAVUNMA A.Ş.
45	PRKME	PARK ELEKTRİK ÜRETİM MADENCİLİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
46	PGSUS	PEGASUS HAVA TAŞIMACILIĞI A.Ş.
47	PETKIM	PETKİM PETROKİMYA HOLDİNG A.Ş.
48	*PETUN	PİNAR ENTEGRE ET VE UN SANAYİİ A.Ş.
49	PINSU	PİNAR SU VE İÇECEK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
50	PNSUT	PİNAR SÜT MAMULLERİ SANAYİİ A.Ş.
51	POLHO	POLİSAN HOLDİNG A.Ş.
52	SODA	SODA SANAYİİ A.Ş.
53	SKBNK	ŞEKERBANK T.A.Ş.
54	SOKM	ŞOK MARKETLER TİCARET A.Ş.
55	TATGD	TAT GIDA SANAYİ A.Ş.

56	TAVHL	TAV HAVALİMANLARI HOLDİNG A.Ş.
57	TKFEN	TEKFEN HOLDİNG A.Ş.
58	TOASO	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.
59	TRKCM	TRAKYA CAM SANAYİİ A.Ş.
60	TRCAS	TURCAS PETROL A.Ş.
61	TCELL	TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş.
62	TUPRS	TÜPRAŞ-TÜRKİYE PETROLLERİ RAFİNERİLERİ A.Ş.
63	THYAO	TÜRK HAVA YOLLARI A.O.
64	PRKAB	TÜRK PRYSMIAN KABLO VE SİSTEMLERİ A.Ş.
65	TTKOM	TÜRK TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.
66	TTRAK	TÜRK TRAKTÖR VE ZİRAAT MAKİNELERİ A.Ş.
67	GARAN	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI A.Ş.
68	HALKB	TÜRKİYE HALK BANKASI A.Ş.
69	TSKB	TÜRKİYE SİNAİ KALKINMA BANKASI A.Ş.
70	SISE	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM FABRİKALARI A.Ş.
71	VAKBN	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI T.A.O.
72	ULKER	ÜLKER BİSKÜVİ SANAYİ A.Ş.
73	VESBE	VESTEL BEYAZ EŞYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
74	VESTL	VESTEL ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
75	YKBNK	YAPI VE KREDİ BANKASI A.Ş.
76	ZOREN	ZORLU ENERJİ ELEKTRİK ÜRETİM A.Ş.

Bu 76 şirketin 01.08.2020 tarihinden itibaren bütün sosyal performans raporları geriye doğru web sitelerinden toplanmıştır. Sosyal performans raporlarına verilen isimlerin ya da başlıkların zaman içinde bazı değişikliklere uğradığı gözlenmiştir. Raporların adlandırılmasında önceleri “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu” tercih edilirken daha sonra bunun “Sürdürülebilirlik Raporu” olarak adlandırılmaya başlandığı, son yıllarda ise gideren “Entegre Rapor” başlığı ile yayınlandığı görülmektedir. Dolayısıyla araştırmaya sürdürülebilirlik raporları, entegre-faaliyet raporları ve içerisinde KSS başlığı bulunan faaliyet raporları dahil edilmiştir. Bu şekilde toplandığında elde edilen toplam rapor sayısı 442 olmuştur. Çalışmanın örneklemini toplanan bu 442 rapor oluşturmaktadır.

KAP’ta tanımlanmış 13 sektör olmasına karşın, SRE ve KYE’de yer alan şirketler toplam 8 farklı sektörden oluşmaktadır. KAP’tan alınan bu sektörler; İmalat (İML), Mali Kuruluşlar (MK), Teknoloji (TEK), Toptan Perakende Ticaret Lokantalar ve Oteller (TOP), Elektrik Gaz ve Su (EGS), İnşaat ve Bayındırlık (İNŞ), Ulaştırma Depolama ve Haberleşme

(ULŞ) ve Madencilik ve Taş Ocakçılığı, olmak üzere 8 farklı sektörden oluşmaktadır. Ancak Madencilik ve Taş Ocakçılığı sektöründeki tek şirket olan Park Elektrik Üretim Madencilik Sanayi ve Ticaret A.Ş.’nin herhangi bir raporuna ulaşamadığı için listelemeye dahil edilmemiştir.

Ayrıca; Pınar Entegre Et ve Un Sanayii, Pınar Su ve İçecek Sanayi ve Ticaret ve Pınar Süt Mamulleri Sanayii şirketleri KSS çalışmalarına; bağlı oldukları Yaşar Grubu’nun sürdürülebilirlik raporları içerisinde yer vermiştir. Bu nedenle bu 3 şirketin toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamındaki KSS çalışmaları Yaşar Grubu’nun yayınladığı raporlar üzerinden örnekleme dahil edilmiştir.

Şirketlerin yayınladığı, örnekleme dahil edilen raporların sektörlerine ve yıllarına göre kaç adet rapor yayınlandığı Tablo 3.2’de verilmiştir.

Tablo 3.2. Yıllara göre yayınlanan toplam rapor sayısı

Yıl/Sektör	İML	MK	ULŞ	TOP	TEK	EGS	İNŞ	TOPLAM
2004	2							2
2005	2							2
2006	4							4
2007	6	1						7
2008	6	2	1					9
2009	11	3	1	1				16
2010	11	6	1			1		19
2011	13	5	2			1	1	22
2012	15	8	1	1		1	1	27
2013	19	7	2	1	1	2	1	33
2014	24	8	2	1	2	1	1	39
2015	26	12	3	1	2	3	1	48
2016	26	10	3	2	2	2	1	46
2017	27	13	3	3	3	3	2	54
2018	27	15	3	3	3	3	2	56
2019	27	16	3	3	3	4	2	58
Toplam	227	125	25	16	16	21	12	442

Yayınlanan raporların en eski tarihli 2004, en yakın tarihli ise 2019 yılında yayınlanmıştır. Bu süreçte yıl başına yayınlanan rapor sayısı ortalama 29,5 gibi bir sayıyken şirket başına ise ortalama 5,8 rapor yayınlanmıştır. Ortalamaya bakıldığında rapor yoğunluğunun 2013 yılından sonra artmaya başladığı görülmektedir. KYE’nin 2007, SRE’nin ise 2014 yılında hesaplanmaya başladığı düşünüldüğünde raporlamanın artışında sürdürülebilirlik endeksinin önemli bir etkisi olduğunun altı çizilmelidir. Buna ek olarak, İmalat ve Mali Kuruluşlar

sektörlerinin yayınladıkları raporların da gözle görülür bir şekilde diğer sektörlerden daha fazla olduğu gözlemlenmektedir. Bu iki sektörü diğerlerinden ayıran en belirgin özellik ise doğrudan son tüketici ile etkileşimde olmalarıdır. Bu iki sektör için ikinci ortak özellik ise her ikisinde de kadın istihdamının diğer sektörlerle göre daha yüksek oranda gerçekleşmesidir. Mali kuruluşlar için uluslararası kredi veren kuruluşlarla ilişkilerinin de sosyal performan ve bu performansın raporlamasında daha aktif olmalarının gerekçelerinden olduğu söylenebilir.

3.3 Kodlar

Kodlama; eldeki bir veriyi satır satır ya da paragraf paragraf önemli bir olayı, tecrübeyi, düşüncüyü ve buna benzer durumları kavramlaştırarak inceleme yöntemidir (Strauss ve Corbin, 1998). Bazen araştırmacı kodlanacak kavramı belirlerken, bazen de incelenen belgedeki veriler; aranan şeyleri açıklamaya o kadar müsaittir ki nelerin kodlanacağını bu veriler belirler. İşte bu açıklayıcı veriler “in vivo” denilen kavramı oluşturan verilerdir (Glaser ve Strauss, 1967). “In vivo” kavramlar genellikle çok açıklayıcı ve belirleyicidir. Araştırmacı, “in vivo” kodları gördüğü anda, verinin kodlama değer bir veri olduğunu hemen anlamalıdır. Ancak incelenen bütün verilerden kodlama çıkacak diye bir kaide yoktur (Corbin, 2003: 528-529). “In vivo” kodlama daha çok kelimeler üzerine yoğunlaşmış olsa da araştırmacıların kullandıkları kodlamalardan çıkan sonuçlar dilin ve sosyal etkileşimlerin birleşerek nasıl sosyal yapıları oluşturduklarını açıklamaya çalışmaktadır. Türkçe literatürde “in vivo” kodlama genellikle açık kodlama olarak anılmaktadır. Açık kodlama kuramsal çerçeveye ya da önceki çalışmalara dayanarak hazır kodlar kullanılmayan keşfedici çalışmalar için uygundur.

Bu çalışmada da incelenen raporlardaki toplumsal cinsiyet eşitliği kavramları, keşfedici ve açıklayıcı nitelikleri olduğu için açık kodlama ile kodlanmıştır. Ortaya çıkan kodlar daha sonra gruplanmış ve aşağıda açıklanan kodlar çerçevesinde yeniden düzenlenmiştir.

3.3.1 Projeler

Türkiye’deki şirketlerin kendi inisiyatifleriyle gerçekleştirdikleri, büyük çoğunlukla şirket dışı paydaşları etkileyen büyük kapsamlı kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları proje adı altında kodlanmıştır. Bu projeler kendi içerisinde farklılıklar gösterebileceğinden dolayı daha rahat incelenmesi açısından kendi içerisinde de gruplara ayrılmıştır.

3.3.1.1 Farkındalık çalışmaları

Raporlarda yer verilen toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı farkındalık yaratacak hayırseverlik, eğitim, koşu, bağış toplama gibi aktivitelerin tamamı bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.1.2 Kadın istihdamına destek

Raporlarda yer verilen kadın istihdamına yönelik yapılan pozitif ayrımcılık çalışmaları ve buna yönelik yardımlar bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.1.3 Ülkem İçin

Koç Holding'in başlattığı Ülkem İçin projesine sağlanan destek ve bu proje kapsamında yapılan çalışmalar bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.1.3 Kadınların iş hayatına katılımına destek

Toplumda bulunan kadınların iş hayatına katılımına engel olan iş dışı sorunların (çocuk bakmak, yaşlı bakmak, ev hanımlığı vs.) aşılmasına yönelik yapılan projeler bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.1.4 Kız çocuklarına eğitim desteği

Toplumda genç kız çocuklarının yaşadığı her türlü eğitim sıkıntısının (burs, eğitime erişim, mentorluk programı vs.) önüne geçmek için yapılan projeler bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.1.5 Aile içi şiddet

Toplumun çok büyük bir sorunu olan aile içi şiddet, kadına şiddet olaylarının önüne geçmek için yapılan her türlü proje bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.2 Women's Empowerment Principles'ı (WEP) benimsemek

Birleşmiş Milletler (BM) Global Compact şirketleri sosyal amaçlar doğrultusunda geliştirmeyi hedefleyen, dünyanın en büyük sürdürülebilirlik girişimidir.¹⁶ Kadını Güçlendirme İlkeleri (Women Empowerment Principles), BM Global Compact ile BM'in cinsiyet eşitliği çalışmalarını yürüten United Nations Women'ın (BM Kadın Birimi) ortaklaşa yürüttüğü bir toplumsal cinsiyet eşitliği hareketidir.¹⁷ Bu kapsamda gerçekleştirilen WEP, iş hayatında cinsiyet eşitliğini ve kadının güçlenmesini sağlamaya çalışma doğrultusunda şirketlere bir rehberdir. Raporlarda geçen WEP'i benimseyen ya da WEP kapsamında yapılan her türlü çalışma bu başlık altında kodlanmıştır.

¹⁶ <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc> (erişim tarihi: 03.06.2021)

¹⁷ <https://www.weps.org/about> (erişim tarihi: 03.06.2021)

3.3.3 SDG/SKH/KA/Hedef 5

BM 2015 yılında yayınladıkları Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDG) ile 15 yıl içinde belirlenen 17 hedefte ilerleme kaydetmeyi amaçlamaktadır.¹⁸ Bütün BM üyesi devletlerin kabul ettiği bu hedeflerin 5. Kalkınma maddesi de Cinsiyet Eşitliğidir. Bu nedenle raporlarda geçen SDG'den Hedef 5'e yönelik çalışmalar yapıldığını belirtilen noktalar bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.4 Hükümet Politikalarına Destek

Türkiye'de hükümet tarafından toplumsal cinsiyet eşitsizliğini çözmek adına hayata geçirilen çalışmalara destek verdiğini açıklayan ya da iş birliği içinde çalışan şirketler bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.5 İnsan Kaynakları Politikaları

Kodlama aşamasında şirketlerin yaptıkları insan kaynakları politikalarının kadın çalışan yüzdelerinin hali hazırda kaç olduğunun belirtilmesinden ziyade daha çok doğum sonrası geri dönüş verileri ya da kadın çalışan sayısını artırmaya yönelik ciddi politika değişikliklerine gidilmesi değerlendirilmiştir.

3.3.6 Toplumsal Sorun Olarak Cinsiyet Eşitsizliğini kabul etmek

Bu kodlama yapılırken şirketlerin raporlarında cinsiyet eşitsizliğinin toplumsal bir sorun olarak nitelendirmesi ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini gidermeye yönelik yapılan toplumu bilgilendirmeye yönelik çalışmaları (seminer, sempozyum vs.) dikkate alınmıştır. Bir çalışma veya proje yürütülmesinden ziyade

3.3.7 Fırsat Eşitliği Modeli (FEM) Sertifikasını Almak

Dünyadaki sürdürülebilir ekonomik gelişmeyi sağlamayı amaçlayan Dünya Bankası ve denetim danışmanlık şirketleri olan Ernst & Young¹⁹ ve PricewaterhouseCoopers²⁰ şirketleri iş birliğiyle Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), kadın istihdamını teşvik etmek amacıyla uluslararası geçerliliği olan bir sertifika programı düzenlemiştir. Bu bağımsız kuruluşların denetiminden başarılı bir şekilde geçtikten sonra şirketler Fırsat Eşitliği Sertifikasını kazanmaya hak kazanmaktadırlar. Başarılı olan kurumlar, yapıları, eylemleri ve istihdam olguları ile toplumsal cinsiyet eşitliğine ve istihdamda kadın güçlenmesine duyarlı

¹⁸ <https://sdgs.un.org/goals> (erişim tarihi: 03.06.2021)

¹⁹ https://www.ey.com/tr_tr/who-we-are (erişim tarihi: 03.06.2021)

²⁰ <https://www.pwc.com.tr/tr/hakkimizda/amacimiz-ve-degerlerimiz.html> (erişim tarihi: 03.06.2021)

olduklarını ulusal ve uluslararası kamuoyu nezdinde tescil ettirmiş olmaktadır.²¹ Bu nedenle FEM Sertifikasının kazanılması ve bu kapsamda yapılan toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.8 Ödül Almak/Vermek

Bu kodlama şirketlerin çeşitli kurum veya kuruluşlar tarafından toplumsal cinsiyet eşitliği adına yaptıklarının ödüllendirilmesi ya da bu kapsamda ödül vererek teşvik edici rol oynaması durumunda yapılmıştır.

3.3.9 Çalışma Grupları/Komiteler Kurmak

Şirketlerin daha organize ve planlı bir şekilde toplumsal cinsiyet eşitsizliği sorununa eğilmesi adına çalışma grupları ya da komiteleri kurması dikkate alınarak kodlanmıştır.

3.3.10 STK vb. kuruluşlara Yardımcı olmak/ kurmak

Bu kodlama şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında STK vb. kuruluşları kurması ya da bu kuruluşlara yardım etmesi durumunda kullanılmıştır.

3.3.11 Toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili kurumsal ilke beyanı

Şirketlerin raporlarında, kendi kararlarıyla toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili ilkeler oluşturup, bu ilkelere uyacağını taahhüt etmesi sonucu bu kodlama kullanılmıştır.

3.3.12 Sponsorluk Çalışmaları

Şirketler toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sağlayacak organizasyonlara yaptıkları sponsorluk çalışmaları bu başlık altında kodlanmıştır.

3.3.13 Bloomberg Gender Equality Index'e (GEI) dahil olmak

GEI toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesine katkı sağlayan ve bunu paydaşlarıyla paylaşmayı isteyen şirketlerin performanslarını ve şeffaflıklarının ölçüldüğü uluslararası bir endekstir. GEI şirketlerin yaptıkları toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarının açık bir şekilde tüm paydaşların bilgisine sunulmasını bekler. Bu şekilde de toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarına uluslararası bir boyut kazandırmayı amaçlar.²² GEI şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları yapmaya ve bunu raporlandırmaya teşvik etmektedir. Bu nedenle GEI'ye dahil olan şirketler bu başlık altında kodlanmıştır.

²¹ <https://www.kagider.org/kurumsal/projeler-etkinlikler/projeler/lists/projeler/f%C4%B1rsat-e%C5%9Fitli%C4%9Fi-modeli> (erişim tarihi: 25.05.2021)

²² <https://www.bloomberg.com/gei/> (erişim tarihi: 04.06.2021)

3.3.14 Paydaşlar

Raporlarda yer alan toplumsal cinsiyet eşitliği projelerinin birlikte yapıldığı diğer paydaşlar bu başlık altında kodlanmıştır.

3.4 Analiz ve Bulgular

Bu çalışma kapsamında SRE ve KYE’de bulunan ve raporlarına ulaşılan 75 şirketin 442 tane raporuna ulaşılmıştır. Bu raporlardan Yaşar Grubu’nun 2019’da yayınladığı rapor web tabanlı olduğu için incelemeye dahil edilememiştir. Bu nedenle 441 adet rapor incelemeye alınmıştır. Çalışmanın ilk adımında raporlar toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin bir çalışmayı kapsayıp kapsamasına göre incelenmiştir. 441 raporda “gender equality”, “toplumsal cinsiyet” ve “cinsiyet eşitliği” anahtar kelimeleri aratılmıştır. Bu kelimelerden herhangi birinin geçmediği raporlar inceleme dışında bırakılmıştır. Tablo 3.3’te raporları incelenen şirketlerin hangilerinin toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında KSS çalışmaları yaptığı gösterilmiştir.

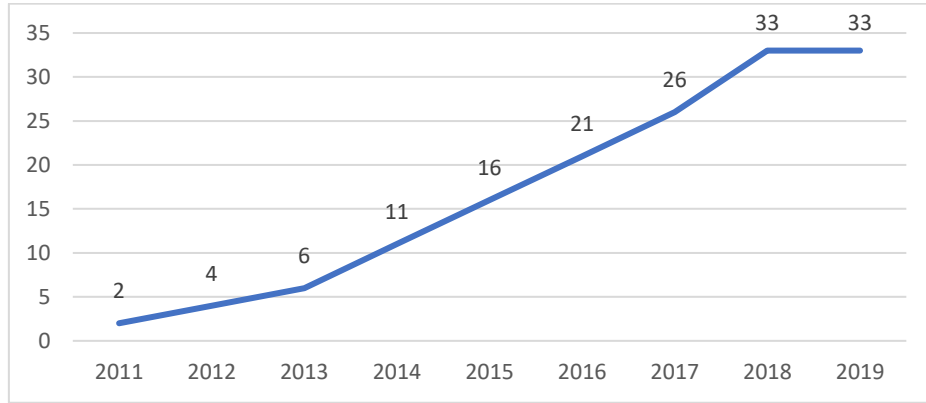
Tablo 3.3. Toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları yapan şirketlerin genel özellikleri.

Şirket Adı	KYE	SRE	KAP’ta yer aldığı sektör
AG ANADOLU GRUBU HOLDİNG A.Ş.	X		MALİ KURULUŞLAR
AKBANK T.A.Ş.		X	MALİ KURULUŞLAR
AKSA AKRİLİK KİMYA SANAYİ A.Ş.	X	X	İMALAT
AKSA ENERJİ ÜRETİM A.Ş.		X	ELEKTRİK GAZ VE SU
ALBARAKA TÜRK KATILIM BANKASI A.Ş.	X	X	MALİ KURULUŞLAR
ANADOLU ANONİM TÜRK SİGORTA ŞİRKETİ	X		MALİ KURULUŞLAR
ANADOLU CAM SANAYİİ A.Ş.		X	İMALAT
ANADOLU EFES BİRACILIK VE MALT SANAYİ A.Ş.	X	X	İMALAT
ANEL ELEKTRİK PROJE TAAHHÜT VE TİCARET A.Ş.		X	İNŞAAT VE BAYINDIRLIK
ARÇELİK A.Ş.	X	X	İMALAT
AYGAZ A.Ş.	X	X	İMALAT
BRISA BRIDGESTONE SABANCI LASTİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.		X	İMALAT
COCA-COLA İÇECEK A.Ş.	X	X	İMALAT
ÇİMSA ÇİMENTO SANYİ VE TİCARET A.Ş.		X	İMALAT
DOĞAN ŞİRKETLER GRUBU HOLDİNG A.Ş.	X	X	MALİ KURULUŞLAR
DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş.	X	X	TOPTAN VE PERAKENDE TİCARET, LOKANTALAR VE OTELLER

FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.		X	İMALAT
HACI ÖMER SABANCI HOLDİNG A.Ş.		X	MALİ KURULUŞLAR
KOÇ HOLDİNG A.Ş.		X	MALİ KURULUŞLAR
KORDSA TEKNİK TEKSTİL A.Ş.		X	İMALAT
LOGO YAZILIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	X	X	TEKNOLOJİ
MIGROS TİCARET A.Ş.	X	X	TOPTAN VE PERAKENDE TİCARET, LOKANTALAR VE OTELLER
NETAŞ TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.		X	TEKNOLOJİ
OTOKAR OTOMOTİV VE SAVUNMA A.Ş.	X	X	İMALAT
PINAR ENTEGRE ET VE UN SANAYİİ A.Ş.	X		İMALAT
PINAR SU VE İÇECEK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	X		İMALAT
PINAR SÜT MAMULLERİ SANAYİİ A.Ş.	X		İMALAT
SODA SANAYİİ A.Ş.		X	İMALAT
TAT GIDA SANAYİ A.Ş.	X	X	İMALAT
TAV HAVALİMANLARI HOLDİNG A.Ş.	X	X	MALİ KURULUŞLAR
TEKFEN HOLDİNG A.Ş.		X	MALİ KURULUŞLAR
TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.	X	X	İMALAT
TRAKYA CAM SANAYİİ A.Ş.		X	İMALAT
TURCAS PETROL A.Ş.	X		MALİ KURULUŞLAR
TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş.		X	ULAŞTIRMA, DEPOLAMA VE HABERLEŞME
TÜPRAŞ-TÜRKİYE PETROLLERİ RAFİNERİLERİ A.Ş.	X	X	İMALAT
TÜRK TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.	X	X	ULAŞTIRMA, DEPOLAMA VE HABERLEŞME
TÜRK TRAKTÖR VE ZİRAAT MAKİNELERİ A.Ş.	X	X	İMALAT
TÜRKİYE GARANTİ BANKASI A.Ş.	X	X	MALİ KURULUŞLAR
TÜRKİYE SİNAİ KALKINMA BANKASI A.Ş.	X	X	MALİ KURULUŞLAR
TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM FABRİKALARI A.Ş.	X	X	MALİ KURULUŞLAR
TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI T.A.O.		X	MALİ KURULUŞLAR
VESTEL ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	X	X	İMALAT
YAPI VE KREDİ BANKASI A.Ş.	X	X	MALİ KURULUŞLAR
ZORLU ENERJİ ELEKTRİK ÜRETİM A.Ş.		X	ELEKTRİK GAZ VE SU

Tablo 3.3'ye bakıldığında toplam 76 şirketten 45inin toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapmış olduğu görülmüştür. Bu şirketlerden 39u SRE'yede, 28i KYE'yede listelenmektedir. 45 şirketin 36sı imalat ya da mali kuruluşlar sektöründedir. Her iki endekste de yer alan 22 şirketin 18i imalat ya da mali kuruluşlar sektöründedir. Bu da toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik etkinlikte bu iki sektör öne çıkmaktadır.

Toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında yıllara göre kaç rapor yayınlandığı Şekil 3.1'de gösterilmiştir.



Şekil 3.1. Yıllara göre toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapılan rapor sayısı

Şekil 3.1'deki yıllara göre yapılan toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarına bakıldığında toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarının 2011 yılında başladığı görülmektedir. Şirketlerin yayınladıkları ilk sürdürülebilirlik raporu daha önce Tablo 3.2'de gösterildiği gibi 2004 yılında yayınlanmıştır. Şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliği de sosyal performans alanı olarak görmeye başlamasıysa 2010 sonrasında gerçekleşmiştir. Başka bir ifadeyle toplumsal cinsiyet eşitliği şirketlerin sosyal performans gündemine görece geç dahil olmuş bir konudur. Toplumsal cinsiyet eşitliği alanında ilk öncü çalışmalar 2010 yılında Coca Cola ve Doğan Holding tarafından gerçekleştirilmiştir. Coca Cola bu çalışmalara kadın istihdamına destek, Doğan Holding ise kurduğu Haklı Kadın Platformu ile başlamıştır.

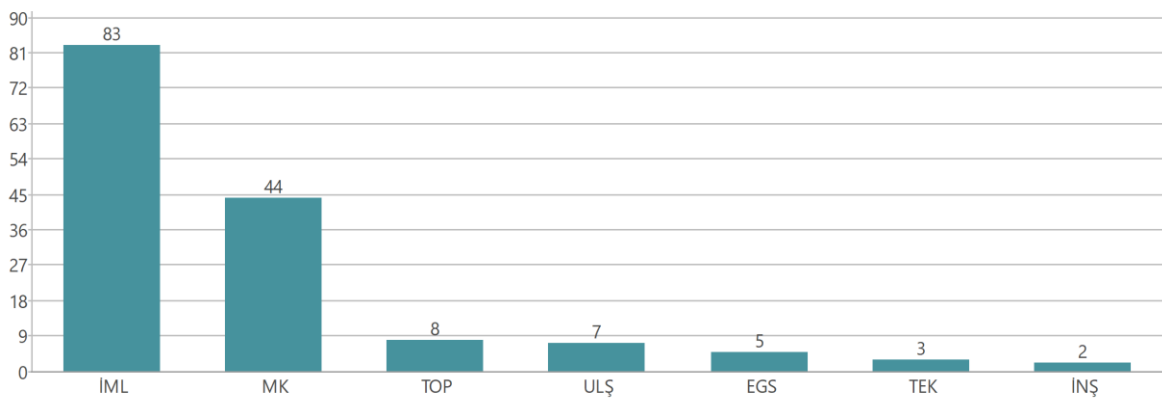
Şekil 3.1'de gözlemlenen bir diğer durum da yıllar içerisinde toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik çalışmalarının 2019'a kadar sürekli ve hızla artmış olmasıdır. 2011'den 2018'e kadar geçen 7 yıl içinde toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik etkinliklerin onbeş kat arttığı görülmektedir. 2019'da da çizgisini korumaya devam ettiği gözlemlenmektedir. Tablo 3.4'te yayınlanan bu raporların sektörler de dahil edilerek genel görünümü verilmiştir.

Tablo 3.4. Sektörlere ve yıllara göre toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapılan raporlar

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
İML	2	3	2	5	9	13	15	18	16
MK		1	2	4	5	6	7	9	10
TOP				1		1	2	2	2

ULŞ			1		1	1	1	1	2
EGS					1		1	1	2
TEK								2	1
İNŞ			1	1					

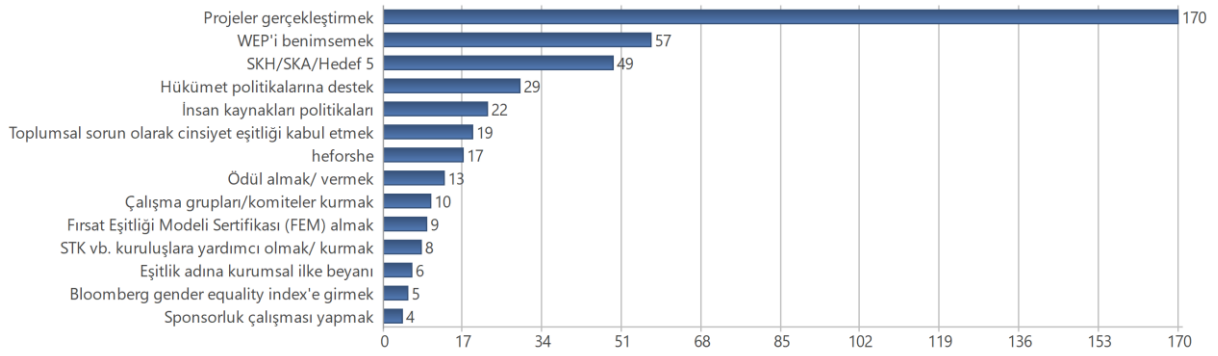
Tablo 3.4’te görüleceği üzere toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapılan raporlar yıllara göre artış göstermektedir. Şirketlerin yayınladıkları toplam 152 raporda belirlenen kodlara uygun toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarına rastlanmıştır. Buna göre raporlar 2015 yılından sonra ciddi artış göstermeye başlamıştır ve rapor yoğunluğunu İML ve MK sektörleri oluşturmaktadır. Şekil 2’de detaylı olarak hangi sektörün kaç rapor yayınladığı gösterilmiştir.



Şekil 3.2. Toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapılan raporların sektörlere göre dağılımı

Şekil 3.2’ye bakıldığında toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların sektörel farklılıklar gösterdiği gözlemlenmiştir. İML sektörünü yayınlanan toplumsal cinsiyet eşitliği içerikli raporların %55’ini oluşturmuştur. İML sektörü doğrudan son müşteri ile temasta olan bir sektördür. Bu nedenle toplum tarafından oluşan baskıları doğrudan hissetmektedir ve yaşanabilecek olumsuzluklardan en fazla etkilenecek sektör olarak düşünülebilir. Bu tip sosyal baskıların ve imaj zedelenmesinin önüne geçmek için toplumun beklentilerinin karşılanması ve bu doğrultuda paydaşlarını raporlar aracılığıyla bilgilendirmesi gerekmektedir. MK sektörü ise İML sektörünün ardından en fazla rapor yayınlayan ikinci sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. MK sektöründeki şirketlerin yayınladığı raporlar da yayınlanan toplam raporların yaklaşık %29’unu oluşturmaktadır. TOP, ULŞ, EGS, TEK ve İNŞ sektörleri ise kalan %16’lık rapor yayınına kapsamaktadır.

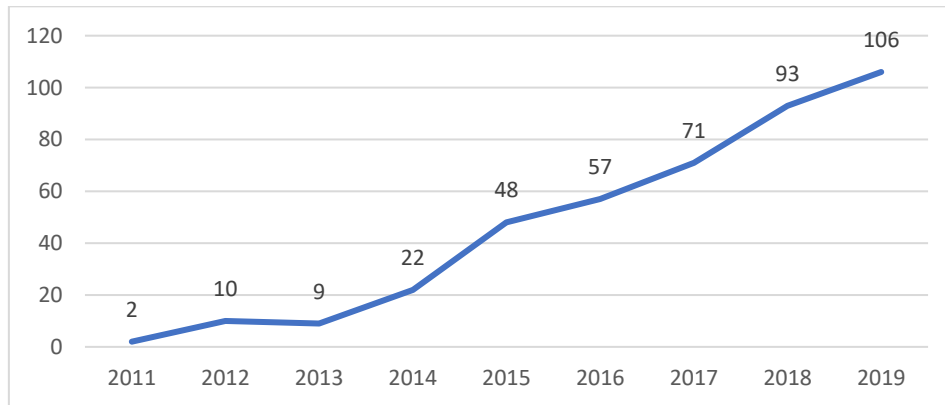
Raporlarda geçen toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları Şekil 3.3’te gösterilmiştir.



Şekil 3.3. Toplumsal cinsiyet eşitliği adına yapılan çalışmalar

Şekil 3.3'te şirketlerin yayınladıkları raporlarda yer verdikleri toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarının ne kadar olduğu verilmiştir. Şekil 3'e bakıldığında gerçekleştirilen toplam 418 toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmasının 170 tanesini gerçekleştiren projeler oluşturmaktadır. Şirketlerin gerçekleştirdikleri toplumsal cinsiyet eşitliği projeleri yapılan toplam cinsiyet eşitliği çalışmalarının yaklaşık %40,7'sini oluşturmaktadır. Projeleri de sırasıyla desteklenen BM projeleri olarak görülen WEP'i benimsemek ve SKH takip etmektedir. Hükümet politikalarına destek vermek, insan kaynakları politikaları izlemek, cinsiyet eşitliğini toplumsal bir sorun olarak görmek ve HeForShe hareketi de raporlarda sıkça yer almış diğer unsurlar etkinlik biçimleri olmuştur. Ödül almak/vermek, çalışma grupları/komiteler kurmak, FEM sertifikası almak, STK vb. kuruluşlara yardımcı olmak/kurmak, toplumsal cinsiyet eşitliği adına kurumsal ilke beyanı yayınlamak, Bloomberg Gender Equality Index'e girmek ve sponsorluk çalışmaları yapmak da raporlarda az sayıda yer almıştır.

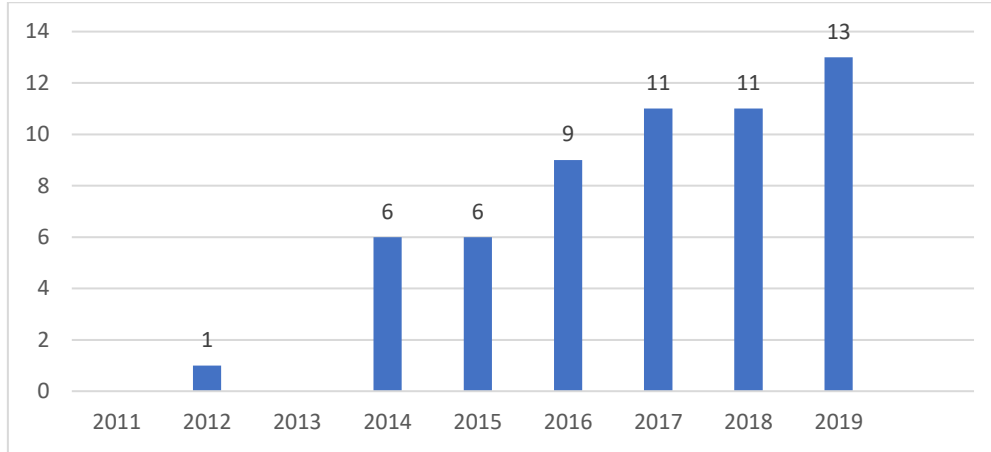
Şekil 3.4'te raporlarda geçen cinsiyet eşitliği çalışmalarının yıllara göre dağılımı verilmiştir.



Şekil 3.4. Yıllara göre yapılan cinsiyet eşitliği çalışmaları

Şekil 3.4'e bakıldığında yapılan cinsiyet eşitliği çalışmalarının yıllara göre düzenli bir şekilde artış gösterdiği görülmektedir. 2013 yılından sonra gerçekleşen bu artışın tek bir sebebi yoktur. Rapor yoğunluğunun da arttığı 2013 sonrası dönemde BM'in aracılığıyla gerçekleşen

toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları da başlamıştır. Çoğunlukla 2014 yılında ülkemizde raporlanmaya başlayan WEP, 2014'te başlayan HeForShe hareketi, 2015 yılından sonra başlayan Hedef 5 ve projeler kapsamında Koç Holding'in başlattığı Ülkem İçin projeleri bu yıllardaki yoğunluğu artırmaktadır. Her bir proje çalışmanın ilerleyen noktalarında tek tek incelenmiştir.



Şekil 3.5. WEP kapsamında yapılan çalışmalar

WEP kapsamında yapılan çalışmaların Şekil 3.5'e bakıldığında yapılan toplam cinsiyet eşitliği çalışmalarının 57'sini yani yaklaşık %13,6'sını kapsamaktadır. 2012 yılında Yaşar Grubu'nun imzalamasıyla başlayan WEP'e olan desteğin daha sonraki yıllarda artarak ilerlediği gözlemlenmektedir. 2014 yılından sonra başladığı gözlemlenen büyük artışın sebebi 2014 yılında BM Global Compact Türkiye'nin WEP'i stratejik öncelikleri arasına almış olması olabilir.²³ BM Global Compact Türkiye'nin amacı Türkiye'deki şirketlerin sorumlu kurum vatandaş ve sürdürülebilir kurumlar olmasını sağlamak olarak belirtilmiştir.²⁴ 2014 yılında WEP'i benimsediğini belirten 6 şirketin 5'i (Coca Cola İçecek, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, Çimsa, Garanti Bankası ve Doğu Otomotiv) Global Compact Türkiye üyesi konumundadır. WEP kapsamında yapılan çalışmaların sektörlere göre dağılımı Tablo 3.5'te gösterilmiştir.

Tablo 3.5. WEP kapsamında yapılan çalışmaların sektörlere göre dağılımı

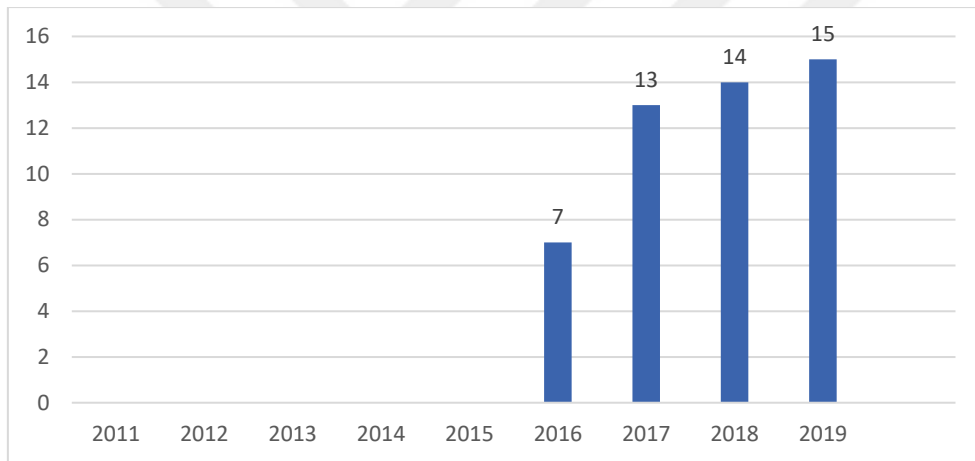
Sektör	Çalışma sayısı
İML	25

²³ https://www.globalcompactturkiye.org/wp-content/uploads/2019/02/WEPs_Rehber.pdf (erişim tarihi: 31.05.2019)

²⁴ <https://www.globalcompactturkiye.org/global-compact-turkiye/> (erişim tarihi: 31.05.2019)

MK	26
EGS	2
ULŞ	2
TOP	1
TEK	1

Tablo 3.5'e bakıldığında İNŞ hariç her sektörün WEP kapsamında çalışma yaptığı görülmektedir. En fazla WEP kapsamında çalışmayı 26 çalışma ile MK sektörü yapmıştır. MK sektörünün ardından da 25 çalışma ile İML sektörü gelmektedir.



Şekil 3.6. Hedef 5'i destekleyen şirketler

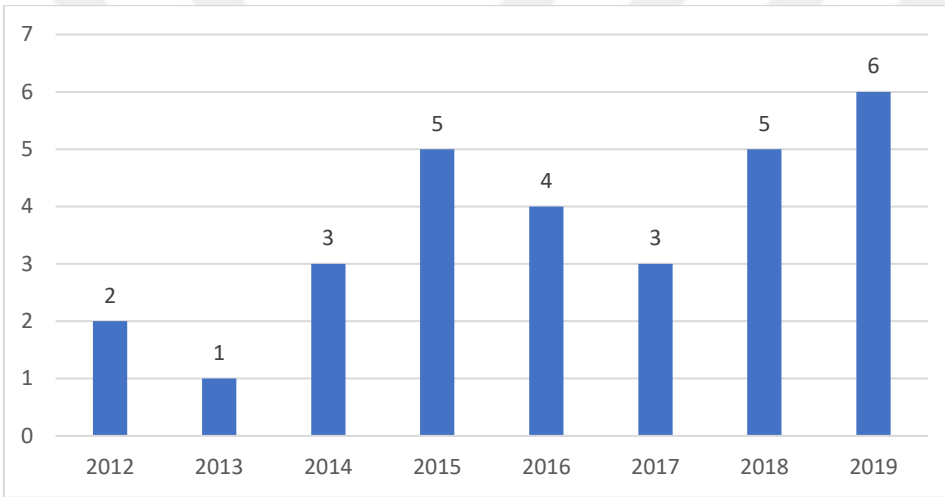
Şekil 3.6'ya bakıldığında Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden (Sustainable Development Goals - SDG) 5.si olan Hedef 5'i destekleyen şirketlerin 2016 yılından itibaren başladığı görülmektedir. Hedef 5'i destekleyen çalışmalar toplam cinsiyet eşitliği çalışmalarının yaklaşık %11,7'sini oluşturmaktadır. SDG Ocak 2016 yılında yürürlüğe girmiştir. Hemen ardından da şirketlerin Hedef 5'i desteklediklerini duyurmaya başladıkları anlaşılmaktadır.²⁵ 2017 yılından itibaren de şirketler bu hedefleri istikrarlı bir şekilde desteklemeye devam etmiştir. Şekilde görüldüğü üzere Hedef 5'i destekleyen şirket sayısının yıllar içinde arttığı gözlemlenmektedir. Tablo 3.6'te Hedef 5'i raporlarında destekleyen şirketlerin sektörlere göre dağılımı verilmiştir.

²⁵ <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html> (erişim tarihi: 31.05.2019)

Tablo 3.6. Hedef 5'i raporlarında destekleyen şirketlerin sektörlere göre dağılımı

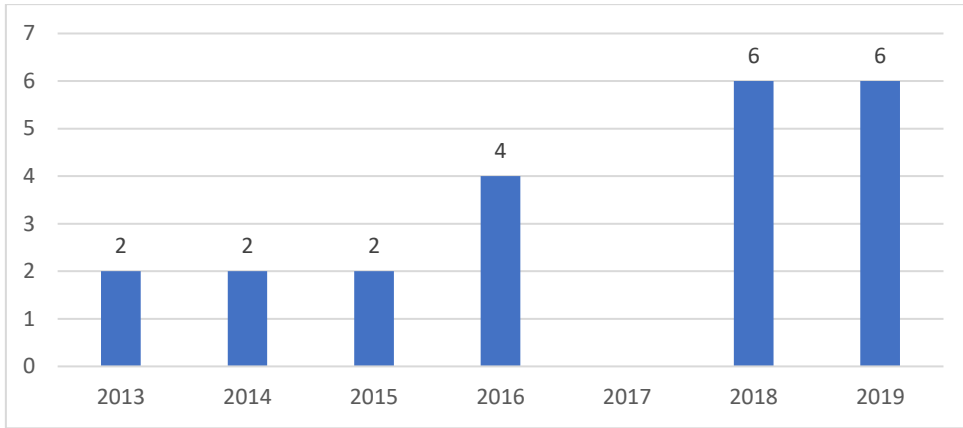
Sektör	Çalışma sayısı
İML	22
MK	20
ULŞ	4

Tablo 3.6'e bakıldığında İML, MK ve ULŞ sektörleri hariç diğer sektörlerin Hedef 5'e önem vermediği gözlemlenmektedir. Toplam 25 farklı şirketin 49 adet raporunda Hedef 5 ile ilgili çalışmaya yer verilmiştir.

**Şekil 3.7. Yıllara göre “hükümet politikalarına destek” geçen raporlar**

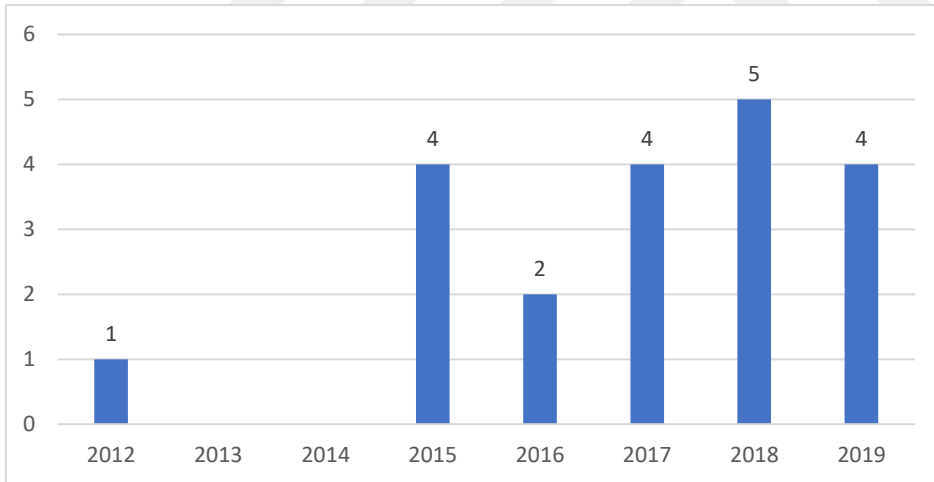
Şekil 3.7'ye bakıldığında hükümet politikalarına destek adına 29 çalışma var gibi görünse de aslında bu çalışmaların 27 tanesi Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın aracılığıyla gerçekleştirilen İş'te Eşitlik Bildirgesi kapsamında yapılan çalışmalardan oluşmaktadır. Bildirgeye göre iş hayatında erkekler lehine olan hâkim durumun, kadınların da iş hayatına giderek daha çok dahil olmaları yönünde değişmesi, karar mekanizmalarında kadınların da etkin hale gelmesi, fırsat ve kaynaklardan eşit yararlanması amacıyla çalışmalar yapılacaktır.²⁶ Şirketler İş'te Eşitlik Bildirgesi kapsamında desteklerine devam etmişlerdir. Ancak bu şirketlerin kendi inisiyatifinden ziyade devletin yönlendirmesi ile gerçekleşmiş izlenimi uyandırmaktadır. Dolayısıyla, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından politika çeşitliliğinin olduğunu söylemek pek mümkün değildir

²⁶ <https://www.sabanci.com.tr/sosyal-sorumluluk/taahhutlerimiz/iste-esitlik-bildirgesi> erişim tarihi: (01.06.2021)



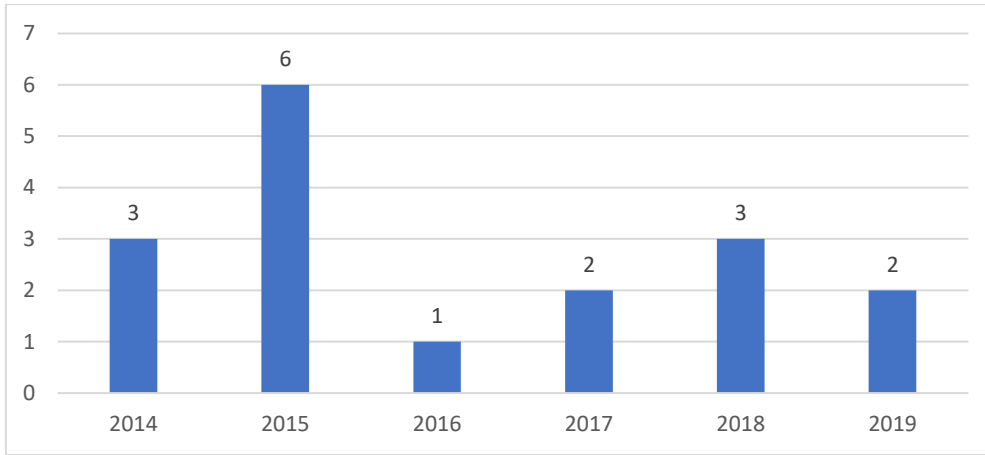
Şekil 3.8. Yıllara göre gerçekleştirilen toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında insan kaynakları politikaları

Şekil 3.8’de görüldüğü üzere şirketler toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında insan kaynakları politikaları yürütmeye ancak 2013 yılında başlamışlar. Şirketlerin çok fazla toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında insan kaynakları politikası yürüttüğünü söylemek yanlış olur. Yapılan insan kaynakları politikası çalışmalarının çok büyük çoğunluğu doğum sonrası işe dönen çalışan sayısının yüksek olması ve ileriye dönük işe alım oranlarında kadınlara karşı pozitif ayrımcılık yapılması yönünde gerçekleşmektedir.



Şekil 3.9. Cinsiyet eşitliğinin toplumsal bir sorun olarak kabul edildiği raporların yıllara göre dağılımı

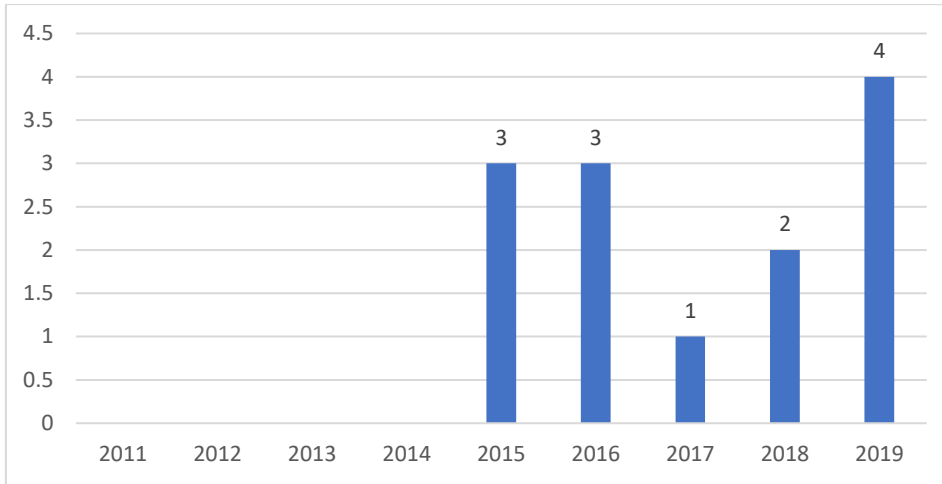
Şekil 3.9’a bakıldığında toplam 20 farklı raporda cinsiyet eşitliği toplumsal bir sorun olarak kabul edilmiştir. 2012’de Doğan Holding ile başlayan bu süreç 2014 yılından sonra daha fazla raporlarda yer etmeye başlamıştır. Yine de sayılar iç açıcı olmaktan çok uzaktır. Şirketler çok sayıda proje yürütüyor gibi görünseler de en temel nokt olan toplumsal cinsiyet eşitliğinin bir sorun olarak tanımlanmasından uzak durdukları görülmektedir. Şirketler doğal çevreye ilişkin sorunları kolayca tanımlarken, hatta insan kaynaklarında kapsayıcılık ilkesinden kolayca bahsederken toplumsal cinsiyet eşitliği görece alt sıralarda yer almıştır.



Şekil 3.10. HeForShe çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmaların yayınlandığı raporlar

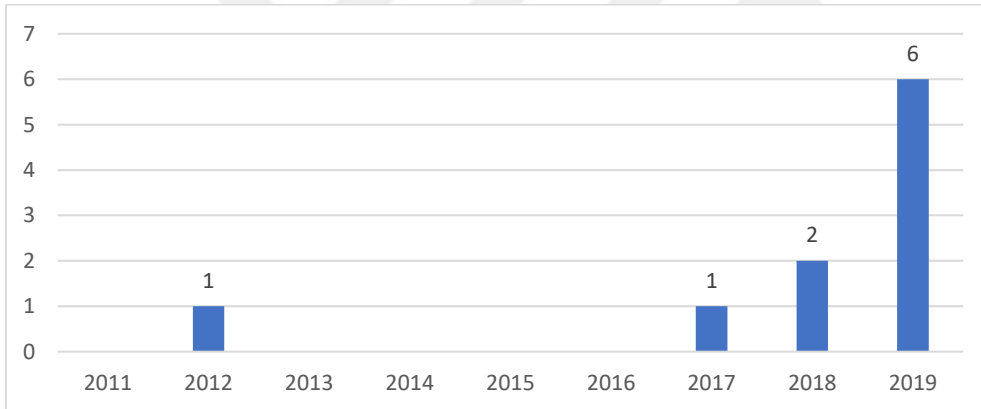
2014 yılında başlayan HeForShe hareketinin, Şekil 3.10'a bakıldığında Türkiye'de de bu çerçevede gerçekleştirilmeye 2014'ten itibaren başladığını gözlemlemekteyiz. 2014 yılında Garanti Bankası ve Koç Holding ile başlayan HeForShe hareketi ülkemizde çok da fazla bir yayılma gösterememiş. Zira Garanti Bankası ve 2018 yılında HeForShe hareketine katılan Netaş hariç gerçekleştirilen bütün HeForShe kapsamındaki çalışmalar Koç Holding'e bağlı şirketler tarafından gerçekleştirilmiştir.

HeForShe, Birleşmiş Milletler tarafından başlatılan toplumsal cinsiyet eşitliğinin ilerletilmesi için bir dayanışma hareketidir. Cinsiyet eşitsizliğinin tüm insanları toplumsal, ekonomik ve siyasal olarak etkileyen bir sorun olduğu fikrinden yola çıkan HeForShe, olumsuz toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına ve davranışlarına karşı harekete geçerek erkekleri ve erkek çocukları eşitliğin sağlanmasına dahil etmeyi amaçlayan küresel bir çabadır. Logosu, hem kadın hem de erkek sembollerinin özelliklerini bir araya getirerek cinsiyet eşitliğini sağlamak için birlikte çalışan kadın ve erkeklerin birliğini temsil eder. BM Genel Sekreteri Ban Ki-moon ve BM Kadın Küresel İyi Niyet Elçisi Emma Watson tarafından 20 Eylül 2014'te Birleşmiş Milletler'de başlatılmasından bu yana, Devlet Başkanları, CEO'lar ve küresel aydınlar dahil olmak üzere dünyanın dört bir yanından milyonlarca erkek toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleme taahhüdünde bulunmuştur. HeForShe hareketi, dünyadaki CEO'ların ve devlet başkanlarının %95'inin erkek olduğuna ve cinsiyet farkını kapatmak için 257 yılın daha gerekli olacağına işaret ederek bu yolda erkek ittifakına ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır. Güç ve ayrıcalığa sahip erkeklerin toplumsal cinsiyet eşitliği için büyük bir oyun değiştirici olabileceğini savunun hareket, insan hikayelerinin yanı sıra ölçeklenebilir, kanıtlanmış çözümlerin ilerleme için bir yol haritası sunacağını ve güçlü erkeklerin toplumsal cinsiyet eşitliği hareketini şekillendirmeye yardımcı olacağını ummaktadır.



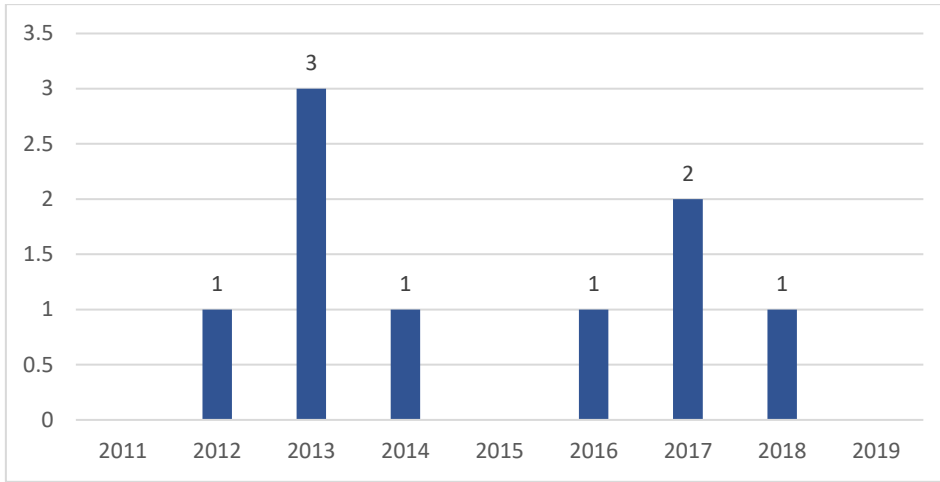
Şekil 3.11. Yıllara göre toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında ödül alan/ veren şirketler

Şirketler raporlarında 2013 2014 yıllarından sonra ciddi şekilde artış göstererek toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları yapmaya başlamışlar. Bu sürecin ardından 2015 yılından itibaren de raporlarda ödül alıp vermenin başladığını görülmektedir.



Şekil 3.12. Çalışma gruplarıyla toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması gerçekleştiren şirketlerin yıllara göre dağılımı

Şekil 3.12’de görüldüğü üzere şirketler; toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında yaptıkları çalışmaları daha planlı, komiteler ya da çalışma grupları aracılığıyla yapmaya 2012’de başlayan Coca Cola istisnası hariç çok geç başlamışlar. Şirketler 2017 yılından sonra artık yavaş yavaş toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında daha planlı ve organize şekilde çalışmaya başlamışlar.

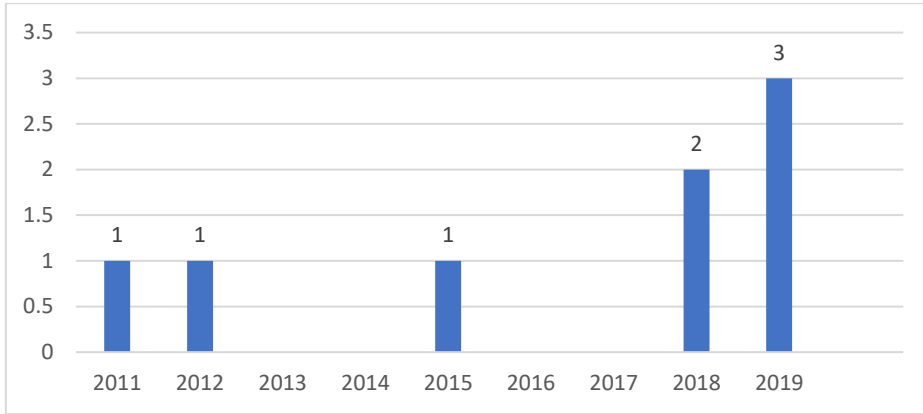


Şekil 3.13. Fırsat Eşitliği Modeli (FEM) sertifikasını alan şirketlerin yıllara göre dağılımı

Şekil 3.13'te görüldüğü üzere yalnızca 9 şirket FEM'e uyarak KAGİDER'in (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) sertifikasını almayı başarmış. Bu şirketler; Akbank, Aksa Akrilik, Coca Cola, Garanti Bankası, FORD, Sabancı Holding, TAV, Turkcell, Türkiye Sınai Bankası'dır.

Irsat Eşitliği Modeli (FEM) kadın istihdamını teşvik etmek için KAGİDER önderliğinde, Dünya Bankası teknik desteği, PricewaterhouseCoopers ve EY işbirliği ile geliştirilmiş bir sertifika programıdır. yeni bir sertifika programı geliştirilmiştir. Bu program ile KAGİDER bir sertifikasyon enstitüsüne dönüşmüştür. Bağımsız bir değerlendirme sürecinden geçtikten sonra Fırsat Eşitliği Sertifikasına hak kazanan kurumlar, yapıları, eylemleri ve istihdam olguları ile toplumsal cinsiyet eşitliğine ve istihdamda kadın güçlenmesine duyarlı olduklarını ulusal ve uluslararası kamuoyu nezdinde tescil ettirmiş olmaktadır. Sabancı Üniversitesi Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Forumu'nun danışmanlık desteği sunduğu program kapsamında pilot çalışma Temmuz 2011'da başlamış ve 12 özel sektör şirketi uygulamaya dahil olmuş, ilk sertifika töreni bir yıl sonra 2012 Eylül ayında gerçekleşmiştir (<https://kagider.org/tr/projeler/firsat-esitligi-modeli-fem>). FEM kapsamında Pricewaterhouse Coopers, EY, Deloitte, ve KPMG Türkiye gibi saygın değerlendirme kuruluşları bağımsız değerlendirme partnerleri olarak çalışmaktadır. FEM'in amacı; işe alım, eğitim, kariyer planlama ve geliştirme gibi süreçlerdeki eşitsizlikleri saptamak ve iş yaşamında cinsiyet ayrımcılığına dayalı yaklaşımlara son vermektir. FEM'in hedefleri iş yaşamında toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik etmek üzere özel sektöre destek olmak; istihdam ve kazançlarda eşitliği destekleyerek Türkiye iş gücünde kadının üretkenliğini artırmak; iş dünyasında fırsat eşitliği prosedürlerini teşvik etmek olarak belirtilmiştir. Bu çerçevede kurumların değerlendirilmesinde yönetimin fırsat eşitliği konusundaki taahhüdü, işe alım ve seçmede fırsat eşitliği uygulamaları, eğitim fırsatlarına erişimde eşitlik sağlanması, performans değerlendirme ve terfide fırsat

eşitliği, kariyer destek uygulamaları, geribildirim ve şikayetlerin izlenmesi, iletişim ve kurumsal reklamlarda toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlılık değerlendirilerek sertifika verilmektedir.

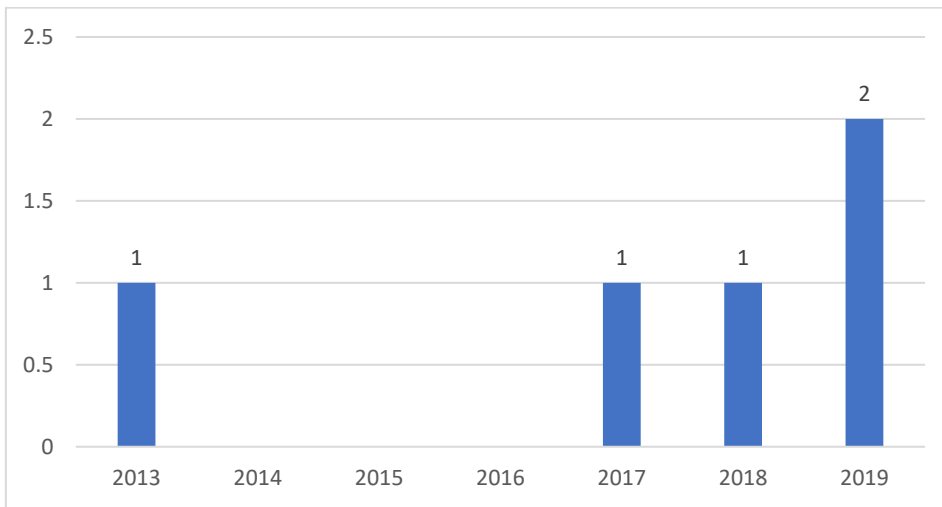


Şekil 3.14. STK vb. kuruluşlara yardımcı olmak/ kurmak.

Şekil 3.14'e bakıldığında 2011 yılında Doğan Holding'in birçok STK, akademisyen, gazeteci-yazar, iş kadını, hukukçu ve sivil toplum temsilcisini bir araya getirip Haklı Kadın Platformu'nu kurmasıyla bu tip kuruluşların kurulması ya da kurulmasına yardımcı olunması raporlarda yer almaya başlamış. Başarılı bir süreç geçiren Haklı Kadın Platformu 2015 yılına kadar raporlarda yer edinmeye devam etmiş ancak daha sonra Doğan Holding'in raporlarında yer almamış. Haklı Kadın Platformu özellikle lobicilik faaliyetleri yaparak ciddi katkılar sağlamış. Araştırmada Haklı Kadın Platformu'nun yaptığı lobicilik faaliyetleri haricinde hiçbir lobicilik faaliyetine rastlanmamıştır. Şekil 3.14'te yer alan diğer çalışmalar ise daha çok STK'lara maddi destek sağlamak ya da STK'ların eğitim vermesini sağlamak gibi unsurlar içermektedir.

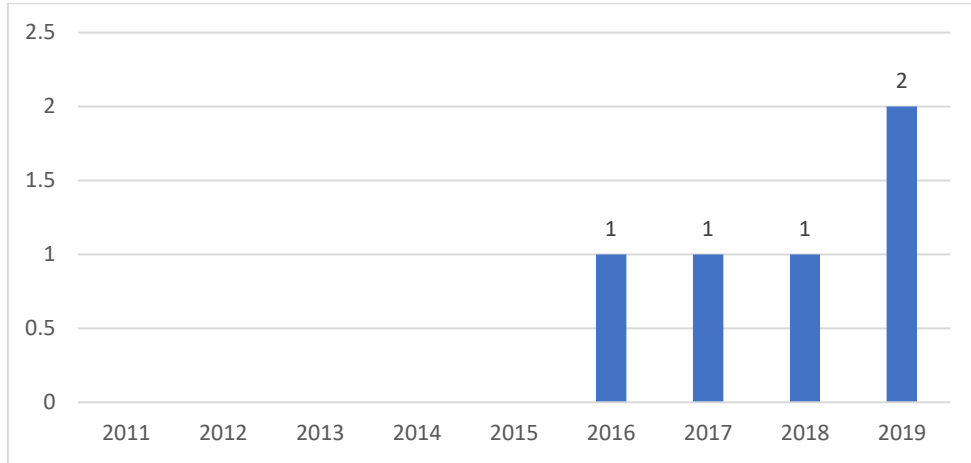
Şirket-STK işbirliklerini açıklayan kaynak bağımlılığı yaklaşımının temel varsayımı, işletmelerin rekabet avantajı sağlayacak kaynaklara ulaşma düzeyinin ile dış çevresine bağımlılık derecesinin ilişkili olduğudur. Şirketler elde ettikleri nadir, ikame edilemeyen, rakiplerince kopyalanamayan değerli kaynaklara sahip olmayı hedefler. İşletmelerin nadir kaynaklara sahip olma düzeyleri arttıkça rekabet avantajları da artar. Şirket-STK ilişkisi açısından ele alındığında şirketlerin STK'lara sağladığı finansal ve lojistik kaynaklar ile STK'ın toplumdaki itibarı veya uzmanlık derecesi, ilişkideki güç ve bağımlılık boyutlarının unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Kaynak bağımlılığı yaklaşımına göre sürdürülebilirliğin çok boyutlu yapısı sürdürülebilirlik faaliyetlerini gerçekleştirmek için işletmelerin birden fazla ortağa ihtiyaçları vardır. Şirketler, özellikle de esas faaliyet alanları dışındaki alanlarda girişecekleri sürdürülebilirlik etkinlikleri için kaynak, beceri ve iletişim ağı gereksinimlerini

STK'lar ile kurdukları ortaklıklarla karşılarlar. Toplumsal refahı artırmaya yönelik faaliyetler gösteren STK'lar, sahip oldukları somut ve soyut kaynaklarla şirketlerin sürdürülebilirlik faaliyetlerinin tasarlanmasında ve uygulanmasında önemli stratejik ortaklar haline gelmişlerdir (Bük, 2019: 1482). Bük (2019), şirketlerin STK'larla etkileşimlerinin her geçen gün artmakta olduğu; sahip oldukları farklı amaç ve kaynaklar çerçevesinde toplumsal ve ekonomik sürdürülebilirlik için ortak projeler ürettiklerini belirtmiştir. Şirketlerin STK'larla girdikleri etkileşim ve geliştirdikleri ortaklıklar, sürdürülebilirlik ile ilgili artan paydaş beklentilerine cevap verme kapasitelerini artırmaktadır. Bu kapasite artışı şirketler için marka bilinirliğinin ve marka itibarının sağlanmasında etkilidir. Buna ek olarak şirketler STK'ların uzmanlıklarından faydalanmak amacı ile STK'lardan danışmanlık almak ve bilgi transfer etmek isteyebilmektedirler. Sektörel dernek veya vakıflara üye olmak, yapılan toplantılara katılmak ve fikir alışverişinde bulunmak, çalışanlarına eğitim vermek için destek almak, çalışan gönüllülüğünü artırmak, kalite veya çevre yönetimi konularında standartlar düzenleyen STK'lardan bilgi almak ve faaliyetlerin sertifikasyonunu sağlamak bu kapsamda düşünülebilecek etkileşimlerdir. STK'lar ve yerel yönetimler arasındaki işbirliği yoluyla kadınların sosyal ve ekonomik statüsünü yükselten projeleri desteklemek, işletmelerde kadınlara karşı pozitif ayrımcılığın uygulanmasını sağlamak, üst yönetim kademelerinde kadın yöneticiler için kotalar belirlemek, kazanç sağlamak için danışmanlık hizmetleri sunmak, farkındalık yaratmak, endüstri 4.0'da şekillenen yeni toplumsal ve ekonomik düzen dikkate alınarak kız çocuklarının eğitiminin desteklenmesi, kariyer tercihlerinde yol gösterilmesi ve kadın girişimciliğinin desteklenmesi de şirket-STK etkileşimleri sonucu ortaya çıkan olumlu gelişmelerdir (Findikli vd., 2021: 223).



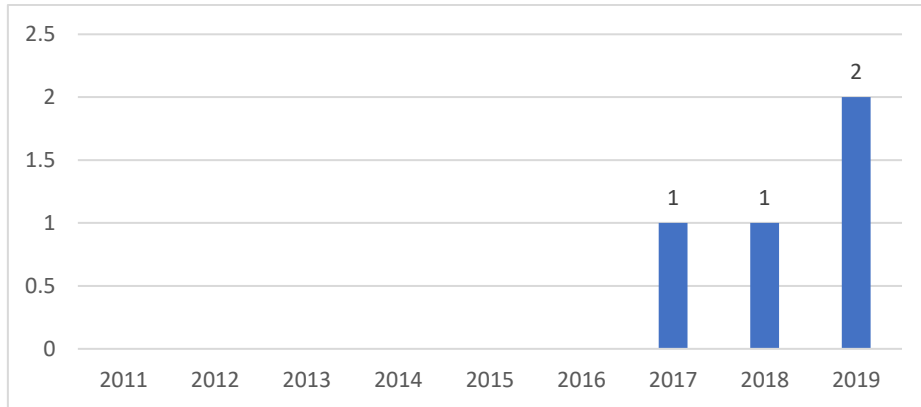
Şekil 3.15. Toplumsal cinsiyet eşitliğine kurumsal ilkeler getirilen raporlar

Şekil 3.15'te görüldüğü gibi toplam 5 farklı raporda toplumsal cinsiyet eşitliğine kurumsal olarak ilke beyanı getirilmiş. Bu raporlarda şirketler herhangi büyük kapsamlı bir projenin etkisi altında olmadan, kurumsal olarak belirledikleri ilkelere uyacaklarını taahhüt etmektedirler.



Şekil 3.16. Bloomberg Gender Equality Index'ine girilen yıllar

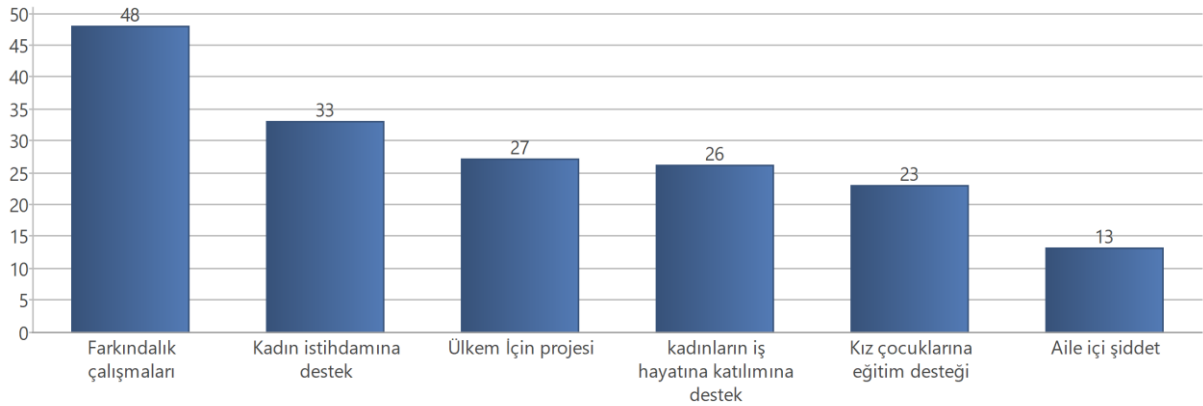
Şekil 3.16'da Bloomberg Gender Equality Index'ine 5 kere girildiği görülmektedir. Garanti Bankası 2016 yılından 2019 yılına kadar istikrarlı bir şekilde girmeyi başarmıştır. Daha sonra da son olarak 2019 yılında Vakıfbank Bloomberg Gender Equality Index'ine girmeyi başarmış. Böylece Türkiye'de Bloomberg Gender Equality Index'ine şimdiye kadar yalnızca 2 şirket girebilmiştir.



Şekil 3.17. Toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde sponsorluk hareketleri yapan şirketler

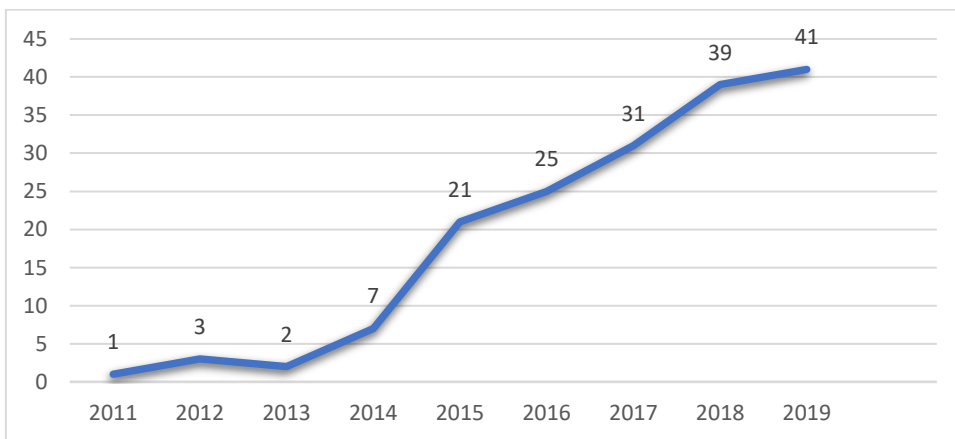
Türkiye'de SRE ve KYE'ye giren şirketlerin çok az toplumsal cinsiyet eşitliği yararına sponsorluk çalışması yaptığı görülmektedir. Raporlarda yer alan toplam 4 sponsorluk çalışmasının 3 tanesini Garanti Bankası'nın uzun yıllardır yürüttüğü A Milli Kadın Basketbol takımı ile Tekerlekli Sandalye Basketbol Kadın Milli Takımı'na sağladığı sponsorluk çalışması

oluşturuyor. Kalan 1 sponsorluk çalışmasını da Genç Kadın Kariyer gününe sponsorluk yapan Logo gerçekleştirmiştir.



Şekil 3.18. Toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik yapılan projelerin dağılımı

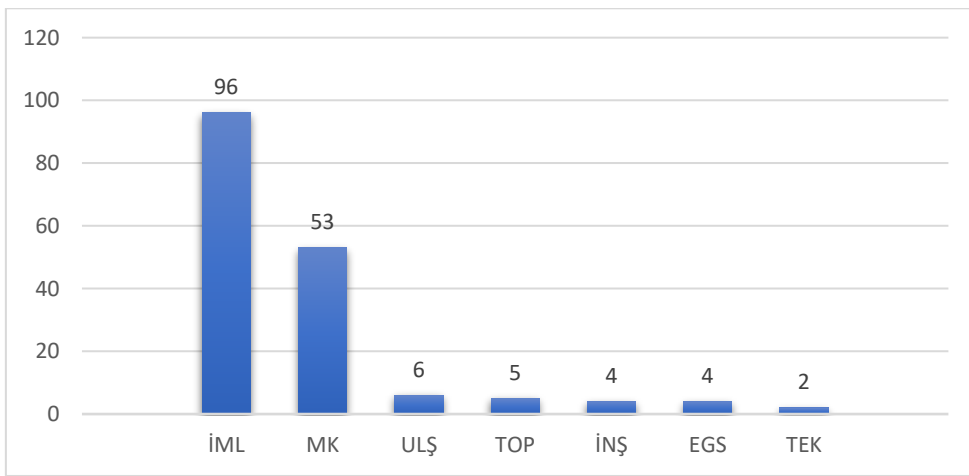
Şekil 3.18'e göre Türkiye'de raporlanan toplumsal cinsiyet eşitliği projelerinin dağılımına bakıldığında en fazla farkındalık çalışmalarıyla ilgili projeler yapıldığı gözlemlenmektedir. Bu farkındalık çalışmalarının da 40 tanesini şirket paydaşlarına toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimi verme projeleri oluşturmaktadır. Eğitim vasıtasıyla gerçekleştirilen farkındalık çalışmalarının yanı sıra; hayırseverlik yapmak, koşu düzenlemek, bağış toplamak gibi çeşitli projeler de gerçekleştirilmiştir. Farkındalık çalışmalarını da kadın istihdamına destek projeleri takip etmektedir. Kadın istihdamına destek projelerinin yarısından fazlasını (17) MK aracılığıyla kadınlara kredi sağlama projeleri oluşturmaktadır. Projelerin tamamının yıllara göre dağılımı Şekil 3.19'da gösterilmiştir.



Şekil 3.19. Toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik yapılan projelerin yıllara göre artış grafiği

Şekil 3.19'a bakıldığında yapılan projeler 2011 yılında Coca Cola İçecek tarafından başlamış. Ancak yapılan çalışma Coca Cola İçecek'in yurt dışı bağlantılı olarak gerçekleştirdiği bir çalışmadır. Türkiye'de daha toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları raporlanmaya başlamadan, yurt dışı kaynaklı bir proje ile toplumsal cinsiyet eşitliği projeleri Türkiye'deki

raporlamaya dahil olmuştur. Bu yıldan sonra yapılan projelerin yıllara göre artış gösterdiği gözlemlenmektedir. 2014 yılından 2015 yılına geçilen dönemle çok büyük bir artış gözlemlenmekte. 2015 yılında yaşanan bu büyük değişimin arkasında Koç Holding'in başlattığı Ülkem İçin Projesi yatmaktadır. Analizden çıkan sonuca göre 2015 yılında gerçekleştirilen 21 projenin 10 tanesi Ülkem İçin projesi kapsamında gerçekleşmiş. Ülkem İçin projesinin amacı Türkiye'deki bireylerin dirençli ve dayanıklı, ekonomilerin ise kapsayıcı ve sürdürülebilir olmasını hedeflemektedir.²⁷ Devam eden yıllarda da yine aynı proje kapsamında çalışmalar yapılmış. Toplamda da toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması yapan 45 şirketin 32 tanesinin yapılan projelerde katkısı bulunmaktadır.

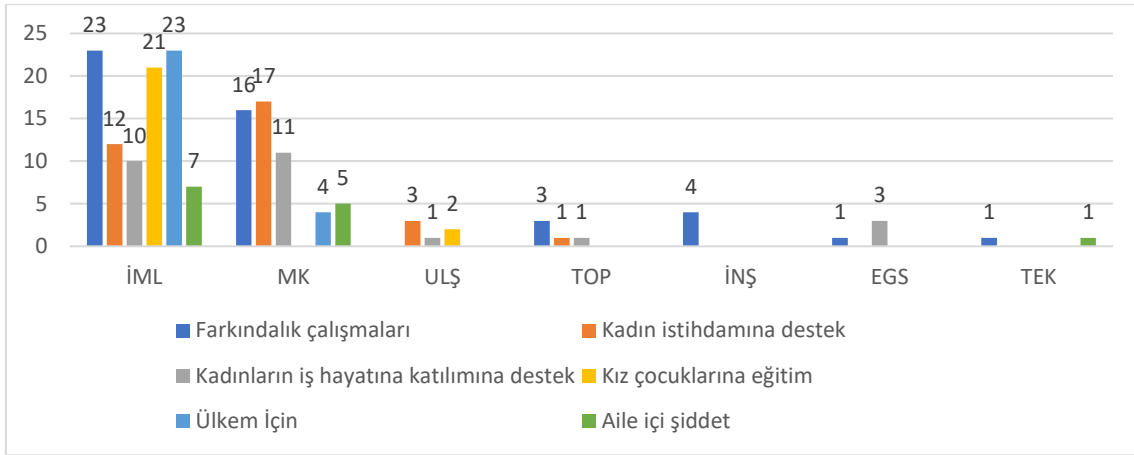


Şekil 3.20. Yapılan projelerin sektörlere göre dağılımı

Şekil 3.20'de yapılan projelerin sektörlere göre dağılımına baktığımızda toplam cinsiyet eşitliği çalışmalarının dağılımında ve rapor sayılarında olduğu gibi burada da çok büyük çoğunlukla İML sektörünün aktif olduğu görülmektedir. İML sektörünü MK sektörü takip etmektedir. İML sektörünün yaptığı projeler toplam projelerin yaklaşık %56'sını oluştururken MK sektörü ise bu projelerin yaklaşık %31'ini oluşturmaktadır. İML ve MK sektörlerinin hem yayınladıkları rapor sayılarının fazla olduğu hem de içerik bakımından daha fazla toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması ve projeleri yaptığı gözlemlenmektedir.

Şekil 3.21'de sektörlerin yaptıkları projelerin yıllara göre dağılımı verilmiştir. Şekil 3.21'de ayrıca hangi sektörün hangi projelere yöneldiği gösterilmiştir.

²⁷ <https://www.ulkemicin.com.tr/Yaklasimimiz> (erişim tarihi: 01.06.2021).



Şekil 3.21. Yapılan projelerin sektörel dağılımı

Şekil 3.21'deki projelerin dağılımına bakıldığında İML sektörünün farkındalık çalışmaları, Ülkem İçin ve kız çocuklarına eğitim projelerini neredeyse eşit olarak yaptığı gözlemlenmektedir. MK sektörünün de daha çok kadın istihdamına destek projeleri ve farkındalık çalışmaları yaptıkları görülmektedir. Buna göre şirketlerin 8 yıllık raporlama dönemlerinde çoğunlukla paydaşlarına toplumsal cinsiyet eşitliğinin ne olduğunu anlatmak ve farkındalık yaratmakla ilgilendiği söylenebilir. Yapılan toplam 40 farkındalık çalışmasının 26 tanesi yalnızca şirket içi paydaşlara verilen toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimleri olarak ortaya çıkmaktadır.

Bunun yanı sıra İML sektöründe ağır basan Koç Grubu'nun yaptığı Ülkem İçin projesi kapsamında gerçekleşen projeler ve MK sektörünün bünyesinde barındırdığı birçok banka tarafından karşılanan, kadınlara yönelik ihtiyaç kredileri de farkındalık çalışmalarının ardından toplumsal cinsiyet eşitliği projelerinde ağırlığı oluşturmaktadır.

Öte yandan dikkat çeken bir diğer unsur da Feminizm co-opted (2.4) başlığı altında daha önce incelenen, kadınların iş hayatları dışındaki yaşadıkları toplumsal cinsiyet eşitsizliği problemlerine çok az yer verilmiş olmasıdır. Şekil 20'ye göre aile içi şiddet ve kadınların iş hayatına katılımına destek gibi iş dışı unsurları da ciddi bir şekilde barındıran, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yapısal sorunlarının çözülmesine yardımcı olması beklenen projelerin şirketlerin öncelikleri arasında yer almadığı gözlemlenmektedir.

Tablo 3.7'da Toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında yapılan projelerde iş birliği yapılan paydaşlar listelenmiştir.

Tablo 3.7. Toplumsal cinsiyet eşitliği projelerinde iş birliği yapılan paydaşlar

Paydaşlar	Çalışma sayısı
Türk Eğitim Vakfı (TEV)	8
Anne Çocuk Eğitim Vakfı (AÇEV)	7
Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı (TAP Vakfı)	4

Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı	4
Aydın Doğan Vakfı	3
Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu (TKDF)	3
Yanımdayız Derneği	2
Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi (KASAUM)	2
Haklı Kadın Platformu	2
Toplum Gönüllüleri Vakfı	1
Uçan Süpürge Kadın İletişim ve Araştırma Derneği	1
Karabuğday Yetiştiricileri ve Sağlıklı Yaşam Derneği (KARSADER)	1
Ankara Üniversitesi Kalkınma Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (AKÇAM)	1
Türkiye İsrafi Önleme Vakfı	1
Limak Vakfı	1
KAGİDER	1
Sabancı Vakfı	1
Sen de Gel Derneği	1

Tablo 3.7'ye bakıldığında yapılan toplumsal cinsiyet eşitliği projeleri yapılırken çoğunlukla vakıf ve derneklerle iş birliğine gidilmiş. En fazla iş birliği yapılan Türk Eğitim Vakfı (TEV) ile yapılmış. 15 yıllık süreyle incelenen raporlarda yapılan 170 cinsiyet eşitliği projesinde yalnızca 18 farklı kuruluşla, 44 defa vakıf veya dernek gibi kuruluşlarla iş birliği yapılmış. İş birliği yapılan 18 kuruluşun web sitelerinde, kendilerine atfettikleri misyonları incelendiğinde; yalnızca 8 tanesinin uzmanlık alanının toplumsal cinsiyet eşitliği ya da toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamaya fayda sağlayacak şekilde tanımlandığı gözlemlenmiştir. Ayrıca iş birliği yapılan 18 kuruluşun 6 tanesi bir şirkete bağlı vakıf olarak çalışmalarını sürdürüyor. KSS yapılırken getirilen eleştirilerden bir tanesinin de şirketlerin yaptıkları projelerin onlara sağladıkları maddi getirilerdir. Tablo 3.7 incelendiğinde şirketlerin iş birliğine gittiği paydaşların çok azının KSS'nin amaçlarına uyduğunu söyleyebiliriz.

SONUÇ

Günümüzde artık şirketlerin yalnızca verdikleri hizmetler ya da sağladıkları ürünler aracılığıyla sağlıklı ve kârlı bir şekilde yönetilmeleri gittikçe zorlaşmaktadır. Toplum artık şirketlerin kurumsal birer vatandaş olmalarını ve bu doğrultuda belli başlı sorumluluklarını yerine getirmesini beklemektedir. Şirketler kurumsal sosyal sorumluluk aracılığıyla toplumun refah seviyesini artırmalı, onlardan aldıklarını adil bir biçimde geri vermeye çalışmalıdır. Bu doğrultuda şirketler yaptıkları KSS çalışmalarını yayınladıkları sürdürülebilirlik raporları, faaliyet raporları ya da entegre faaliyet raporları aracılığıyla bütün paydaşlarına iletmelidir. Bu raporlar şirketlerin yalnızca organizasyon faaliyetlerini yayınladıkları birer rapor olmaktan ziyade şirketlerin paydaşlarıyla arasındaki iletişim aracı olarak kullanılmaktadır.

Şirketler özellikle neoliberalizm etkisiyle küresel anlamda çok büyük güç elde ettiler. Bu güç şirketleri çok ciddi birer politika aktörleri haline getirdi. Bu gücün getirdiği büyümeyle şirketler dünyadaki devletlerle yarışır hale gelmekle kalmayıp, bazı büyük şirketler devletlerden çok daha güçlü hale geldiler. Devletler, tarihsel olarak bilindiği üzere vatandaşlarının refah seviyesini artırma yükümlülüğü olan oluşumlardır. Şirketlerin de devletlerle yarışan bu güçleri toplumun şirketlere karşı beklentilerini artırmıştır ve bu beklentilere toplumun istekleri doğrultusunda karşılık verebilen şirketler ciddi avantajlar elde etmeye başlamıştır.

Yürütülen KSS çalışmaları; şirketlerin finansal performanslarını artırmaya, yaptıkları çalışmalar doğrultusunda vergi muafiyetine, nitelikli iş gücünü sağlamaya, müşteri memnuniyetini artırmaya ve dolayısıyla da toplumun gözünde iyi bir imaj sağlamasına yol açmaktadır. KSS çalışmalarını yaparken toplumun beklentilerini karşılayabilen şirketler, rakiplerine karşı büyük avantajlar elde etmiştir. Bu nedenle KSS çalışmaları, yalnızca şirketlerin toplum adına yaptıkları çalışmalar olmanın yanı sıra kendi organizasyonları için de çok fazla katkı sağlayan bir işe dönüşmüştür.

Elde ettikleri bu güçle doğru orantılı bir şekilde artan kurumsal sorumluluklar, şirketleri özellikle kendi yarattıkları sorunlarla ilgilenmek durumunda bıraktı. Bu yaratılan sorunlar şirketlerin yaptıkları işe ya da sektörlerine göre farklılık gösterebilmektedir. Örneğin; İML sektörünün çevreye çok büyük zararlar verdiği düşünüldüğünde, çevreye karşı KSS çalışmaları yapmaları beklenmektedir. İML sektörü daha geniş bir sosyal katılım gerektirdiği için sosyal sorumluluk İML şirketlerinin etik ve ahlaki sorumluluklarıdır (Handayani, vd., 2017: 153). MK sektörleri çoğunlukla para yönetiminde bulunduğu için halk parasının nelere yatırıldığını bilmek ister ve bu doğrultuda yapılan hayır işleri toplum tarafından olumlu karşılanır. Bu

durumda şirketler ve sektörler yarattıkları bu gözle görülür sorunların yanı sıra, yarattıkları toplumsal cinsiyet eşitsizliği sorunlarına da katkı sağlaması gerekmektedir.

Şirketler kâr odaklı kurumlar oldukları için özellikle işe alım sürecinde direkt olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliğine yol açan davranışlar sergilemektedirler. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yapısal sorunlarından kaynaklanan ailevi görevlendirmeler, kadınları işveren gözünde iyi birer çalışan yapmaktan çok uzaktadır. Buna göre kadınlardan beklenen çocuk bakımı, yaşlı bakımı, eş bakımı, ev işleri ya da hamile kalması gibi durumlar kadınların çalışması engel teşkil etmektedir. Kadına atfedilen bu çekirdek aile rolleri dolayısıyla şirketler çok daha fazla erkek çalışan çalıştırmakta ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğine katkı sağlamaktadır. Bu nedenle şirketler hem kendi yarattıkları bu toplumsal cinsiyet eşitsizliğini engellemeli hem de bu eşitsizliğin diğer yapısal sorunlarının çözülmesi için katkı sağlamalıdır.

Bu çalışma, Türkiye’de çok fazla önem verilmediği düşünülen toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin çözümü için şirketlerin neler yaptığını sürdürülebilirlik raporları vasıtasıyla incelemiştir. Çalışmada, KAP endeksleri olan sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim endeksinde yer alan BIST şirketlerinin 15 yıl boyunca yayınladıkları raporlar geriye dönük bir şekilde toplanmış ve daha sonra da içerik analizi yöntemiyle incelemeye alınmıştır. İncelenen verilerden elde edilen sonuçlara göre şirketler, 2004 yılından itibaren artarak gidecek şekilde sürdürülebilirlik içerikli raporlar yayınlamaktadırlar. Çalışmanın örneklemini 2004 yılından 2019 yılına gelene kadarki süreçte yayınlanan 442 rapor oluşturmuştur. İncelenen raporlardaki toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında gerçekleştirilen KSS çalışmaları, in vivo yöntemi ile kodlanarak açıklayıcı ve anlamlı sonuçlara ulaşılması amaçlanmıştır.

İncelemeden elde edilen bulgulara göre; toplumsal cinsiyet eşitliğinin, sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde değerlendirilerek raporlarda yer alması Coca Cola ve Doğan Holding ile 2011 yılında başlamıştır. Yayınlanan raporlarda gerçekleştirilen çalışmalar büyük çoğunlukla yıllar geçtikçe artmaya devam etmiştir. Gerçekleştirilen toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarının çok büyük bir çoğunluğunu, şirketlerin gerçekleştirdikleri toplumsal cinsiyet eşitliği projeleri oluşturmuştur. Bu projeleri çoğunlukla; şirket içi farkındalık eğitimleri, kadın istihdamına destek ve Koç Holding’e bağlı şirketlerin yaptığı Ülkem İçin projesi kapsamında gerçekleştirilmiştir. Buradan çıkan sonuca göre; şirketlerin daha çok çalışma dünyasına yönelik olan toplumsal cinsiyet eşitliği projelerine yoğunlaştığı ortaya çıkmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliğine yol açan, toplumun yapısal sorunlarıyla ilgili gerçekleştirilen çalışmalar; şirket içi çalışmaların gölgesinde kalmıştır.

KSS çalışmalarının doğru kişilere, doğru şekillerde ulaşabilmesi için şirketlerin konunun uzmanı olan STK’larla iş birliği yapması gerekmektedir. Raporlarda şirketlerin

projelerini yaparken hangi STK'larla iş birliği yaptığı incelenmiştir. Çıkan sonuca göre şirketlerin çok az sayıda STK ile iş birliğine gittiği görülmüştür. Projelerin de büyük çoğunluğunda şirketlerin kendilerine bağlı vakıf kuruluşlarıyla ya da toplumsal cinsiyet eşitliği uzmanı olmayan STK'larla iş birliği yaptığı gözlemlenmiştir. Bu konu özelinde, KSS yapılırken getirilen eleştirilerden bir tanesinin de şirketlerin yaptıkları projelerin onlara sağladıkları maddi getirilerdir. Varadajaran ve Menon'a (1988) göre şirketler hayırseverlik adı altında yaptıkları KSS çalışmalarından aldıkları vergi indirimlerinden dolayı eleştirilmektedir. Ayrıca STK'larla iş birliği yapılırken konu hakkında uzman STK'lardan yardım alınmalıdır. Schwab ve Sutherland'e (2002) göre şirketler STK'lar ile iş birliği yaparken halkın çözülebilir sorunlarına doğru bir şekilde ulaşmalıdır.

Raporlarda yer alan toplumsal cinsiyet eşitliği projelerinin ardından, çalışmaların büyük çoğunluğunu Birleşmiş Milletler' in sürdürülebilir bir yaşam için şirketlere önerdiği uluslararası toplumsal cinsiyet eşitliği programlarına destek ve bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmalar oluşturmuş. Bu çalışmalar; WEP, SDG ve HeforShe kapsamında gerçekleştirilmiştir. Buradan çıkan sonuca göre, şirketler çoğunlukla uluslararası kuruluşların sunduğu rehberler dahilinde toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarını gerçekleştirmişler.

Rapor yayınlayan sektörler arasından çok büyük farklar olduğu gözlemlenmektedir. 152 raporun yaklaşık %55'i İML sektörü şirketleri tarafından yayınlanmıştır. MK sektörü ise raporların yaklaşık %29'unu oluşturmaktadır.

Sektörlerin yayınladıkları raporlarda bu denli farklılıklar olması, sektörlerinin doğası gereği gerçekleşmekte olabilir. KSS raporları şirketlerin toplum içerisinde rollerinin olduğunun fark edilmesi ve paydaşların farkındalıklarının zaman içerisinde artması ile ortaya çıkmıştır. Bu sorumluluklar karbon salınımından, insan ve işçi haklarına kadar çok büyük bir yelpazede değerlendirilebilir (Doane, 2004). Dolayısıyla, İML sektörü direkt olarak son müşteri ile yakınlık gösterdiği için (Adams vd., 1998: 7) paydaşları tarafından olumsuz karşılanacak herhangi bir durumdan en fazla etkilenecek sektör olarak değerlendirilebilir. Bir şirket paydaşlarıyla bağına güçlendirmek, ekonomik ve itibar kazancı sağlayabilmek için paydaşlarıyla sosyal ilişkilerini iyi tutmaya çalışmalıdır (Handayani vd., 2017: 153). Tschopp'a (2005: 56) göre İML sektöründeki şirketler kendilerine karşı oluşan ve oluşabilecek eleştirilere karşı sosyal sorumluluk raporları yayınlarlar. Pryce da sosyal sorumluluk raporlarının bu denli artışa geçmesinin sebebinin; müşteri baskısı, sosyal sorumlu yatırım trendi ve çalışanların beklentilerinin artmasıyla açıklamıştır (Pryce, 2002: 1).

MK sektörü ise en çok rapor yayınlayan olmasa da diğer sektörlerle göre bir hayli fazla rapor yayınladığı görülmektedir. MK sektöründeki raporlardaki artışın sebebi halkın paranın

nereye harcadığını bilmek istemesi olabilir (KPMG, 2005: 28). Ayrıca daha önceleri çoğunlukla İML sektörünün üstünde olan toplumsal baskı MK sektörünün ve diğer sektörlerin de üzerinde hissedilmeye başlanmış ve MK sektörü de çoğunlukla sosyal problemler ve hayırseverlik çalışmalarıyla gündeme gelmeye başlamışlar (Tagesson vd., 2009). Bu nedenle İML ve MK sektörünün diğer sektörlerle oranla bu denli farklılık göstermesinin sebebi diğer sektörlerle oranla hesap verilebilirliğinin daha fazla olmasından kaynaklanıyor olabilir.

Genel olarak bakıldığında toplumsal cinsiyet eşitliği içerikli raporların BIST şirketlerinin gündemine son 8 yılda girdiğini görüyoruz. Her ne kadar yıllar içerisinde toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında yayınlanan raporlar artmaya devam etse de yapılan çalışmaların çeşitliliğinin ve kapsamının dar olduğu söylenebilir. Raporlar çoğunlukla toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin iş dünyasındaki yansımalarını ele almıştır. Toplumun yapısal sorunlarıyla ilgili konulara çok fazla değinilmemiştir. Çok büyük sektörel farklılıklar saptanmıştır. Yaptıkları daha kapsamlı projelerdeki iş birliklerinde de birlikte çalışılan STK'ların toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki uzmanlıkları yetersiz kalmıştır.

Sonuç olarak toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları; çoğunluğu aynı sektörde olan, sınırlı sayıdaki birkaç şirketin, belirli başlı projeler ve uluslararası çalışmalar etrafında gerçekleştirdiği çalışmalardır. İş dünyasında küresel anlamda çok büyük öneme sahip olan sürdürülebilirlik, günümüzde yaşayan insanların ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarının nasıl karşılanabileceğiyle ilgili yol gösterici niteliktedir. Toplumsal cinsiyet eşitliği de sürdürülebilirliğin en önemli unsurlarından bir tanesidir. Şirketlerin hem iş dünyasındaki sorunların önüne geçilmesini sağlamak hem de toplumun yapısal sorunlarıyla ilgili çözümler sunması gerekmektedir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen raporlar şimdilik yetersiz olsa da toplumun sorunlarını dikkate alan şirketlerin kurumsal vatandaşlık konusunda büyük adımlar atacağı ve rakiplerine karşı avantaj sağlayacağı aşikardır.

Bu çalışmadan çıkarılan bulgulara göre yapılan çoğu toplumsal cinsiyet eşitliği çalışması Birleşmiş Milletler'in yayınladıkları raporlar ve el kitapları doğrultusunda gerçekleştirilmektedir. BM'nin yanı sıra şirketlerin Ülkem İçin Projesi gibi kendi bünyelerinde barındırdığı diğer şirketlerle ortaklaşa yürüttükleri çalışmalar da toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında büyük yer edinmektedir. Bu konu özelinde yapılacak olan ileriki çalışmalarda; toplumsal cinsiyet eşitliği ve BM arasındaki ilişki, şirketlerin kendine bağlı diğer şirketlerle yürüttüğü toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları ya da toplumsal cinsiyet eşitliği yararına şirketlerin gerçekleştirdiği insan kaynakları politikaları daha detaylı şekilde incelenebilir.

Sürdürülebilirlik raporlarının cinsiyet eşitliği açısından incelenmesi kapsamında bundan sonraki çalışmalarda şirketlerin gerçekleştirdikleri toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarının uluslararası kuruluşlarla ne kadar bağdaştığı ya da uluslararası kuruluşların yönlendirmelerinden başka neler yaptığı daha derinlemesine incelenebilir. Şirketlerin insan kaynakları departmanları özelinde; doğum izni, kreş, doğumdan sonra işe dönme yüzdesi gibi başlıklar detaylı incelenerek değerlendirmelerde bulunulabilir. Bunun yanı sıra, çoğunlukla İML ve MK sektörlerinde gerçekleştiği gözlemlenen toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları daha derinlemesine bu sektörlerin özelinde incelenebilir.



KAYNAKÇA

- Adams, C. A., Coutts, A., & Harte, G. (1995). "Corporate equal opportunities (non-) disclosure". *The British Accounting Review*, 27(2): 87-108.
- Adams, C. A., Hill, W. Y., & Roberts, C. B. (1998). "Corporate social reporting practices in Western Europe: legitimating corporate behaviour?". *The British accounting review*, 30(1): 1-21.
- Ambreen, M., & Mohyuddin, A. (2012). "Cultural Factors Influencing Gender Literacy Level". *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 1(4): 109-115.
- Anderson, K. L. (1997). "Gender, status, and domestic violence: An integration of feminist and family violence approaches". *Journal of Marriage and the Family*, 655-669.
- Arenas, D., Lozano, J. M., & Albareda, L. (2009). "The role of NGOs in CSR: Mutual perceptions among stakeholders". *Journal of business ethics*, 88(1): 175-197.
- Asa Briggs (1961). "The Welfare State in Historical Perspective". *European Journal of Sociology*, 2: 221-258
- Aytekin, S., & Erol, A. F. (2018). Finansal Performans Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansının Temel Belirleyicisi Midir? BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde ARAS Yöntemi ile Bir Uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 869-886.
- Barr, N. (1998). *The economics of the welfare state*. California: Stanford University Press
- Barrientos, S., Dolan, C., & Tallontire, A. (2003). "A gendered value chain approach to codes of conduct in African horticulture". *World development*, 31(9): 1511-1526.
- Bexell, M. (2012). "Global governance, gains and gender: UN–business partnerships for women's empowerment." *International Feminist Journal of Politics*, 14(3): 389-407.
- Blindheim, B. T., & Langhelle, O. (2010). "A reinterpretation of the principles of CSR: A pragmatic approach". *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17(2): 107-117.
- Blyth, M. (2002). *Great Transformations: Economic Ideas and Institutional Change in the Twentieth Century*. Cambridge University Press, New York.
- Boulstridge, E., & Carrigan, M. (2000). "Do consumers really care about corporate responsibility? Highlighting the attitude—behaviour gap". *Journal of communication management*, 4(4): 355-368
- Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman (2nd Edition)*. University of Iowa Press, Iowa City.

- Burrell Barbara, C. (1994). "A Woman's Place is in the House: Campaigning for Congress in the Feminist Era". *University of Michigan Pressi, Ann Arbor*:
- Bük, T. B. (2019). Kurumsal Sürdürülebilirlik Yaklaşımı Çerçevesinde İşletme-Sivil Toplum Kuruluşları Etkileşimleri: Sebep ve Sonuçlar. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(4), 1480-1509.
- Carroll, A. B.: 1998, "The Four Faces of CorporateCitizenship". *Business and Society Review*, 100(1): 1–7.
- Carroll, A. B.: (1979). "A Three Dimensional Model of Corporate Social Performance". *Academy of Management Review*, 4: 497–505.
- Carroll, A. B.: (1999). 'Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct'. *Business & Society*, 38(3): 268–295.
- Carroll, A. B. (2015). "Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44(2): 87–96.
- Charnovitz, S. (1997). "Two centuries of participation: NGOs and international governance". *Michigan Journal of International Law*, 18(2): 183-286
- Corbin, J.M. (2003). "In vivo coding". M.S., Lewis-Beck, A.E., Bryman ve T.F., Liao (Eds.). *Social Science Research Methods*. Sage Publications, London, 528-29
- Crowther, D. and Ortiz Martinez, E. (2006) "The abdication of responsibility: corporate social responsibility, public administration and the globalising agenda". In: D. Crowther and K. T. Caliyurt, (Eds.). *Globalisation and social responsibility*. Cambridge Scholars Press, Cambridge, 253-276.
- Dağlı, H., Ayaydın, H., & Eyüboğlu, K. (2010). Kurumsal yönetim endeksi performans değerlendirmesi: Türkiye örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (48), 18-31.
- Dentchev, N. A., van Balen, M., & Haezendonck, E. (2015). "On voluntarism and the role of governments in CSR: Towards a contingency approach". *Business Ethics: A European Review*, 24(4): 378-397.
- Dirk Matten; Andrew Crane, Wendy Chapple (2003)." Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship". *Journal of Business Ethics*, 45(1-2): 109–120.
- Dolan, C., & Scott, L. (2009). "Lipstick evangelism: Avon trading circles and gender empowerment in South Africa". *Gender & Development*, 17(2): 203-218.
- Doane, D. (2005). "Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets". *Futures*, 37(2-3): 215-229.

- Eagleton-Pierce, M. (2016). "Historicizing the neoliberal spirit of capitalism". Springer, S., Birch, K. ve MacLeavy, J. (Eds.). *The handbook of neoliberalism*. 17-25. Routledge, New York
- Eagly, A. H., & Johnson, B. T. (1990). "Gender and leadership style: A meta-analysis". *Psychological bulletin*, 108(2): 233-256
- Fatt, J. P. T., Wei, M., Yuen, S., & Suan, W. (2000). "Enhancing corporate image in organisations". *Management Research News*, 23(5/6): 28-54
- Fındıklı, M. A., Erdur, D. A., & Ustabaş, A. (2021). Gender Inequality in Businesses: Woman Managers and Resilient Gender Norms. In *Feminist Framing of Europeanisation* (pp. 205-227). Palgrave Macmillan, Cham.
- Franzosi, R. (2003). "Content Analysis". M.S., Lewis-Beck, A.E., Bryman ve T.F., Liao (Eds.). *Social Science Research Methods*. Sage Publications, London, 186-189
- Freeman, R. E.: (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston.
- Friedman, M. 1970. "The social responsibility of business is to increase its profits". *New York Times Magazine*, 13.
- Gamble, A. (2007). "Neoliberalism". Ritzer, G. (Ed.). *The blackwell encyclopedia of sociology*. Blackwell Publishing, Oxford, 3175-3178.
- Goebel A. 2003." Womenand sustainability: What kind of theory do we need?" *Can. Woman Stud.* 23(1): 77–84
- Grahn, J. L., Hannaford, W. J., & Laverty, K. J. (1987). "Corporate philanthropy and marketing strategy: A review and directions for research". In *AMA Educators' Proceedings*, 53: 67-69. American Marketing Association, Chicago.
- Gray, R. (2001). "Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt?". *Business ethics: A European review*, 10(1): 9-15.
- Gregoratti, C. (2016). "Cracks in the Corporatisation of Feminism". *Globalizations*, 13(6): 922-924.
- Grosser, K. (2011). *Corporate social responsibility, gender equality and organizational change: a feminist perspective*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Nottingham University Business School Faculty of Social Sciences, Law and Education. Nottingham.
- Grosser, K., & Moon, J. (2005). "Gender mainstreaming and corporate social responsibility: Reporting workplace issues". *Journal of business ethics*, 62(4): 327-340.
- Hacker, J. S., & Pierson, P. (2010). "Winner-take-all politics and political science: a response". *Politics & Society*, 38(2): 152-204.

- Hack, L., Kenyon, A. J., & Wood, E. H. (2014). "A critical corporate social responsibility (CSR) timeline: How should it be understood now". *International Journal of Management Cases*, 16(4): 46-55.
- Handayani, R., Wahyudi, S., & Suharnomo, S. (2017). "The effects of corporate social responsibility on manufacturing industry performance: the mediating role of social collaboration and green innovation". *Business: Theory and Practice*, 18: 152-159.
- Hayek, F. (2006). "The meaning of the welfare state". Pierson, C., ve Castles, G. F. (Eds.). *The welfare state reader*. Polity, Cambridge. 90-96
- Herzog, L. (2017). "No company is an island. Sector-related responsibilities as elements of corporate social responsibility". *Journal of Business Ethics*, 146(1): 135-148.
- Hall, P. A., & Lamont, M. (Eds.). (2013). *Social resilience in the neoliberal era*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. MA: Addison-Wesley, Reading.
- High-Pippert, A., & Comer, J. (1998). "Female empowerment: The influence of women representing women". *Women & Politics*, 19(4): 53-66.
- Hopkins, M. (2003). "The business case for CSR: where are we?". *International Journal of Business Performance Management*, 5(2-3): 125-140.
- Hornung, C. A., McCullough, B. C., & Sugimoto, T. (1981). "Status relationships in marriage: Risk factors in spouse abuse". *Journal of Marriage and the Family*, 675-692.
- Huber, E., Stephens, J. D., Bradley, D., Moller, S., & Nielsen, F. (2001). The welfare state and gender equality (No. 279). LIS Working Paper Series.
- Jamali, M., & Mirshak, F. (2006). "Corporate social responsibility and firms financial performance". *Journal of Academic Management*, 31(2):854-872.
- Jessop, B. (2002). "Liberalism, neoliberalism, and urban governance: A state-theoretical perspective". *Antipode*, 34(3): 452-472.
- Jones, T. M. (1980). "Corporate social responsibility revisited, redefined". *California management review*, 22(3):59-67.
- Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (2016). *Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele*. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. Ankara.
- Karamustafa, O., Varıcı, İ., & Er, B. (2009). Kurumsal yönetim ve firma performansı: İMKB kurumsal yönetim endeksi kapsamındaki firmalar üzerinde bir uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (17), 100-119.

- Karnani, A. (2016). *Fighting poverty together: rethinking strategies for business, governments, and civil society to reduce poverty*. Palgrave Macmillan, New York.
- Grosser, K., & Moon, J. (2005). "Gender mainstreaming and corporate social responsibility: Reporting workplace issues". *Journal of business ethics*, 62(4): 327-340. Kaur, P. (2013). "Corporate Social Responsibility and gender in workplace". *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 2(11): 36-40.
- Gündüz, Ç. (2018). Sürdürülebilirlik endeksi kapsamına alınmanın hisse senedi değerine etkisi: BIST uygulaması.
- Kılıç, S. (2011). "İMKB kurumsal yönetim endeksine dâhil olan şirketlerin getiri performanslarının ölçülmesi". *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 48(552): 45-58.
- Klasen, S. (2002). "Low schooling for girls, slower growth for all? Cross-country evidence on the effect of gender inequality in education on economic development". *The World Bank Economic Review*, 16(3): 345-373.
- KPMG. 2005. *International survey of corporate social responsibility reporting 2005*. KPMG International: Amstelveen.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology (2nd Edition)*. Sage Publications, California.
- Kurian, G. T. (Ed.). (2011). *Encyclopedia of political science*. CQ Press, Washington.
- Lang, S. (2012). *NGOs, civil society, and the public sphere*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Lee, C. K., & Strang, D. (2006). "The international diffusion of public-sector downsizing: Network emulation and theory-driven learning". *International organization*, 883-909.
- Lewis, J. (2002). Gender and welfare state change. *European societies*, 4(4), 331-357.
- Luetkenhorst, W. (2004). "Corporate social responsibility and the development agenda". *Intereconomics*, 39(3): 157-166
- Lobao, L., Gray, M., Cox, K., & Kitson, M. (2018). The shrinking state? Understanding the assault on the public sector. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 11(3): 389-408
- Lorber, J. (2010). *Gender inequality: Feminist theories and politics*. Oxford University Press, New York.
- MacLeavy, J. (2016). "Neoliberalism and welfare". Springer, S., Birch, K. ve MacLeavy, J. (Eds.), *The handbook of neoliberalism*. Routledge, New York, 252-261.

- Manderson, L. (1999). "Social meanings and sexual bodies: gender, sexuality and barriers to women's health care". Pollard, T and Bring Hyatt, S. (Eds.), *Sex, Gender and Health*. Cambridge University Press, Cambridge, 75-93.
- Meinzen-Dick, R., Kovarik, C., & Quisumbing, A. R. (2014). Gender and sustainability. *Annual Review of Environment and Resources*, 39, 29-55. McGuire, J. (1963). *Business and Society*. McGraw-Hill, New York.
- Nadelson, C. C. (1993). "Ethics, empathy, and gender in health care". *The American journal of psychiatry*, 150(9): 1309-1314.
- Navickas, V., & Kontautienė, R. (2011). "Influence of corporate philanthropy on economic performance". *Business: theory and practice*, 12(1): 15-23.
- OECD (2015). *Kurumsal Yönetim İlkeleri*. OECD. Ankara
- OECD (2019), *Government at a Glance*, OECD Publishing, Paris.
- Okoye, A. (2009). "Theorising corporate social responsibility as an essentially contested concept: is a definition necessary?". *Journal of business ethics*, 89(4): 613-627.
- Owen, D. L.: 2003, "Recent Developments in European Social and Environmental Reporting and Auditing Practice – A Critical Evaluation and Tentative Prognosis". *International Centre for Corporate Social Responsibility Research Papers*, 3.
- Pascall, G. (2012). *Gender equality in the welfare state?*. Policy Press.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative evaluation methods (3rd Edition)*. Sage Publications, California.
- Pearson, R. 2007. "Beyond women workers: gendering csr." *Third World Quarterly*, 28: 731-749.
- Peck, J., Theodore, N. ve Brenner, N. (2010). "Postneoliberalism and its malcontents". *Antipode*, (41): 94-116.
- Pfau-Effinger, B. (2005). Welfare state policies and the development of care arrangements. *European societies*, 7(2), 321-347.
- Pierson, C., ve Castles, G. F. (Eds.). (2006). *The welfare state reader*. Polity, Cambridge.
- Pierson, P. (1994). *Dismantling the welfare state? Reagan, Thatcher and the politics of retrenchment*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Pina, J. M., Martinez, E., De Chernatony, L., & Drury, S. (2006). "The effect of service brand extensions on corporate image: an empirical model". *European Journal of marketing*, 40(1/2): 174-197
- Poret, S. (2014). Corporate-NGO partnerships in CSR activities: why and how?

- Prasad, Monica. 2006. *The Politics of Free Markets: The Rise of Neoliberal Economic Policies in Britain, France, Germany and the United States*. University of Chicago Press, Chicago.
- Prügl, E. (2015). "Neoliberalising feminism". *New Political Economy*, 20(4): 614-631
- Pryce, V. (2002). "CSR—should it be the preserve of the usual suspects?". *Business Ethics: A European Review*, 11(2): 140-142.
- Roberts, A. (2015). "The Political Economy of "Transnational Business Feminism" problematizing the corporate-led gender equality agenda". *International feminist journal of politics*, 17(2): 209-231.
- Rottenberg, C. (2014). "The rise of neoliberal feminism". *Cultural studies*, 28(3): 418-437.
- Saltzstein, G. H. (1986). "Female mayors and women in municipal jobs". *American Journal of Political Science*, 140-164.
- Sandıkçıoğlu, A. (2005). Kurumsal Yönetim Uyum Derecelendirmesi. Sermaye Piyasası Kurulu Ortaklıklar Finansmanı Dairesi, Yeterlik Etüdü, Ankara.
- Schwab, R. G., & Sutherland, D. (2002). *Philanthropy, non-government organisations and Indigenous development*. Australian National University, Canberra.
- Segal, L. (2007). *Slow motion: Changing masculinities, changing men*. Palgrave Macmillan, New York.
- Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkeleri, Temmuz 2003.
- Sethi, S. P. 1975. "Dimensions of corporate social performance. An analytic framework". *California Management Review*, 17: 58-64.
- Smith, N. C. (2001). "Changes in corporate practices in response to public interest advocacy and actions". In P. N. B. a. G. T. Gundlach (Ed.), *Handbook of Marketing and Society*. Thousand Oaks, London.
- Smith, C.: 1994, 'The New Corporate Philanthropy'. *Harvard Business Review* 72(3): 105–116.
- Stark, E., & Flitcraft, A. H. (1996). *Women at risk: Domestic violence and women's health*. Thousand Oaks, Sage, California.
- Stroup, M. A. and R. L. Neubert: 1987, "The Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship 119 Evolution of Social Responsibility". *Business Horizons*, 22–24.
- Stromquist, N. P. (1990). "Gender inequality in education: accounting for women's subordination". *British Journal of Sociology of Education*, 11(2): 137-153.

- Stroup, M. A., Neubert, R. L., & Anderson, J. W. (1987). Doing good, doing better: Two views of social responsibility. *Business Horizons*, 30(2): 22-25.
- Süleymanoğlu-Kürüm, R., & Cin, F. M. (2021). Feminist framing of Europeanisation: Gender equality policies in Turkey and the EU. Palgrave Macmillan.
- Svanemyr, J., Chandra-Mouli, V., Christiansen, C. S., & Mbizvo, M. (2012). Preventing child marriages: first international day of the girl child “my life, my right, end child marriage”. *Reproductive health*, 9(1): 1-3.
- Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P., & Collin, S. O. (2009). “What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations”. *Corporate social responsibility and environmental management*, 16(6): 352-364.
- Tanzi, M. V. (1997). *The changing role of the state in the economy: a historical perspective*. International Monetary Fund.
- Thorsen, D. E., & Lie, A. (2006). “What is neoliberalism”. *Department of Political Science, Manuscript*. University of Oslo, Oslo, 1-21.
- Tornhill, S. (2016). “A bulletin board of dreams”: corporate empowerment promotion and feminist implications. *International feminist journal of politics*, 18(4): 528-543.
- Tschopp, D. J. (2005). “Corporate social responsibility: a comparison between the United States and the European Union”. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 12(1): 55-59.
- United Nations Office on Drugs and Crime (2019). *Global Study on Homicide*. United Nations.
- Valor, C. (2005). “Corporate social responsibility and corporate citizenship: Towards corporate accountability”. *Business and society review*, 110(2): 191-212.
- Van Marrewijk, M., & Werre, M. (2003). “Multiple levels of corporate sustainability”. *Journal of Business ethics*, 44(2): 107-119.
- van Wijk, C. M. G., Van Vliet, K. P., & Kolk, A. M. (1996). “Gender perspectives and quality of care: towards appropriate and adequate health care for women”. *Social science & medicine*, 43(5): 707-720.
- Varadarajan, P. R., & Menon, A. (1988). “Cause-related marketing: A coalignment of marketing strategy and corporate philanthropy”. *Journal of marketing*, 52(3): 58-74
- Vincent, A. (2009). *Modern political ideologies (3rd Edition)*. Wiley-Blackwell, New Jersey.

- Waddell, S.: 2000, "New Institutions for the Practice of Corporate Citizenship: Historical, Intersectoral, and Developmental Perspectives". *Business and Society Review* 105(1): 107–126.
- Walker, L. (1984). *The battered woman syndrome*. Springer, New York.
- Warth, L. (2009). "Gender Equality and the Corporate Sector". *Discussion Paper Series* 2009/4.
- Wood, D. J.: 1991, "Corporate Performance Revisited", *Academy of Management Review* 16(4): 691–718.
- World Economic Forum (2018). *Global Gender Gap Report*. World Economic Forum. Cologny/Geneva.
- World Health Organization (2018). *Violence Against Women Prevalence Estimates*. World Health Organization.
- Yamamoto, T. (1999). "Corporate-NGO partnership: Learning from case studies. *Corporate-NGO Partnership in Asia Pacific*, 13-38.
- Yıldız, S. (2017). Toplumsal cinsiyetin şirketlere yansımada ortaya çıkan ayrımcılık kavramlarının ardılları üzerine bir model önerisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 121-138

İnternet Kaynakları

- <https://investors.coca-colacompany.com/filings-reports/annual-filings-10k/content/0000021344-20-000006/0000021344-20-000006.pdf> (erişim tarihi: 15.05.2021).
- <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPD@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/LVA> (erişim tarihi: 15.05.2021).
- <https://tradingeconomics.com/latvia/employed-persons> (25.05.2021).
- <https://www.statista.com/statistics/254562/coca-colas-number-of-employees-worldwide/> (25.05.2021).
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/gender-equality/> (erişim tarihi: 25.05.2021).
- <https://www.oecd.org/general/genderinequality.htm> (erişim tarihi: 25.05.2021).
- <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.TOTL.FE.ZS?end=2018&start=2019> (erişim tarihi: 18.05.2021).
- <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=37221> (erişim tarihi: 18.05.2021).

- <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/co-opt?q=co-opted> (erişim tarihi: 19.05.2021).
- <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/165/bist-surdurulebilirlik-endeksi> (erişim tarihi: 03.06.2021).
- <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc> (erişim tarihi: 03.06.2021).
- <https://www.webs.org/about> (erişim tarihi: 03.06.2021).
- <https://sdgs.un.org/goals> (erişim tarihi: 03.06.2021).
- <https://www.bloomberg.com/gei/> (erişim tarihi: 04.06.2021).
- https://www.ey.com/tr_tr/who-we-are (erişim tarihi: 03.06.2021).
- <https://www.pwc.com.tr/tr/hakkimizda/amacimiz-ve-degerlerimiz.html> (erişim tarihi: 03.06.2021).
- <https://www.kagider.org/kurumsal/projeler-etkinlikler/projeler/lists/projeler/f%C4%B1rsat-e%C5%9Fitli%C4%9Fi-modeli> (erişim tarihi: 25.05.2021).
- https://www.globalcompactturkiye.org/wp-content/uploads/2019/02/WEPs_Rehber.pdf (erişim tarihi: 31.05.2019).
- <https://www.globalcompactturkiye.org/global-compact-turkiye/> (erişim tarihi: 31.05.2019).
- <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html> (erişim tarihi: 31.05.2019).
- <https://www.sabanci.com.tr/sosyal-sorumluluk/taahhutlerimiz/iste-esitlik-bildirgesi> erişim tarihi: (01.06.2021).
- <https://www.ulkemicin.com.tr/Yaklasimimiz> (erişim tarihi: 01.06.2021).
- <https://www.borsaistanbul.com/files/bist-surdurulebilirlik-endeksi-temel-kurallari-31122014.pdf> (erişim tarihi: 21.11.2021).

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Ömer SEREN		
EĞİTİM DURUMU			
Mezun Olduğu Lise	Atatürk Anadolu Lisesi		
Lisans Diploması	Hacettepe Üniversitesi İngiliz Dilbilimi		
Yabancı Dil / Diller	İngilizce		
BİLİMSEL FAALİYETLER			
28.04.2016 – 29.04.2016	10. Dilbilim Öğrenci Konferansı	İzmir	
13.05.2016 – 14.05.2016	30. Ulusal Dilbilim Kurultayı	Ankara	
20.04.2017 – 21.04.2017	11. Dilbilim Öğrenci Konferansı	Mersin	
12.05.2017 – 13.05.2017	31. Ulusal Dilbilim Kurultayı	Eskişehir	