

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TÜRKİYE’DEKİ İLETİŞİM
FAKÜLTELERİNİN MÜFREDATINDA BİR DERS OLARAK ANALİZİ:
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ VAKA ÇALIŐMASI¹**

Yrd. Doç. Dr. Senem GÜNGÖR²

ÖZET

Sosyal Sorumluluk (SS) kavramının Türkiye’deki yakın zamanlı gelişimi ve popülerliği, bu araştırma için makul bir başlangıç noktası teşkil etmektedir. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun (KSS) araştırma gündemlerinde üst sıralarda bulunması, teorik ve yönetsel tartışmalara da yansır görünmekte ve bu, KSS’nin ideolojiden gerçekliğe taşındığını vurgulamaktadır. Günümüzde, Birleşmiş Milletler (BM) üyesi ve Avrupa Birliği (AB) aday ülkesi olan Türkiye, bu gerçekliği Türk iş kuruluşları ve kamu kurumları üzerinden takip etmektedir. KSS’nin kökenleri ulusun tarihindeki filantropik faaliyetlerde bulunabilir olsa da, son on yılda Türk iş kuruluşları arasında daha tanınmış bir hale gelmiştir. 2000’lerden sonra, Türkiye’deki birçok kuruluş tüketicilerin ve diğer paydaşların gözündeki kurumsal imajını medyayı kullanmak suretiyle konumlandırarak pazarlama ve iletişim stratejilerine giderek daha bağlı kalmakta ve sosyal sorumluluk taşıyan inisiyatiflerini bu stratejilerde göstermektedir. KSS řu anda çağdaş iş faaliyetlerinin önemli bir boyutu olarak görünse de, bir kuruluş içerisinde KSS yönelimi geliştirmenin teorik ve pratik yönleri akademik çalışmalarda ancak yakın zamanda yer bulabilmiştir. Bu noktada, bu araştırma İletişim Fakültelerindeki KSS çalışmalarına odaklanmakta ve bu fakültelerin müfredatlarında bu kavrama nasıl yer verdiğini incelemektedir. Bu araştırma, toplumların yaşam standartlarını yükseltmek, farkındalığını ve anlaşılabilir toplumsal faaliyetleri artırmak için oluşturdukları modellerin ve projelerin altını çizmektedir. Bu araştırma, Ankara Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi’ndeki “Sosyal Sorumluluk Kampanyaları” dersine odaklanmaktadır. Anılan ders, gerçek hayattaki projeler yoluyla sosyal sorumluluk (SS) entegrasyonu ve geliştirme hakkındaki kararı göstermektedir. Dersin yaklaşımları KSS’nin evrimi ve çeşitli modelleri, kuruluşun niceliksel verileri ve hissedarları yoluyla kuruluşun kültürüne ve stratejisine entegrasyonunu temin etmektedir. Sonuç olarak, bu araştırma üniversitelerde SS’ye ilişkin sistematik, disiplinler arası bir derse olan ihtiyaçı belirtmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İletişim, Ders Tasarımı, Kurumsal İmaj, Kurumsak Kültür

¹ Bu Makale 21-23 Ekim 2017 tarihleri arasında Antalya’da düzenlenen ASEAD II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu’nda sunulan bildirden geliştirilmiştir.

² Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi, senemgungor@gmail.com

GİRİŞ

İşletmelerin, günümüzde gücü ve öneminin giderek artması, sorumluluklarında da artışa yol açmaktadır. Bu anlamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk anlayışı ile hareket eden ve faaliyetlerini bu anlayış içinde biçimlendiren kurumların sadece kendi faaliyet alanlarında değil, öncelikli toplumsal sorunların çözümünde de rol alarak, iyi bir kurumsal vatandaş olarak ülke kalkınmasında ve gelişiminde etkili rol oynayabileceğini söylemek mümkündür. Bir işletmenin hukuki sorumluluklarını yerine getirmesi yetmemekte, ayrıca toplumsal beklentileri karşılayabilmek, rekabet gücünü koruyabilmek ve sürdürülebilirliği sağlayabilmek için de “gönüllü sorumluluk”larını da yerine getirmesi gerekmektedir.

Bu anlayış çerçevesinde, yönetsel davranışın ve kurumsal kültürün bir sonucu olarak görülmesi gereken Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) projelerine Birleşmiş Milletler tarafından 2000 yılında kabul edilmiş olan “Bin Yıl Kalkınma Hedefleri”³ ışığında bakıldığında, sosyal sorumluluk projelerinin bu hedefleri gerçekleştirme konusunda katkı sağlayıp, öncelikli toplumsal sorunlara çözüm önerileri yaratabileceği ifade edilebilir. Birleşmiş Milletlerin, 2016 Ocak ayında belirlediği yeni *Küresel Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH)*⁴ ise, önümüzdeki 15 yıl boyunca politikalara ve fonlamalara rehberlik edecektir.

³ “Eylül 2000’de toplanan BM Genel Kurulu’nda 147 devlet ya da hükümet başkanı (ve toplam 189 üye ülke) “küresel düzeyde insan onuru, eşitlik ve esenlik ilkelerinin güçlendirilmesi için topluca taşıdıkları sorumluluğu” kabul ederek Binyıl Bildirgesi’ni ilan etmişlerdi.” Bu hedefler sırasıyla; Aşırı yoksulluğun ve açlığın yok edilmesi, Evrensel ilköğretimin sağlanması, Cinsiyet eşitliğinin teşvik edilmesi ve kadınların güçlendirilmesi, Çocuk ölüm oranının azaltılması, Anne sağlığının iyileştirilmesi, HIV/AIDS, sıtma ve diğer hastalıklarla mücadele edilmesi, Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması, Kalkınma için küresel bir ortaklık geliştirilmesi. <http://www.un.org.tr/includes/files/Binyil02.pdf>

⁴ Hedef 1. Her tür yoksulluğu, nerede olursa olsun sona erdirmek Hedef 2. Açlığı bitirmek, gıda güvenliğini sağlamak, beslenme imkânlarını geliştirmek ve sürdürülebilir tarımı desteklemek Hedef 3. İnsanların sağlıklı bir yaşam sürmelerini ve herkesin her yaşta refahını sağlamak Hedef 4. Herkesi kapsayan ve herkese eşit derecede kaliteli eğitim sağlamak ve herkese yaşam boyu eğitim imkânı tanımak Hedef 5. Toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak ve kadınların ve kız çocuklarının toplumsal konumlarını güçlendirmek Hedef 6. Herkes için suya ve sağlıklılamaya erişimi ve suyun ve sağlıklılamanın sürdürülebilir yönetimini garanti altına almak Hedef 7. Herkes için erişilebilir, güvenilir, sürdürülebilir ve modern enerji sağlamak Hedef 8. Sürdürülebilir ve kapsayıcı ekonomik kalkınmayı sağlamak, tam ve üretici istihdamı ve insan onuruna yakışır işleri sağlamak Hedef 9. Dayanıklı altyapı inşa etmek, sürdürülebilir ve kapsayıcı sanayileşmeyi ve yeni buluşları teşvik etmek Hedef 10. Ülkelerin içinde ve aralarındaki eşitsizlikleri azaltmak Hedef 11. Kentleri ve insan yerleşim yerlerini herkesi kucaklayan, güvenli, güçlü ve sürdürülebilir kılmak Hedef 12. Sürdürülebilir tüketimi ve üretimi sağlamak Hedef 13. İklim değişikliği ve etkileri ile mücadele için acil olarak adım atmak Hedef 14. Okyanusları, denizleri ve deniz kaynaklarını sürdürülebilir kalkınma için korumak ve sürdürülebilir şekilde kullanmak Hedef 15. Karasal ekosistemleri korumak, restore etmek ve sürdürülebilir kullanımını sağlamak, ormanların sürdürülebilir kullanımını sağlamak, çölleşme ile mücadele etmek, toprakların verimlilik kaybını durdurmak ve geriye çevirmek ve biyoçeşitlik kaybını durdurmak Hedef 16. Sürdürülebilir kalkınma için barışçıl ve herkesi kucaklayan toplumları teşvik etmek, herkesin adalet erişimini sağlamak, her seviyede etkin, hesap verebilir ve kucaklayıcı kurumlar inşa etmek Hedef 17. Sürdürülebilir kalkınma için küresel ortaklığın uygulama araçlarını güçlendirmek ve küresel ortaklığı yeniden canlandırmak <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/7891Transforming%20Our%20World.pdf>

Kurumsal Sosyal Sorumluluklarını yerine getirme konusunda çalışmalar yapan kurum ve kuruluşlar arasında eğitim kurumları da yer almaktadır. Bu kurumlar sosyal sorumluluklarını, eğitim programları çerçevesinde gerçekleştirdikleri dersler ile öğrencilerini topluma duyarlı bireyler olarak yetiştirerek ve öğrencilerin uyguladıkları proje çalışmaları ile topluma hizmet etmelerini sağlayarak yerine getirmektedir. Bu bağlamda, gerek kamu kurumlarında gerekse özel sektör işletmelerinde yer alacak olan İletişim Fakültesi öğrencilerinin KSS'yi nasıl öğrendiği ve algıladığı önem arz etmektedir. Bu amaçla başlayan çalışma, İletişim Fakültesi öğrencilerinin KSS'ye yönelik algılarını, iletişim fakültelerinde yer alan bu konu ile ilgili dersler sonucu ne öğrendikleri ve/veya ne öğreneceklerini araştırmaktadır. Öncelikle, **KSS kavramının tanımı ve gelişimini alan yazın taraması ile inceleyen araştırma daha sonra da**, eğitim kurumlarında sosyal sorumluluk dersinin yurtiçi üniversitelerdeki uygulamalar ile örneklendirmiştir. Son olarak da, Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesinde 2009-2010 akademik yılından itibaren verilen “Sosyal Sorumluluk Kampanyaları” dersi üzerine gerçekleştirilen araştırma ve sonuçları sunularak, bir eğitim kurumu olarak Başkent Üniversitesi'nin sosyal sorumluluk bilincinin geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirdiği dersin uygulaması ve buna yönelik öneriler ortaya konulmaya çalışılacaktır.

1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ TANIMI

Sorumluluk, “kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi”(TDK, <http://tdkterim.gov.tr/bts>, 2009) demektir. Buna göre sosyal sorumluluk olgusunu bireylerin, davranışlarını toplumsal sonuçlarını gözeterek düzenlemeleri olarak tanımlamak mümkündür. Sosyal sorumluluk yaklaşımının hedefi ise toplumsal fayda sağlamak, toplumda bir fark yaratmaktır.

Önceleri şirket sahiplerinin kişisel inisiyatifleri ile gerçekleştirdikleri bağış vb. hayırseverlik faaliyetleri artık kurumların öncelikli faaliyet alanı haline gelmiş durumdadır. Sosyal sorumluluk yaklaşımı ‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk’ (KSS) kavramı ile yeni bir boyut kazanmış, yalnızca özel sektör kuruluşlarını değil, kamu kurumlarını, yerel yönetimleri ve eğitim kurumlarını bu yönde çalışmalar yapmaya teşvik eden güncel bir uygulama alanı olmuştur.

KSS kavramı ilk kez Amerikalı iktisatçı Howard Bowen'ın 1953 tarihli *Social Responsibilities of the Businessmen* (İşadamların Sosyal Sorumlulukları) adlı kitabında yer almıştır. Bu kitapta Bowen işletmelerin, toplumun değerleriyle örtüşen politikaları izlemeleri gerektiğini vurgulamaktadır (Aydede, 2007:23). Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili günümüz literatüründe ise çok farklı tanımlamalar vardır. Bu tanımlamalardan öncelikle bazı uluslararası organizasyonların konuya yaklaşımlarını ortaya koymak, araştırma açısından önemli bir başlangıç olacaktır.

Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi (WBCSD) KSS'yi, iş dünyasının etik davranmak, işgücünün ve ailelerinin aynı zamanda yerel halkın ve toplumun genelinin yaşam kalitesini artırarak ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak üzere taahhüdü olarak tanımlamaktadır (Moir, 2001: 18). Avrupa Komisyonu'nun yaptığı tanımlamaya göre ise KSS; işletmelerin, gönüllülük esasına dayalı olarak sosyal ve çevresel meselelerini, örgütsel

faaliyetleriyle ve sosyal paydaşlarıyla olan etkileşimleriyle bütünleştirebildiği bir kavramdır⁵. Sosyal sorumluluk sahibi olmak sadece resmi beklentileri yerine getirmek değil, gönüllülüğten ileriye giderek, insan sermayesine, çevreye ve hissedarlarla ilişkilere daha çok yatırım yapmaktır (Commission of the European Communities, 2001:6). Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) KSS'yi işletmelerin bir toplumun ihtiyaçları ve amaçlarıyla ne kadar ilgili olduğu çerçevesinden ele almaktadır. UNCTAD'a göre tüm sosyal gruplar, kendi sosyal değişimleri ve evrimleriyle zamanı değiştirebilmek için belirgin rollerin ve işlevlerin yerine getirilmesini beklerler. İşletmelerle ve özellikle çokuluslu işletmelerle ilgili beklentiler, bu işletmelerin küreselleşen toplumda oynadıkları rollerin artmasıyla, alışılmamış bir şekilde hızlı değişime uğramaktadır. Bu yüzden çokuluslu işletmelerin sosyal sorumluluk standartları ve uygulamaları ile ilişkili tartışmalar bir küresel toplum geliştirme çabalarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır (UNCTAD, 1999:1). ISO olarak tanınan, Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu'nun kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki stratejik danışman grubu, KSS'yi insanlara ve topluma yarar sağlayacak bir şekilde, organizasyonların ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlara işaret ettikleri bir yaklaşım olarak ele almaktadır. ISO, KSS kapsamında insan hakları, iş sağlığı ve güvenliği dâhil olmak üzere işyeri ve işçi sorunları, işyerinde adaletsiz uygulamalar, çevresel yaklaşımlar, piyasa ve tüketici sorunları gibi sorunların olması gerektiğini vurgulamaktadır (Leonard & McAdam, 2003).

Bu tanımlamaların ışığında; KSS kavramını bazı akademisyen ve araştırmacılar da şu şekilde değerlendirmiştir: Örneğin; Mohr, Webb ve Haris (2001:47) KSS'yi “şirketin toplum üzerindeki her zararlı etkiyi en aza indireceği veya ortadan kaldıracığı ve uzun vadeli yararlı faydaları azami seviyeye çıkaracağına taahhüdü” olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamada, şirketin tüm faaliyetlerinin gerek şirket gerekse şirket dışı herkesin üzerinde etkisi olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca; KSS, organizasyonlar açısından ekonomik faaliyetlerin ötesinde gönüllü olarak daha iyi bir toplum ve daha temiz bir çevreye katkıda bulunmanın en önemli araçlarından biridir (Carroll, 1999: 269-271). Friedman (2007: 173-174), 1970 yılında New York Times Dergisinde, KSS'yi işletmelerin sosyal sorumluluğunun yasal sınırlar çerçevesinde ekonomik sorumluluklarını yerine getirmeleri olarak tanımlamakta ve hissedarların sermayelerini gereksiz şekilde kullanılmasının sorumsuzluk olduğunu ileri sürmektedir. Bunun aksine, McGuire (1963), Davis (1973), Stone (1975), Carroll (1979) ve Frederick (1987) gibi yazarlar işletmelerin yalnızca ekonomik ve yasal yükümlülüklerinin olmadığını aynı zamanda topluma karşı bunların ötesinde sorumluluklarının olduğunu savunmaktadır (McGee, 1998, 378). Özellikle Drucker (1984), Porter ve Kramer (2002) gibi birçok yazar; pazar fırsatları, verimlilik, insan yeterliliği ve işletmelerin faaliyet gösterdikleri iş çevresinin kalitesi gibi rekabet ortamının gelişimi bakımından sosyal sorumluluk ve iş fırsatları arasında olumlu bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır (Tencati ve diğerleri. 2004, s. 175).

⁵ “a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis” (Commission of the European Communities, 2001; Commission of the European Communities, 2002).

Kotler, KSS kavramını kurumsal sosyal girişimler başlığı altında değerlendirmekte ve bu girişimleri “sosyal amaçları desteklemek ve kurumsal sosyal sorumluluk yükümlülüklerini tamamlamak için bir kurum tarafından üstlenilmiş büyük çaplı faaliyetler” (Kotler, Lee,2008:3) şeklinde tanımlamaktadır. Carroll (1979, s.499), ise sosyal sorumluluğu dört kategoriye bölerek, işletmenin sosyal sorumluluklarını yerine getirmesinin bu dört kategoride yer alan sorumlulukları gerçekleştirmekten geçtiğinin altını çizer. Ekonomik sorumluluğu temel sorumluluk olarak inceleyen Carroll, bu kategorileri şu şekilde açıklamaktadır:

1. Ekonomik sorumluluk: İşletme, kâr amacı güden bir yapıya sahip olup, faaliyetleri sonucunda ekonomik çıktıları hesap eder. Bu noktada, sosyal sorumluluk, işletmelerin kâr elde etmekle, bu kârı elde etmek için katlandığı maliyetler arasında denge kurmayı gerektirir.
2. Yasal sorumluluk: Örgütler, üç kısımda incelenebilecek yasallıklar üzerinde durmaktadırlar. Bunlar ahlak yasallığı, süreç yasallığı ve yapısal yasallıktır. Sosyal sorumluluk olarak, ekonomik amaçlarına ulaşmak isteyen işletmelerin aynı zamanda yasal çerçeve içinde faaliyet göstermeleridir.
3. Etik sorumluluk: İşletme, yasal ve ekonomik sorumluluklarını yerine getirirken, topluma hizmet anlayışını da etik çerçeve içinde yer alan faaliyetlerle göstermelidir.
4. Gönüllü sorumluluk: Kurumun sadece gönüllü ve isteğe bağlı olarak toplum yararına olacak hayırsever uygulamalarını kapsayan bu sosyal sorumluluk, toplumsal bir soruna çözüm olacak ya da dikkat çekecek uygulamalarla toplum refahına katkı sağlamaya çalışır.

İşletmeler, uyguladıkları KSS çalışmalarıyla sağlam bir kurumsal itibar elde ederken ayrıca da, faaliyet giderlerini azaltmakta, finansal performanslarını geliştirmekte ve marka değerlerini yükseltebilmektedir (Özkoç ve diğerleri, 2006: 138). Araştırmacılar, KSS ve kârlılık arasındaki ilişkiyi uzun bir zamandır incelemektedir, ancak tam olarak tanımlayıcı bir cevaba ulaşamamaktadırlar. Buna rağmen, son yıllarda yapılan araştırmalar iyi yönetilen ve güçlü paydaş ilişkilerine sahip işletmelerin, KSS kavramını şirket kültürünün bir parçası yaptıkları sonucunu çıkarırken, aynı zamanda da KSS uygulamalarında hem toplum hem kurum yararı gözettiği görülmektedir. Örneğin, Sert’in (2012: 47-48) yaptığı bir araştırmada Türkiye’de işletmeler, ilk başlarda toplumdan gelen baskılar karşısında ekonomik ve politik anlamda bir zorunluluk olarak KSS’yi yerine getirdiklerini belirtmişlerdir. Fakat faaliyetlerini sadece kurumla doğrudan ilgili paydaşlarla alakalı konularla sınırlayan KSS anlayışının değiştiğini vurgulayan Sert, son yıllarda işletmelerin toplumun ihtiyaç ve beklentilerine göre çeşitli alanlara yayılan KSS faaliyetlerine odaklandıklarını belirtmiştir.

Özgener’in 2000 yılında yaptığı araştırmada, 500 büyük imalat sanayi işletmesinin yöneticileri Türkiye’de iş ahlakının kurumsallaşmasında en etkili faktörün “eğitim” olduğunu vurgulamışlardır (Özgener, 2004, s.125). Bu sonuç çalışmamızın başlangıç noktasını da oluşturmuştur. Özellikle kamu ve özel sektöre orta ve üst düzey yöneticilik pozisyonlarına eleman yetiştiren iletişim fakültelerinde verilen eğitimin niteliği, sosyal sorumluluğun kurumsallaşmasında önemli bir yere sahip olacaktır.

2. DÜNYADA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Topluma hizmet çalışmalarının temelini oluşturan sosyal sorumluluk kavramı 2000'lerden itibaren giderek artan bir öneme sahiptir. Küreselleşme ve hızla gelişen bilgi teknolojileri ile artan rekabet, müşteri istek ve beklentilerini de farklılaştırmış, satın alınan ürün ve hizmetin kalitesi ve fiyatı ile birlikte bunları üreten kurumun sosyal sorumluluklarını da yerine getirip getirmediği belirleyici rol olmuştur. Bu bilinçlenme de kurum ve kuruluşların sosyal sorumluluğunun farkında olarak hareket etmesini sağlamıştır.

KSS, son yıllarda yeni bir kavrammış gibi incelense de aslında tarihçesi çok eskilere dayanmaktadır. Örneğin Sümerler döneminde yazılan tabletlerde işçilerin dinlenme günleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Ayrıca dinler tarafından da etik konulara dair çeşitli vurgular yapılmıştır.

Sanayi devrimi öncesi dönemde işletmecilik faaliyetleri küçük ölçekli olup, sipariş üzerine üretim yapan dükkân ve ticarethanelerin üretimlerinden oluşmaktaydı. Ortaçağ süresince ticari faaliyetler ve ekonomi din çatısı altında kalmış, toplumsal normları ve kuralları din şekillendirmiştir. Fakat dönem itibarıyla KSS kavramından söz etmek pek mümkün değildir (Aktan ve Börü, 2007: 22, 23). 1500 ila 1800'lü arasındaki yıllara hâkim ticari görüş ise, bir ülkenin zenginliğinin sahip olduğu değerli madenlerle ölçüleceği şeklindeydi. Bu dönemde, fakirlere yardım etmek, işsizlere iş bulmak devletin görevi ve sorumluluğu olarak tanımlanmıştır (Savaş, 2000: 141). Aynı yıllarda Doğu toplumu incelendiğinde de, dini inançların etkisini görmek mümkündür. Ancak, İslamiyet'in yardımlaşma, toplumsal dayanışma gibi birçok konuyu dini kurallarla ilişkilendirmesi ve faizi yasaklayarak yardıma ihtiyacı olanlara zekât verilmesini emretmesi, sosyal sorumluluk bilincinin Batı'ya nazaran daha ileride olduğu söylenebilir.

Sanayi devrimi sonrası dönemde ise 1929 yılında ABD'de yaşanan "Büyük Buhran" sonucu işletmeler, büyüyen yapılarının topluma olan etkileri ve faaliyetlerinin sonuçlarından dolayı KSS kavramı ile karşı karşıya gelmişlerdir (Boatright, 2003: 377). 1930'lu yıllar ABD başta olmak üzere, tüm sanayileşmiş toplumlarda bir takım sosyal ve kültürel değişimlerin meydana çıktığı yıllardır. Bu yıllarda, çalışanların sendikal haklarını edinmeye başladığı, daha iyi ücret, çalışma şartları ve diğer sosyal hakları için pazarlık gücü elde ettiği gözlemlenmektedir (Ataman, 2001:107). İkinci dünya savaşı sonunda ise, yenilenen dünyada artık "üçüncü dünya ülkesi" ifadesi tanımlanmıştır. Ayrıca, ülkeler arası yakınlaşmalar ve birlikte hareket etmeler söz konusu olmuş ve iki dünya savaşından sonra, sosyal konulara her kesimden destek verilmesi beklenilmeye başlanmıştır (Post ve Diğerleri, 1996: 21).

1960'lı yıllarda çalışan hakları, asgari ücret, çevreye duyarlı üretim, tüketici hakları, sigortalı çalışma vb. birçok konu hakkında farkındalık çalışmaları başlayarak çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Bunlara ek olarak, bu yıllarda sivil toplum örgütlerinin toplum içindeki rolü önem kazanmış, ırk ayrımı, kadın hakları gibi konularda toplum ve sivil toplum örgütleri birlikte çalışarak önemli çalışmalara imza atmışlardır. Ayrıca, yaşanan bu toplumsal değişimler şirketleri de bir takım faaliyetler geliştirmeye, KSS bilincini kurumsal kültürlerine yerleştirmesine yol açmıştır (Aktan ve Börü, 2007: 22, 23). Ayrıca bu yıllarda ABD'de ki üniversitelerde KSS ile ilgili dersler verilmeye başlanmış, kaynak olarak da Richard Eels ve Clarence Walton'ın 1961 yılında bastıkları "Conceptual Foundations of Business" kitabı okutulmaya başlanmıştır (Carroll, 2008: 30).

1970’li yılların başında Birleşmiş Milletler, küresel işletmeler için birtakım davranış kurallarını *The United Nations Code Of Conduct for Transnational Corporations* (TNC) adı altında oluşturmuştur (Forsythe, 1989: 86,87). Bu yıllarda ayrıca çeşitli komisyonlar oluşturulmuş, komisyonlardan çıkan kararlar ile de tüketici ve çalışan hakları korunması amaçlanmıştır. Örneğin 1971 yılında *Committee for Economic Development* (CED) “Social Responsibilities of Business Corporations” (İşletmeler için Sosyal sorumluluk) yayını çıkararak, işletmeler için sosyal sorumluluk yapmanın önemini, değişen toplumsal yapılarda şirketlerin çok önemli rol oynayacaklarını belirtmişlerdir (Shaw, 2012: 4,5). Şirketlerin bu yıllarda başlattıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri toplumsal ve ekonomik kalkınma da sürdürülebilir çalışmaların öncüleri olmuşlardır. Örneğin, 1971 yılında uluslararası bir şirket olan Xerox, “Social Service Leave Program” (Sosyal hizmet gönüllüğü) programını çalışanları için başlatarak, günümüze kadar sürdürme başarısını yakalamıştır (Shaw, 2012: 9)⁶.

1980’lere gelindiğinde ise kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalar atıkları azaltma, geri dönüşüm, fakirlere maddi yardım, toplum sağlığına hizmet, daha iyi çalışma koşulları şeklinde sıralanabilir. Bu yıllarda, KSS uygulamaları genelde işletmelerin ekonomik ve kanuni sorumluluklarını yerine getirmeye çalıştığı ek olarak da bazı gönüllü faaliyetlerde bulunduğu gözlenmektedir. Ayrıca, bu dönem içinde KSS algısı ABD’de yer alan kamu politikaları, dönemin meydana getirdiği sosyo-ekonomik durumlar, vergi politikaları gibi uygulamalar sonucu, hissedarlara karşı artan bir sorumluluk algısına dönüşmüştür (Moura-Leite & Padgett, 2011: 532,533). Freeman’ın 1984 yılındaki “Strategic Management: A Stakeholder Approach” adlı çalışması, şirketin hissedarlarına olduğu kadar sosyal paydaşlarına da etik ve değerler çerçevesinde sorumlu olduğundan bahsetmesi, KSS çalışmalarına yeni bir boyut kazandırarak, KSS’nin ekonomik boyutunun da önemli olduğu vurgulanmıştır. Yapılan diğer çalışmalarda sosyal sorumluluk, sosyal tepkisellik ve sosyal tepkilerin birbiriyle bağlantılı olduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

1990’lı yıllarda KSS, etik, paydaş gibi başlıklarla öne çıkmış, kurumsal yurttaşlık ve kurumsal itibar kavramları gibi konular çalışılmaya başlanmıştır (Bhaduri & Selarka, 2016: 20-21). Kurumsal yurttaşlık terimi için bu dönemde, şirketlerin topluma ve devlete karşı birçok yönden sorumluluk bilinci taşımaları anlamı kazanmıştır. Ayrıca bu kavram, KSS kavramı ile eşanlamlı görülürken, 2000’li yıllarda kurumsal yurttaşlık kavramının yeni bir iş felsefesi olduğu, sadece gönüllü yapılan sosyal sorumluluk faaliyetlerinden, hayır işlerinden oluşmadığı, bir şirketin tüm iş süreçlerindeki sorumluluklarını da kapsadığı kabul edilmeye başlanmıştır. Bu anlam değişiminin nedenlerinin başında; güçlü çokuluslu şirketlerin küreselleşme ve bilişim sürecinde farklı toplumlara kendi politikalarını benimsetme ve kriz dönemlerinde devlet desteğini kazanma istekleri yatmaktadır (Mele 2009: 69). Bu yıllarda önem kazanmaya başlayan kurumsal itibar ise genel olarak paydaşların ‘kurumun ne olduğu’, ‘kurumun sorumluluklarını nasıl yerine getirdiği’, ‘paydaşların beklentilerinin nasıl karşıladığı’ ve ‘kurumun sosyo-politik çevreye uyum sağlamadaki bütün performansına’ ilişkin değerlendirmelerinin uzun dönemli birleşimi anlamını kazanmıştır (Anca & Roderick, 2007: 234).

⁶ Program için seçilen şirket çalışanları, kendi seçtikleri bir Sivil Toplum Örgütünde 1 yıl boyunca çalışacak, aynı zamanda da Xerox şirketinden tam zamanlı maaşlarını almaya devam edeceklerdir. 1971 yılında hayat bulan bu program, 2005 yılına gelindiğinde 460’den fazla şirket çalışanı bu programdan yararlanmış olup aynı zamanda da toplum için neredeyse yarım milyon saate yakın çalışmıştır.

1990'lardan itibaren şirket sayısının artmasıyla toplumsal gelişime yönelik faaliyetler de artmaya başlamış ve sağlık, çevre gibi konularda topluma faydalı olmak amacıyla girişimler başlamıştır. Örneğin, bu dönemde küresel bir şirket olan Nike, küresel tedarik zincirinde çalışma koşullarında reformlar yapmış ve sonucunda kendisini birçok küresel firma takip etmiştir (Zadek, 2004: 129). Yine bu dönemde sivil toplum kuruluşlarının sayılarının artmasıyla beraber KSS ile ilgili uygulamalar çeşitlenmeye başlamıştır. KSS'nin yaygın hale gelmesi ile birlikte yeni iş imkânları ortaya çıkmıştır. Önceki dönemlerde devlet ağırlıklı bir yönü olan KSS, yeni oluşumlarla birlikte devlet ağırlıklı olmaktan çıkmaya başlamıştır. Küreselleşme ile birlikte güç kazanan çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini düzenleyebilmek adına, 26 Temmuz 2000 yılında New York, ABD' de Birleşmiş Milletler merkezinde imzalanan Küresel İşbirliği Antlaşması⁷ gibi oluşumlar meydana gelmiştir.

2000'lere gelindiğinde ise KSS dünyada özellikle Avrupa ve Amerika'da önem kazanmış bir kavram olarak görülmeye başlar. Öncelikle, ekonomik koşullar sebebiyle ortaya çıkan KSS uygulamaları sayesinde işletmeler itibar kazanırken, rekabet ettikleri kurumlar arasında da farkındalık elde edebilmektedirler. Sonra da, devletin oluşturduğu yasal mevzuatlar ile KSS'nin özel sektörde bir zorunluluk haline geçmesi ile işletmeler kurumsal politikalarına KSS uygulamalarını entegre etmeye başlarlar (Çelikkaleli, 2017: 48-49). Avrupa'da KSS, ilk defa Temmuz 2001'de Avrupa Birliği (AB) Lizbon Zirvesi'nin gündeminde Yeşil Kitap⁸ ile yer alarak, sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek için bir araç olarak açık bir tartışma başlatmıştır. Kavram üzerine son on yılda, AB düzeyinde sürekli bir tartışma sürdürülürken, Danimarka ve Birleşik Krallık (İngiltere) gibi ülkeler KSS'ye yönelik yönetim yaklaşımlarında sert hukuki önlemler uygulamaya başlamıştır (Çelikkaleli, 2017: 20-21).

Avrupa Birliği, KSS hakkında daha sonra da "Temmuz 2002'de yayımlanan" Sürdürülebilir Kalkınmaya İş Dünyası katkısı" (A Business Contribution to Sustainable Development) yayını ile Avrupa düzeyinde bir KSS stratejisi sunmuştur. Komisyon 2004 yılında da KSS anlayışını yükseltmek, iş dünyası, sendikalar ve işletmeler, sivil toplum örgütleri ve diğer paydaşlar arasındaki diyalogu güçlendirmek amacıyla *Avrupa Çok Paydaşlı KSS Forumu*'nu⁹ gerçekleştirmiştir. Bu forumda belirlenen amaçlar aşağıda belirtilmiştir:

- Bilgi düzeyini arttırma, deneyim ve iyi örnek değişimi,
- Kobi'ler arasında KSS'nin teşvik edilmesi,
- KSS araçlarının uyumunun ve şeffaflığının artırılması,
- KSS'nin kalkınma yönlerine odaklanması.

⁷ Küresel İşbirliği Anlaşması, kolektif hareketin gücünden yararlanarak, şirketlerin, küreselleşmenin zorluklarını ortadan kaldırmaya destek olmaları için, sorumlu vatandaşlık kavramını yaygınlaştırmaya çalışmaktadır. Bu sayede özel sektör - ve diğer sosyal paydaşlar ile işbirliği yaparak, 'sürdürülebilir bir küresel ekonomiyi sağlamayı hedeflemektedir. Daha fazla bilgi için bakınız <https://www.unglobalcompact.org/>

⁸ Söz konusu yayında KSS, şirketlerin, sosyal ve çevresel sorunları kendi iş süreçleri ve paydaşları ile olan ilişkilerine gönüllü olarak entegre etmesini öngören bir kavram olarak tanımlamıştır. Daha Fazla bilgi için http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en

⁹ Daha fazla bilgi için: <https://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/articles/multi-stakeholder-forum-issues-csr-recommendations>

AB, Ekim 2011 yılında KSS ile ilgili “2011-14 KSS stratejisi” başlıklı bildiri yayınladı. Bu bildiri ile AB Komisyonu KSS’ye “şirketlerin toplum üzerindeki etkileri konusundaki sorumlulukları” şeklinde yeni bir tanım getirir¹⁰. Şubat 2015’te Brüksel’de gerçekleşen KSS konulu “Çok Paydaşlı Forumda” ise farklı alanlardan 450’den fazla paydaş katılır ve ele alınan alt başlıklar aşağıdaki gibidir:

- Uluslararası Pazar Erişimi
- Eğitim ve İnsan Sermayesi
- KOBİ’ler
- Uluslararası Kalkınma İş birliği
- İş ve İnsan Hakları
- Kamu Alım Satımı
- Yenilikçilik, Rekabetçilik ve Büyüme
- İnsan Hakları ve Telafilere Erişim
- Sorumlu Yatırım
- Sorumlu Tedarik Zincirleri
- KSS konusunda Ulusal ve Bölgesel Politikalar
- Finansal Kurumlar (Çelikkaleli, 2017: 20-21).

Tarihsel gelişim sürecini göz önünde bulundurarak, KSS kavramının farklı disiplinleri içerdiği ve yaşanan çevrenin farklı bileşenlerini bir araya getirdiği söylenebilir. Toplumdan alınan topluma vermenin ötesinde, büyük bir işletme sistemin parçası haline gelen KSS, tarihsel gelişiminin sonucunda, toplumla beraber sürdürülebilir kalkınmanın en etkin araçlarından birine dönüşmüştür.

3. TÜRKİYE’DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Türkiye’deki KSS uygulamalarının geçmişi, Osmanlı İmparatorluğu’nda vakf (şimdiki adıyla vakıf) anlayışına dayanmaktadır. Bu anlayış içinde eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik gibi kamu hizmetlerinin temel kurumsal mekanizmaları görülmektedir. Bugün Türkiye’deki pek çok aile holdingi bir vakfa sahiptir. Örneğin Vehbi Koç Vakfı’nın kuruluş amacı maddi imkânı yeterli olmayan kişilerin eğitim almasını sağlamak üzerinedir (Akyıl, 2017). Bu bağlamda, toplumun şirketlerden beklentisi de tarihsel vakıf felsefesi doğrultusunda şekillenmektedir. Şirketlerin bağışları ve hayırseverlik faaliyetleri toplumun işletmelerden beklediği sosyal sorumluluk faaliyetleri ile eşdeğer algılanmaktadır (Bikmen, 2003).

¹⁰ Daha fazla bilgi için: http://ec.europa.eu/growth/content/european-commission%E2%80%99s-strategy-csr-2011-2014-achievements-shortcomings-and-future-challenges_en

Türkiye'nin son yıllarda imzaladığı uluslararası antlaşmalarla birlikte, yürütülen kampanya ve etkinliklerin parçası olması ülkenin KSS konusundaki bilinç düzeyini arttırmıştır. 1996'da İstanbul'da gerçekleşen Habitat II Konferansında¹¹, fakirliğin ve ayrımcılığın azaltılması, insan haklarının korunması ve desteklenmesi, herkes için özgürlük, eğitim, sağlık ve beslenme gibi temel ihtiyaçların sağlanması gibi sosyal konuların altı çizilmiştir. Bu konferansın öncülüğünde Türkiye'de sürdürülebilir kalkınma hakkında tartışmalar için gereken ortamlar yaratılmıştır. Ancak 1999 yılında gerçekleşen İzmit depremi, sivil toplum, iş dünyası, devlet ve diğer sosyal paydaş gruplarını etkileyen bir olaya dönüşmüştür. Depremin ardından pek çok Sivil Toplum Kuruluşu (STK) ve gönüllü grup, tahrip olan bölgelerin yeniden yapımı ve iyileştirme hizmetleri yanında kurtarma çalışmalarında da aktif rol oynayarak, hükümetin deprem sonrası müdahalelerine destek sağlamıştır. Bu çalışmalar esnasında arama ve kurtarma topluluğu olan AKUT, bu sivil hareketin lokomotifidir. Hatta, AKUT, Silahlı Kuvvetlerden sonra ülkede en çok güvenilen kurum olmuştur (Adaman, Çarkoğlu, and Şenatalar 2000).

2004 yılında Türk dernek ve vakıflar hakkındaki kanunun Avrupa Birliği'ne uyarlanması da STK'ların gelişim sürecini hızlandırmış ve sivil katılımın ülkede daha uygun bir zeminde oluşmasını sağlamıştır. Kısaca, Türkiye'de hem uluslararası etkenler, hem de yaşanan ekonomik ve sosyal krizler iş dünyasının KSS faaliyetlerine hız vermesine sebep olmuştur. Kanada merkezli Globe Scan araştırma şirketinin "CSR Monitor" adıyla gerçekleştirdiği uluslararası bir araştırmanın sonucuna göre kurumsal yurttaşlık kavramı, Türkiye'de hayli tanınırlığa sahip olmasına karşın, şirketlerin çalışma hakları ve çevresel konularla ilgili işlevsel bir varlık gösterememektedirler (Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu, 2008: 7).

Son yıllarda giderek artan sayıda iş adamı sosyal problemlere çözüm çabalarına dâhil olmaktadır. TEMA (Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı), Hayrettin Karaca ve Nihat Gökyiğit gibi iki ünlü işadamı tarafından kurulurken, TOG (Toplum Gönüllüleri Vakfı) ise emekli bir banka CEO'su olan İbrahim Betil tarafından kurulmuştur. Koç Grubu Başkanı Ali Koç ise Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin tanınırlığını arttırmak için medya çalışmaları yapmaktadır. Arya Sponsorluk ve İletişim tarafından organize edilen *Uluslararası Sponsorluk Konferansı* Türkiye'de KSS konusunun algılanma biçimini gözler önüne sermiştir. Konferansta, toplumun geleneksel vakıf felsefesi doğrultusunda şirketlerin desteğini bağış ve sponsorluklar vasıtasıyla talep ettiğini, böylece de STK'lar ve halkla ilişkiler şirketlerinin de bu talebi karşılamak için şirketlerle ortaklık yoluna gittiği işaret edilmiştir¹². Bunların yanı sıra şirketlerin, sivil toplum kuruluşları ile birlikte ürettiği projeler toplum da sosyal sorumluluk bilincinin oluşmasında önemli katkıları olmuştur. Örneğin, Turkcell'in "Kardelenler" projesi, 2000 yılından bu yana Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği ile (ÇYDD) birlikte yürümekte olup, proje kapsamında her yıl ekonomik engeller nedeniyle okula gidemeyen kız çocuklarına eğitim bursu sağlanmıştır. Sayıları 100.000'in¹³ üstünde olan kız çocukları sağlanan burslar sayesinde eğitimlerine devam

¹¹ Daha fazla bilgi için: <http://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-insan-yerlesimleri-programi.tr.mfa>

¹² Daha fazla bilgi için: <http://www.mediacaonline.com/sponsorluk-konferansi-15-16-eylulde/>

¹³ Daha fazla bilgi için: <http://www.turkcell.com.tr/tr/hakkimizda/sosyal-sorumluluk/toplumsal-sorumluluk-projelerimiz/kardelenler>

edebilmişlerdir. Proje, medyanın da desteğini alarak diğer şirketler için bir referans haline gelmiş ve büyük bir başarı kazanmıştır (Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu, 2008: 8). Ayrıca, TÜSİAD ve TOBB gibi kurumların da KOBİ’lere yönelik gerçekleştirmiş oldukları faaliyetler büyük önem taşımaktadır.

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı da, “Eğitime Tam Destek”, “Haydi Kızlar Okula”, gibi özel sektör ve yerel teşviklerin yönlendirdiği pek çok eğitim kampanyasına destek vermiştir. “Kampanyaların başarısı öncelikle Türk toplumunun çocukların eğitiminin en öncelikli konular arasında geldiğini düşünmesi ve aynı zamanda da Türk vergi sisteminde eğitim konulu bağışların 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu, 89. Maddesine göre sağladığı avantajlara dayandırılabilir” (Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu, 2008: 8). Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği gibi dernek ve merkezlerin var oluşu da KSS’nin önemini arttırmıştır.

Birleşmiş Milletler de Türkiye’de KSS konusu üzerinde çalışmalara destek vererek, 1986’dan beri ülke çapında 80 program yürütmüştür. “Kalkınma için İş Sektörü ile Ortaklık Projesi”ni yürüten UNDP¹⁴, özel sektörün kalkınma ile ilgili konularda daha aktif rol almasını öngören Küresel İlkeler Sözleşmesi’nin teşvik edilmesini ve sözleşmeyi imzalayanların sayısının arttırılmasını da amaçlamaktadır.

2016 yılında yapılan “Herkes için Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Ulusal İnceleme Raporu”na¹⁵ göre, 2013 yapılan çalışmada %52.9 olan KSS farkındalık oranı 2015 yılı uygulamasında %95.5’e yükseldiği belirtilmiştir. Proje kapsamındaki şirketlerin önemli bir bölümünün, KSS uygulamalarını kurumsal iletişimin bir parçası olarak gördükleri tespit edilmiştir. Bu durum Türkiye genelinde “KSS’nin halkla ilişkiler ya da pazarlama aracı olarak görülmesi” yönündeki genel durum tespiti ile örtüşmektedir. Raporda sürdürülebilirlik temelli gerçekleştirilen analizler, şirketlerin çevre, enerji maliyetlerinin düşürülmesi, enerji verimliliği, toplumsal cinsel eşitliği ve eğitim konularına daha fazla; yenilenebilir enerji üretimi, engelliler ve iş sağlığı ve güvenliği konularına daha az yöneldiğini göstermiştir (Herkes için Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Ulusal İnceleme Raporu: 2016, 7-8). Türkiye’nin özellikle son yıllarda sürdürülebilirlik uygulamaları konusunda önemli adımlar attığını belirten raporda ayrıca şirketlerin sürdürülebilirlik ve raporlama çalışmaları için eğitime ihtiyacı olduğu kadar, sürdürülebilirlik kültürünün erken yaşlarda öğrenilmesi ve içselleştirilmesi için temel eğitim müfredatında yer almasının da önemi belirtilmiştir. Tüm bu çalışmalar KSS hakkında bilgilendirici ve özendirici olup, KSS hakkında daha çok çalışma alanlarının yaratılması konusunda referans noktaları olmaktadır.

¹⁴ Daha fazla bilgi için:

<http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/presscenter/pressreleases/2005/07/13/partnership-with-the-business-sector-for-turkey-s-development.html>

¹⁵ Daha fazla bilgi için <http://csrforall.eu/tr/icerik/reports/CSR-Ulke-Analiz-RaporuTR-190116.pdf>

Son olarak, Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Serdar Dinler ülkedeki KSS anlayışı için (Kuburlu, 2017),

“Türkiye’de KSS’ye yılda yaklaşık 80 milyon liralık bir bütçe ayrıldığı tahmin ediliyor. Bizim asıl amacımız ise KSS’nin kurum kültürü olmasını sağlamak. Bu çalışmaların ülke ekonomisine de katkısı çok önemli” dedi. Türkiye’de KSS uygulamaları için ayrılan bütçede ilk sırayı eğitimin aldığını dile getiren Serdar Dinler, şöyle devam etti: “Türkiye’de şirketlerin KSS’ye ayırdıkları bütçeleri tahmin etmek çok zor. Ancak bugün Türkiye’de KSS için derneklere yapılan bağışlar ve şirketlerin kendi çalışmaları için ayırdığı bütçelerin tutarının 80 milyon lira civarında olduğu tahmin ediliyor. Bu bütçenin önemli bir bölümünü de yabancı şirketler ayırıyor. Bugün Türkiye’de KSS uygulamalarında ilk sırayı eğitim alıyor. Çocuk, kadın ve çevre konuları da hemen ardından geliyor. Ancak bizim daha farklı çalışmalara ihtiyacımız var. Biz bundan daha fazlasını yapabilecek bir ülkeyiz. Şirketlerin KSS uygulamalarına biraz daha zaman ayırması gerekiyor diye düşünüyorum” diye belirtmiştir

4. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ VE YÖNTEMİ

Günümüz bilgi çağında, özel sektörün ve kamu kurumlarının sosyal sorumluluk yaklaşımını giderek daha fazla içselleştirmesi eğitim kurumlarının da konuyu daha sistematik bir biçimde ele almasına neden olmuştur. Gerek eğitim verdiği bireylerin topluma ve dünyaya duyarlı olup, sosyal sorumluluk bilinci taşıması, gerek kendi sosyal sorumluluk yaklaşımını ortaya koyması açısından eğitim kurumlarının bu alandaki ders programları oldukça önemlidir. Bu bağlamda, araştırmanın amacı KSS anlayışının Üniversitelerin İletişim fakültelerinde bir ders olarak öğrencilere verilmesinin önemini anlamaya yöneliktir. Araştırmada öncelikle, Türkiye’deki vakıf ve devlet üniversitelerinin gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk kampanyaları incelenmiştir. Daha sonra da, Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesinde 2009-2010 Akademik yılında müfredata konulan “Sosyal Sorumluluk Kampanyaları” dersi hakkında yapılan içerik analizi araştırmaya yön göstermiştir. Araştırmada yöntem olarak görüşme tekniği ve literatür taraması seçilmiştir. Bu kapsamda Fakülte, “Sosyal Sorumluluk Kampanyaları” dersi öğretim üyesi ile yüz yüze görüşmeler yapılmış, dersin “ders haritası” incelenmiştir. Her yıl güncellenerek işlenen adı geçen dersin tanımı, içeriği ve ölçme-değerlendirme raporlarının da incelenmesiyle bulgulara ulaşılmıştır.

5. EĞİTİM VE KSS

Son yıllarda Türkiye’de eğitim kurumlarında öğrencilerin sosyal sorumluluk bilincini kazanmasına ve çevresine duyarlı bir vatandaş olarak yetişmesine katkı sağlayan birçok proje gerçekleştirilmektedir. Milli eğitime bağlı özel ve devlet okulları, kamu üniversiteleri ve özel üniversiteler farklı sosyal sorumluluk alanlarında projeler uygulamaktadırlar. Diğer taraftan yerel yönetimler, kamu kurum ve kuruluşları da tıpkı özel sektör işletmeleri gibi sosyal sorumluluk çalışmaları planlamakta ve uygulamaktadır. Bu planlama içinde de işe alımlarda KSS bilincinin artması sonucu adayların herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olup olmadığı, sosyal sorumluluk çalışmasında bulunup bulunmadığı sorgulanmaktadır.

KSS'nin gelecekteki başarısı, gelecek kuşakların bir müşteri veya yönetici olarak işletme ve toplum arasındaki ilişki tutumlarına bağlıdır. İşletmelerin sosyal sorumluluğa verdiği önemin artması, öğrenciler üzerinde yapılan araştırmaların da artmasına neden olmaktadır. Gioia, (2002: 142) eğitim kuruluşlarında öğretmenlerin etik konusunu öğrencilere KSS çevresi içinde anlatmasının önemini vurgularken ayrıca da öğrencilerin gerçek sosyal sorumluluk projelerinde yer almalarını sağlamları gerektiğini belirtmiştir. Elias (2004: 269), öğrenciler üzerinde KSS algısı hakkında yaptığı araştırmada, öğrencilerin KSS kavramını öğrenmeden önce hissedarlarının çıkarlarının artırılmasına yönelik faaliyetler olarak yorumladığını belirtmiştir. KSS hakkında bilgi edinen öğrenciler daha sonra işletmenin temel sorumluluğu olduğuna inandıklarını belirtmişlerdir.

Giderek artan sayıda kurum ve kuruluş, içinde buldukları topluma karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirme konusunda çalışmalar yapmaktadır. Bunlar arasında akademik kuruluşlar da KSS stratejisinin işletmeler için uzun dönem performanslarına olumlu etkisinin bilincinde olan günümüz ve gelecek için yönetici adayları yetiştirmektedir. Bu kuruluşlar, aynı zamanda öğrencilerin ve genç yöneticilerin işletmelere ve onların topluma karşı sorumluluklarına yönelik algısını etkilemektedir (Sobczak, Debuquet, Havard, 2006, s. 464).

Ülkemiz eğitim kurumlarında sosyal sorumluluk konusuna ilişkin eğilim iki boyutta değerlendirilebilir. Birincisi eğitim kurumlarının kendi sosyal sorumlulukları açısından çalışmalarda bulunmaları; ikincisi ise eğitimlerini tamamladıktan sonra çalışma hayatına atılacak olan öğrencilerin sosyal sorumluluk bilinçlerinin geliştirilmesi için öğrenimleri süresince çeşitli sosyal sorumluluk projeleri içinde yer almalarının sağlanmasıdır.

Sosyal sorumluluk kavramını, öğrenim programlarına ve kampüs yaşantılarına entegre eden üçüncü Kuşak Üniversiteler¹⁶, ürettikleri bilginin yayılmasını ve kullanımını kendi sorumlulukları olarak görmektedirler. Bu çerçevede içinde de üretilen sosyal sorumluluk faaliyetlerinin içinde yer alan öğrenciler hem bireysel olarak sosyal sorumluluk bilincini geliştirmekte hem de edindikleri bilgi ve birikim doğrultusunda topluma ne tür katkılar yapabileceklerinin öğrenmektedirler (Sliwka, 2004: 10). Ayrıca, bu tür eğitimlerin sadece üniversiteler düzeyinde değil diğer tüm ilk ve orta öğretimde de yaygınlaştırılması bilinçli bir sivil toplumun yaratılmasında öncülük edecektir.

İlköğretim ve ortaöğretimde eğitim kurumları, Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2005 yılında yayınlamış olduğu "İlköğretim ve Orta Öğretim Kurumları Sosyal Etkinlikler Yönetmeliği"¹⁷ çerçevesinde ders programlarının yanı sıra öğrencide güven ve sorumluluk duygusu geliştirmeye, yeni ilgi alanları oluşturmaya ve beceriler kazandırmaya yönelik bilimsel, sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif alanlarda öğrenci kulübü ile toplum hizmeti çalışmaları gerçekleştirmektedir. Buna paralel olarak, Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) da 2006 yılında üniversitelerin eğitim fakültelerinin öğretim programlarını güncellemiş ve tüm eğitim

¹⁶ Wissema, (2009)üçüncü kuşak üniversiteyi şu şekilde açıklar: bilim odaklı ortaçağ üniversitesi (Birinci Kuşak), eğitim ve araştırma odaklı Humboldt tipi üniversite (İkinci Kuşak) ve günümüzde üniversitelerin aldığı yeni şekli ifade eden girişimci ve toplumla bütünleşen (Üçüncü kuşak) üniversite.

¹⁷ M.E.B. İlköğretim ve Ortaöğretim Kurumları Sosyal Etkinlikler Yönetmeliği için bakınız <http://ogm.meb.gov.tr/www/mill-egitim-bakanligi-egitim-kurumlari-sosyal-etkinlikler-yonetmeliği-yayimlandi/icerik/564>

fakültelerinde “Topluma Hizmet Uygulamaları”¹⁸ dersini uygulamaya koymuştur. Tüm programlar için zorunlu olan bir yarıyılık bu derste, öğrenciler, toplumun güncel sorunlarını belirleme ve çözüm üretmeye yönelik projeler hazırlamakla yükümlü olmuşlardır.

Türkiye’deki eğitim kurumlarına bakıldığında, sosyal sorumluluk eğitimine ilişkin uygulamaların çok yakın tarihlerde başladığı görülmektedir. Bu uygulamanın YÖK tarafından başlatılmasının ardından bazı üniversiteler kendi bünyelerinde aldıkları karar doğrultusunda tüm fakültelerinde, bazı üniversiteler ise birkaç fakültesinde bu dersi zorunlu hale getirmiştir. Kimi özel üniversitelerde sosyal sorumluluk uygulamalarının başlangıcı 2006 yılı öncesine dayanmaktadır. Bu uygulamaları aşağıdaki şekilde örneklendirmek mümkündür:

Koç Üniversitesi¹⁹: Bölgesel Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar (GIM) girişimi kapsamında UNDP Türkiye ile ortaklık kuran Koç Üniversitesi, dünya çapında kurumsal sosyal sorumluluğu geliştirmek ve daha kapsayıcı piyasalar oluşturmak ihtiyacına cevap vermek amacıyla, Koç Üniversitesi İşletme Enstitüsü Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramını daha geniş anlamda iyileştirerek müfredat ve araştırmalara evrensel değerleri yerleştirmek amacıyla akademik kuruluşlar için geliştirilen bir çerçeve olan Sorumlu Yönetim Eğitimi İlkeleri’nde (SYEİ) imza sahibidir. Ayrıca, 2001 yılından beri Öğrenci Etkinlikleri ve Gönüllü Projeler Ofisi’ne bağlı olarak faaliyet göstermekte olan Koç Üniversitesi Gönüllüleri Kulübü, 400’ün üzerinde aktif gönüllüsü ile birlikte, başta Sarıyer ilçesi olmak üzere İstanbul’un çeşitli bölgelerinde ve Türkiye genelinde sayısız proje geliştirmiş, birçok yere bağışlarda bulunmuştur.

Doğuş Üniversitesi²⁰ Toplumsal Duyarlılık Projeleri Dersi kapsamında farklı alanlarda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmaktadır. Öğrencilerin aktif olarak yer aldığı bu projeler aracılığıyla hem sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine destek verilmekte hem de yaşadığı topluma yabancı kalmayan, sosyal sorumluluk bilincini üst düzeyde taşıyan bireyler yetiştirilmesine katkı sağlanmaktadır.

Işık Üniversitesi²¹ sosyal sorumluluk bilincini yaygınlaştırmak amacıyla öğrencilerinin sivil toplum kuruluşları ile birlikte projeler üretmesini ve uygulamasını desteklemektedir. Sosyal Sorumluluk ders programlarını ilk başlatan Üniversitelerden biri olan Işık Üniversitesi, sosyal sorumluluk konularındaki çalışmalarıyla 'sürdürülebilir' bir dünya için daha duyarlı bir toplum oluşmasına katkı yapmayı amaçlamaktadır.

¹⁸ Eğitim Fakültelerinde Uygulanacak Yeni Programlar Hakkında Açıklama için bakınız:
http://www.yok.gov.tr/documents/10279/49665/aciklama_programlar/aa7bd091-9328-4df7-aafa-2b99edb6872f

¹⁹ Daha fazla bilgi için: <https://www.ku.edu.tr/tr/about-ku/socialresponsibility>

²⁰ https://dogus.edu.tr/tr/dogustayasam/toplumsal_projelerimiz.asp

²¹http://www.isikun.edu.tr/web/442-1215-11/isik_universitesi/kampus_hayati/isikta_etkinlikler/sosyal_sorumluluk_projeleri

Boğaziçi Üniversitesi:²² Clinton Global Initiative University (CGIU) 2016 Zirvesi'ne Boğaziçili 10 öğrenci sosyal sorumluluk projeleriyle katıldı. Boğaziçi Üniversitesi Psikoloji Bölümü'nden Elif Gizem Kain, Suriyeli mülteci çocukların aşı hizmetlerinden faydalanabilmesi için geliştirdiği projeye katılırken, Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nden Özgecan Yazar ve Melike Merdan, "Bubble Sustainable" isimli Boğaziçi kampüslerinin sürdürülebilirliğini artırmayı hedefleyen projeleriyle yer aldılar. Boğaziçi Üniversitesi Çevre Bilimleri Enstitüsü Doktora öğrencisi Mahir Yazar, yeşil ekonomi için sağlık hizmetlerinde kullanılan ürünlerde yeşil tedarik döngüsünü sağlamak için üniversite kampüslerindeki sağlık kliniklerine alınan ürünlerin yaşam döngüsünün doğaya zarar vermeyecek şekilde tasarlanması üzerine geliştirdiği projeye katılırken, Boğaziçi Üniversitesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü'nden Tarık Ozan Erkovan ve Endüstri Mühendisliği Bölümü'nden Gizem Dikdere'nin projesi Türkiye'de ilk defa bir filmin sesli betimlemeli izlenebilmesi için bir sinema salonu altyapısı oluşturmak üzerineydi. Görme engelliler ve engelli olmayan bireylerin bir arada aynı anda sinemada film seyredabilmelerini hedefleyen proje, geçtiğimiz yıl açılan Boğaziçi Üniversitesi'nin sinema salonu SineBU'nun da oluşum sürecindeki temel noktalardan birini oluşturdu.

Orta Doğu Teknik Üniversitesi:²³ Üniversite bünyesinde 2013 yılında kurulan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Proje Grubu amaçları içinde ilkökul ve lise öğrencilerini teknik yönden geliştirmek dezavantajlı gruplara teknik eğitimler sağlamak ve toplumdaki sosyal sorumluluk bilincini arttırmak yer almaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda topluma ve çevreye yararlı projeler üretmektedirler.

Tüm bu faaliyetlere ek olarak, Toplum Gönüllüleri Vakfı, 2002 yılından beri üniversite gençlerinin sosyal sorumluluk projeleri yürütmesine destek olmakta ve böylece gençlerin gönüllülük temelinde toplumsal hayata katılımını arttırmayı hedeflemektedir. Ekim 2012-Temmuz 2013 tarihleri arasında hayata geçirdikleri Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Pilot Projesi ile de sosyal sorumluluk ve girişimcilik konularında kurumsal kapasiteleri, uygulamaları, deneyim ve uzmanlıkları farklı 5 üniversitenin gönüllü katılımıyla gerçekleştirmişlerdir. Bu proje ile üniversitelerde sosyal sorumluluk ve girişimcilik uygulamalarına dair yapılan çalışmaların, bu çalışmalardan etkilenen tüm tarafların katılımıyla; yani öğrenciler, akademisyenler ve idarecilerin katkılarıyla geliştirilmesi sağlanmıştır. Bu projeyi oluşturan temel yaklaşım, aynı zamanda kurum içi demokrasinin geliştirilmesi için bir model olma özelliğini taşıyor. Proje sonunda, toplumsal sorunlara farklı yollarla ve araçlarla çözümler üreten iki kurum; üniversite ve sivil toplum kuruluşu arasında iyi örnek teşkil edebilecek bir işbirliği geliştirilmiştir. Bu projenin başarılı olması ile birlikte tüm illerde yüzün üstünde üniversitede TOG'la ilişkili üniversite kulüpleri kurulmuştur.²⁴

²²<http://haberler.boun.edu.tr/tr/haber/bogazicili-10-ogrenci-sosyal-sorumluluk-projeleriyle-cgiu-zirvesinde-fark-yaratti>

²³ <https://ieee.metu.edu.tr/proje-gruplari/sosyal-sorumluluk-proje-grubu/>

²⁴ <https://www.tog.org.tr/nerelerdeyiz/>

6. VAKA ÇALIŞMASI: BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ, İLETİŞİM FAKÜLTESİ, “SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARI” DERSİ

Eylül 2000’de toplanan Birleşmiş Milletler kurulunda 147 devlet ya da hükümet başkanı “küresel düzeyde insan onuru, eşitlik ve esenlik ilkelerinin güçlendirilmesi için topluca taşıdıkları sorumluluğu” kabul ederek Binyıl Bildirgesi’ni ilan etmişlerdi. Söz konusu ilkelerin gerçekleşebilmesi için “Sekiz Binyıl Kalkınma Hedefi” belirlenmiş olup, bildirgeyi imzalayan her ülke için 2015 yılına kadar ölçülebilir ve izlenebilir bir biçimde geliştirilmiştir. 2015 yılında yayınlanan rapor ile hedeflerin birçoğuna dünya genelinde ulaşıldığı görülüp²⁵, aynı yılın Eylül ayında üye ülkeler New York, ABD’de önümüzdeki 15 yıl boyunca politikalara ve fonlamalara rehberlik edecek “yeni küresel sürdürülebilir kalkınma hedeflerini” belirlemişlerdir²⁶. Bu hedeflerin ana amaçlarına bakıldığında sosyal sorumluluğa yönelik halkla ilişkiler kavramının bu hedefleri gerçekleştirmede ne kadar etkili faktör olduğu ortaya çıkmaktadır.

Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı tarafından yapılan Sivil Toplum İzleme Raporuna²⁷ (2013-2104) göre Üniversitelerde sivil toplum alanına ilişkin yürütülen akademik araştırmalar, düzenlenen sertifika programları ve dersler STK’ların ve STK çalışanlarının kapasite gelişimine katkı sağlamakta, sivil toplumun bilinirliğinin artmasına ve gençlerin bu alana dair bilgiye erişimini kolaylaştırmada da rol oynamaktadır. Araştırmada ayrıca, Üniversiteler ve STK’lar arasındaki diyalog ve işbirliğinin geliştirilmesine yönelik çalışmalara devam edilerek, tarafların birbirinin uzmanlıklarından faydalanabileceği ve sivil toplum alanına fayda sağlayacak işbirlikleri ve ortak araştırma projeleri yürütmelerinin teşvik edilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu rapor, KSS’nin Üniversite ders programlarına entegre edilmesine yönelik bir harita ortaya koyarken, aynı zamanda da üniversitelere toplumsal gelişmeye katkıda bulunma zemininde önemli sorumluluklar yüklemektedir. Ancak ders programları bir zorunluluğu yerine getirmek olarak düşünülmemelidir. Öğrencinin sosyal sorumluluk bilincinin eğitim sürecinde kazanmasının getireceği faydalar göz önünde bulundurularak, KSS alanında stratejik planlama yapabilmek ve çözüm üretebilme yeteneğinin geliştirilmesi üzerinde durulmalıdır.

Bu çerçevede, iş dünyasında orta ve üst kademedeki personel olarak yer alabilmesi amacıyla İletişim Fakültelerinde yetiştirilen öğrencilerin sosyal sorumluluk kavramını nasıl öğrendikleri ve pratik ettikleri, gelecekte iş dünyasının etik pozisyonunu belirleyici unsurlardan en önemlisi olacaktır. Bu noktadan hareketle araştırmanın temel amacı İletişim Fakülteleri öğrencilerinin KSS’ye ilişkin kavramları nasıl öğreneceğini belirlemektir.

²⁵ Raporu okumak için: <http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/library/mdg/millennium-development-goals-report-2014.html>

²⁶ Bu hedefler sırasıyla; yoksulluğa son, açlığa son, sağlıklı bireyler, nitelikli eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, temiz su ve sıhhi koşullar, erişilebilir ve temiz enerji, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, sanayi, yenilikçilik ve altyapı, eşitsizliklerin azaltılması, sürdürülebilir şehir ve yaşam alanları, sorumlu tüketim ve üretim, iklim eylemi, sudaki yaşam, karasal yaşam, barış ve adalet ve son olarakta hedefler için ortaklıklar. Detaylı bilgi için: <http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>

²⁷ Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı tarafından yapılan Sivil Toplum İzleme Raporu: http://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/Izleme_Raporu_Yoneticisi_Ozeti_2013_2014.pdf

Başkent Üniversitesi'nin bazı fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokullarında daha önceki ders programları içerisinde sosyal sorumluluk çalışmaları yürütüldüğü bilinmektedir. Ancak bu tip çalışmalar 2009-2010 akademik yılında ders programına eklenen "Sosyal Sorumluluk Kampanyaları" dersi gibi yapılmamıştır. Bu araştırma evreninde, uygulamaya konulan "Sosyal Sorumluluk Kampanyaları" dersinin işleyişine ilişkin durum tespiti yapmak ve yurt içinde yer alan diğer İletişim Fakültelerine örneklendirmek amaçlanmaktadır.

Araştırma kapsamında Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi bünyesinde bulunan "Sosyal Sorumluluk Kampanyaları" dersinin 2009-2010 eğitim öğretim yılı itibariyle ders programları içerisine dâhil eden Öğretim üyesine²⁸ aşağıda yer alan sorulardan alınan cevaplar ve Ders haritasından elde edilen bilgiler araştırmanın bulgularını oluşturmuştur.

1. "Sosyal Sorumluluk Kampanyaları" dersi Fakültenizde hangi dönemlerde okutulmaktadır?
2. Fakülteniz açısından bu dersin amacını nasıl değerlendiriyorsunuz?
3. Fakültenizde bu dersin koordinasyonu ve işleyişi hakkında bilgi verebilir misiniz?
4. Fakültenizde bu dersi veren öğretim üyeleriniz/görevlileriniz nasıl belirlendi?
5. Dersin uygulanmasına ilişkin yaşanan sıkıntılar var mıdır? Varsa Nelerdir?
6. Fakültenizde uygulamada ağırlık verdiğiniz proje alanları nelerdir?
7. Dersin verimliliği nasıl ölçümlenmektedir?

Yöneltilen sorulara verilen cevaplarla aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

1. "Sosyal Sorumluluk Kampanyaları" dersi İletişim Fakültesinde her sene güz döneminde seçmeli ders olarak açılmakta olup, dersin kontenjanının 30 kişi olarak belirlendiği öğrenilmiştir. Ders son sınıf öğrencileri için açılmakta olup, her sene hem son sınıf hem de üçüncü sınıf öğrencileri dersi seçmektedir.
2. Dersin amacı, genel olarak öğrencilerde KSS bilincini geliştirmek, öğrencilerin sosyal projelere ilişkin bilgi ve deneyimlerini arttırmak, bu bilgi ve deneyimleri kullanarak toplumsal fayda yaratmalarını sağlamak şeklindedir. Aynı zamanda gerçekleştirilen projelerle de öğrenciler sosyal sorumluluk bilincini çalışma alanlarının bir gerekliliği olarak görmeyi öğrenmektedir. Fakülte, bu dersi üniversitenin amaçları ile bütünleştirmekte olup, gerekli tüm donanımları sağlamaktadır. Ayrıca, her sene dersin kapsamında öğrenciler dersin öğretim üyesinin belirlediği bir proje içinde yer alıp, hem sosyal sorumluluk projesinin aşamalarını pratik ederek öğrenme yetilerini geliştirmekte, hem de gelecek iş hayatları için bir portföy oluşturmaktadırlar
3. Dersin koordinatörlüğü, dersin yürütücüsü öğretim üyeleri/görevlileri tarafından yapılmaktadır. Buna ek olarak, dersin içeriğinde her sene belirlenen proje içinde hem bölüm başkanlığı hem de dekanlık ortak çalışmaktadır. Ayrıca, dersin işleyiş süresi boyunca gerek kamudan gerek özel işletmelerden gerek de STK'lardan çeşitli konuşmacılar gelip, dersin öğrencilerine kendi deneyimlerini gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetlerini aktarmaktadırlar.

²⁸ Yrd. Doç. Dr. Senem Güngör

Dersin işleyiş süresi toplam 14 hafta olup, akademik yılın bahar döneminde yer almaktadır. Bu dönem içinde verilmesinin sebebi ise her sene belirlenen yardıma ihtiyacı olan okullara maddi kaynak sağlanabilmesi için dersi alan öğrencilerin Başkent Üniversitesi Bağlıca kampüsünde açık hava stant açmaları gerekmektedir. Bu stantlardan elde edilen gelir ile ihtiyaçlar alınıp, belirlenen okula elden teslim edilmektedir. Bu noktada uygun hava koşullarını Bahar dönemi sağlamaktadır.

İlk yedi hafta boyunca ders, teorik olarak verilmekte olup, geri kalan yedi hafta da belirlenen proje üzerine çalışılmaktadır. Projede gruplar halinde çalışan öğrenciler, dönemin sonunda dersin sorumlusuna elden yazılı proje teslim etmektedirler. Dersin öğretim üyesi, dersin ilk yarısında teorik bilgiler için aşağıda belirtilen kaynakları ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneğinin yayın ve araştırmalarını kullandığını belirtmiştir.

- i. Crane, A., McWilliams, A., Matten D., Moon, J., and Siegel, D.S. (2009). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (Oxford Handbooks). Oxford University Press: USA. B00287NL5Y
- ii. Prahalad, C. K. And Porter, M.E. (2003). *Harvard Business Review on Corporate Responsibility* (Harvard Business Review Paperback Series). Harvard Business Press: USA.
- iii. Kotler, P. and Lee, N. (2004). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley Press: New Jersey.
- iv. Pringle, H. & Thompson, M. (2000). *Marka Ruhü Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ile Marka Yaratmak*. Scala Yayıncılık
- v. Kotler, P. & Lee, N. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: MediaCat Yayınları
- vi. Aydede, C. (2007). *Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. MediaCat Kitapları
- vii. Özgen, E. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri*. Mavi Ağaç Yayınları
- viii. Tanyeri, M., Bayraktaroğlu, G. & İter, B. (2009). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru*. Literatür Yayıncılık

Dersin ikinci yarısında ise, dersi alan öğrencilerin gruplara ayrıldığını ve sekizinci haftada yardım için belirlenen okula ziyarete gidildiğini belirten dersin sorumlusu ziyaret sonucu yardım için gerekli listenin hazırlandığını söylemiştir. Bu doğrultuda, dokuzuncu ve onuncu hafta, on birinci hafta içinde açılacak stant için hangi malzemelerin satılacağını belirlediğini, proje için poster ve slogan tasarlandığını altını çizmiştir. On birinci hafta içinde açılan stantlarda elde edilen gelir doğrultusunda öğrenciler pazar araştırmasına başlayarak, gerekli malzemelerin alım süreci içine girip, proje yazım aşamasına başlamaktadırlar. On dördüncü hafta sonunda da yazılı projelerini dersin sorumlusuna teslim etmektedirler.

4. Araştırma verilerine göre dersi veren öğretim üyesi fakülte genelinde görevlendirme ile belirlenmiştir. Bu görevlendirmenin de hem ders yüküne hem de daha önce bu tip sosyal

sorumluluk çalışmaları konusunda deneyimli olan öğretim üyesine göre yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

5. Dersin uygulanmasına ilişkin yaşanan genel sıkıntıların başında bürokratik sorunlar gelmektedir. Fakülte ile sivil toplum kurumları vb. diğer resmi kurumlar arasındaki yazışmalarda yaşanan problemler, bazı kurumların bu tip projeler için çeşitli protokoller istemesi nedeniyle dersin içeriğinde yer alan projelerin başlama zamanında gecikmeler yaşanmasına sebep olabilmektedir. Bu durum da öğrencilerde motivasyon düşüklüğü yaratabilmektedir. Ayrıca; dersin içeriğinde yer alan projelerde bütçeye gereksinim duyulmakta, araç desteği ve teknik donanım desteği konusunda sıkıntılar yaşanabilmektedir. Fakat son yıllarda Üniversite yönetiminin öğrencilere kampüs içinde stant açılması hususunda yarattığı kolaylıklar sayesinde bu problemin etkisi azalmıştır. Bunlara ek olarak, geçmiş yıllarda ortak bir şablonun olmaması öğrencilerin proje hazırlamasında ve raporlamalarda problem yaratabilmekteydi. Fakat dersin öğretim üyesi tarafından geliştirilen şablon sayesinde bu problemin etkisi azalmış olup sadece proje yazma konusunda sıkıntıların yaşandığı belirtilmiştir. Dersin öğretim üyesi, bu şablonu yapmış olduğu literatür araştırması sonucu ve gerek STK gerekse de işletme yöneticileri ile yapmış olduğu röportajlar sonucu ortaya çıkarmıştır.

Daha önceleri dersin içeriğinde yer alan projelerde belirlenen okulların uzaklığı, faaliyet yerleri kontrolünün zorlaşmasına sebep olurken, son yıllarda belirlenen okulların Ankara ve yakın çevresi olarak tespit edilmesi ile daha etkin sonuçlar elde edilmesi sağlanmıştır. Ayrıca da, üniversite tarafından sağlanan araç, teknik ve insan kaynağı ile birlikte kontrolü daha etkin olmuştur.

6. Araştırma kapsamında alınan yanıtlar çerçevesinde derste ağırlık verilen sosyal sorumluluk uygulama alanları ve konuları şu şekildedir: 4-6 yaş çocuklarına yönelik okul öncesi eğitim alanında çalışmalar, eğitim için materyal geliştirme, bunları Ankara içi ve/veya Ankara'ya bağlı ilçelerde bulunan ihtiyaç sahibi okullara gönderme.
7. Dersin ölçümü iki aşamadan oluşmaktadır. İlki, ilk yedi hafta içi yapılan sınıf içi sunumlar olup, konular dersin verildiği yıla bağlı olarak son iki yılda Türkiye'de ve dünyada KSS konusunda yapılmış araştırmalardır. İkinci aşama ise, final projesi olup hem stant açımında elde edilen performans hem de dönem sonucu dersin öğretim sorumlusuna teslim edilen yazılı projedir. Bunlara ek olarak dersin sorumlusu tarafından da dersin performansını ölçmek üzere her dönem sonu öğrencilere anket uygulanmaktadır. Anket sonuçlarının çoğunlukla değişmediğini belirten dersin öğretim üyesi, her sene uyguladığı ankete göre öğrencilerin KSS bilincine ulaştıklarını, KSS projelerinin işletmeler için ne gibi fayda sağlayacağını ve bu tarz faaliyetlerin ülkenin sürdürülebilir kalkınma hedefleri içinde çok önemli rol oynadığını farkına vardıklarına dikkat çekmiştir. Bunun yanında, anket sonuçlarında her zaman gerçek bir projenin içinde yer almanın öğrenciler üstünde çok olumlu etkiler yarattığını işaret eden dersin sorumlusu, bu etkileri gelecek iş hayatlarında kullanma hedeflerini koyduklarını söylemiştir.

Bu cevaplara ek olarak, dersin sorumlusu, bu tarz derslerin öğrencilerin toplumsal duyarlılık açısından farkındalığının sağlanması ve bu alanda deneyim kazanması için önem

taşıdığı belirtmiştir. Sosyal sorumluluk bilincinin içselleştirilmesi için tüm üniversite dönemini kapsayan bütünsel bir eğitim yaklaşımı benimsenirse, geleceğin hem duyarlı iş dünyasını hem de duyarlı toplumunu yaratmada oldukça önemlidir. Türkiye’de yer alan altmış dokuz iletişim fakültesi KSS alanında vereceği dersler ile hem gelişmekte olan ülkenin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkıda bulunacak hem de KSS bilincine sahip iş dünyası için gelecek nesiller yetiştirmiş olacaktır.

Bu yıl yirmi altıncısı düzenlenen ve her yıl düzenli olarak yapılan İletişim Fakülteleri Dekanları Kurulu²⁹ (İLDEK) toplantıları her sene bir üniversitenin ev sahipliğinde gerçekleşmektedir. Toplantılara, iletişim fakültesi dekanları, hem ilgili sektörden temsilciler, hem de ilgili kurum ve kuruluşlardan katılım sağlanırken birlikte konjektürel saptamalarda bulunup yeni görüş ve öneriler değerlendirilerek karşılıklı fikir alışverişinde bulunulur. Bu toplantı KSS kavramı ve ders olarak İletişim Fakültelerinde yer alması açısından bir fırsat yaratmaktadır. Bu dersin tüm iletişim fakültelerinde verilmesi halinde, her yıl bu toplantıda dekanlar kendi fakültelerinde dersin kapsamında yer alan projeleri değerlendirerek hem “yeni küresel sürdürülebilir kalkınma hedefleri” doğrultusunda sürdürülebilir toplumsal kalkınmaya katkıda bulunabilir hem de KSS konusunda akademik çalışmaların artmasına ve insan kaynağının gelişimi açısından önemli bir gelişme elde edilebilir.

Bunlara ek olarak, bu tarz derslerin içeriğinde Türkiye’de yer alan STK’lar ile işbirliğine gidilerek, üniversiteli gençlerin STK’larla bir araya gelmeleri ve ortak projeler yürütmelerine olanak sağlanabilir. Böylece, sosyal sorumluluk farkındalığı ve bilinci gelişen öğrenciler hem toplum için hem de kurumlar için işlevsel ve stratejik düşünen bireyler olarak yetişirler. Ayrıca, STK’ların desteği ile bu tarz çalışmalar uluslararası kuruluşlarla paylaşılabilir ve sonucunda da küresel adımlar atılmasına sebep olabilir.

²⁹ Detaylı bilgi için İLDEK ana sayfasına bakınız: <http://web.firat.edu.tr/ildek/>

SONUÇ

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte tüketimin daha bilinçli bir konuma gelmesi kurum ve kuruluşların sosyal sorumluluk alanına ağırlık vermelerinin itici gücü olmuştur. Örneğin, 1995 yılında Shell'in Kuzey Denizinde yer alan eski bir petrol platformu Brent Spar'ı batırmaya karar vermesi, Greenpeace'in uluslararası medyanın manşetlerine taşınan protestolarına yol açmıştır. Yine aynı yılda ülkemizde Greenpeace, Petrol-İş'in desteğiyle Petkim'in klor üretim sürecinde kullandığı cıvalı yöntem yerine alternatif yönteme geçmesini sağlamıştır. Bu gibi örnekler şirketleri, rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri için sosyal sorumluluk çalışmalarına yöneltilmektedir (Porter & Kramer, 2007: 7). Kurum ve kuruluşların gerçekleştirdiği sosyal sorumlulukların ifadesi olarak kullanılan "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" kavramı hem özel sektör hem kamu sektörü hem de kâr amacı gütmeyen sektörün girişimleri ve faaliyetleriyle yaygınlaşmıştır.

1990'lardan itibaren bu kavram işletmelerin, halkla ilişkiler uzmanlarının, sivil toplum kuruluşlarının, kamu kurumlarının, üniversitelerin ve toplumsal değerleri temsil eden tüm kesimlerin sıklıkla başvurduğu bir durum haline gelmiştir (Kadıbeşegil, 2006: 334). Günümüzde, pek çok işletme önceki dönemlerdeki sınırlı sorumluluklarını toplumsal ve küresel sorunları göz önünde bulunduracak şekilde genişletmiş, toplumun gözünde itibar sahibi olabilmek ve toplumla güven ilişkisi kurabilmek maksadıyla da sosyal sorumluluk yaklaşımını benimsemiş ve kendi kurum kültürlerinin bir parçası haline getirmiştir.

Sosyal sorumluluk konusunu ciddiye alan işletmeler önemli kazanımlar elde ederek, marka değerleri ve dolayısıyla piyasa değerlerini arttırmaktadırlar. Ayrıca bilinçlenen tüketiciler, STK'ların nitelik ve niceliğinin artması, çıkarılan çeşitli yasalar ve enformasyon iletişim teknolojileri sayesinde toplumun pek çok gelişmeden haberdar olabilmesi karşısında işletmeler faaliyetlerini bu çerçevede düzenlemektedirler. KSS bilincinin oluşmasının bir sonucu olarak Türkiye'de de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği kurulmuş ve bu dernek 2008 yılında KSS Avrupa üyeliğine kabul edilmiştir. Bu derneğin çalışmaları dışında da Capital dergisinin 2005 yılından itibaren her yıl Sosyal Sorumluluk Liderlerini sunduğu bir araştırmanın da yapıldığı gözlemlenmektedir.

KSS'nin öneminin artmasının sonucu olarak, üniversite eğitiminde de KSS'nin yerini araştıran çalışmalar akademik literatürde kendine yer bulmuştur. Bu çalışmanın amacı da benzer olup, üniversitelerimizin İletişim Fakültelerinde KSS eğitime gereken önemin verilmesi, müfredatlarının içine entegre edilmesinin yararı üzerinedir. Aynı amaç doğrultusunda hem öğrencilerin KSS konusunda bilgi ve bilinç sahibi olmalarını hem de gelecekte sahibi/ortağı ve/veya yöneticisi olacakları işletmelerin KSS faaliyetlerine gereken önemi vermelerini sağlayacaktır. Ayrıca, öğrencilerin birer tüketici ve toplumun bir bireyi olarak da sosyal sorumluluk açısından işletmelerden beklentilerini şekillendirebilecektir. Bu çerçevede içinde de Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesinde 2009-2010 akademik yılından itibaren müfredatın içinde yer alan "Sosyal Sorumluluk Kampanyaları" dersi incelenerek, iletişim fakültelerinde yer alması beklenen KSS dersleri için bir örneklem olarak sunulmuştur.

Günümüz çok kültürlü üçüncü kuşak üniversiteler, ürettikleri bilginin değerini topluma aktarmaktadırlar. Bu özelliği ile üniversiteler eğitim, öğretim, araştırma ve toplumsal sorumluluk esaslı amaçlarını genişleterek yenilikçi ve yaratıcı projelerle buldukları bölgelerin gelişmesine katkı sağlayan modeller olmuşlardır. Başkent Üniversitesi gibi birçok üniversite stratejik gelişim planları içine üçüncü kuşak üniversiteye dönüşmeyi entegre etmiş

ve bu hedef doğrultusunda da çalışmalara başlamışlardır. Bu çerçevede içinde, KSS kavramının üniversitelerde ders olarak okutulması bu eğitim kurumlarına hem buldukları bölgelerde araştırma ve gelişmelere katkıda bulunma olanağı sağlarken hem de kurum ve kuruluşlara KSS bilincine sahip yaratıcı bireyler yetiştirme imkânı yaratacaktır.

KAYNAKÇA

Adaman, F., Çarkoğlu, A. & Şenatalar, B. (2001). *Hanehalkı Gözünden Türkiye'de Yolsuzluğun Nedenleri ve Önlenmesine İlişkin Öneriler*. İstanbul: TESEV.

Akyıl, L. (2017, 28 Mart). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi. *Indigo*. Erişim: <https://indigodergisi.com/2017/03/kurumsal-sosyal-sorumluluk-nedir/>

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

Anca, C. E. & Roderick, B. (2007). The Influence of Brand Image and Company Reputation Where Manufacturers Market To Small Firms: A Customer Value Perspective. *Industrial Marketing Management Journal*, 36 (2), s. 230-240.

Ataman, G. (2001). *İşletme Yönetimi: Temel Kavramlar & Yeni Yaklaşımlar*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Aydede, C. (2007). *Yükselen Trend: Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: MediaCat Kitapları

Bhaduri, S.N. & Selarka, E. (2016). *Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Indian Companies*. Singapur: Springer.

Bikmen, F. (2003). Corporate Philanthropy in Turkey: Building on Tradition, Adapting to Change. *SEAL - Social Economy and Law Project Journal*, Autumn, s.2.

Boatright, J. R. (2003). *Ethics and the Conduct of Business*. New Jersey: Prentice Hall.

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4, (4), s. 497-505.

Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility - Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38 (3), s. 268-295.

Çelikaleli, B. (2017). *Türkiye ve Avrupa Örnekleri Işığında Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi*. İstanbul: TURKFONED.

Elias, R. Z. (2004). An Examination of Business Students' Perception of Corporate Social Responsibilities Before and After Bankruptcies. *Journal of Business Ethics*, 52 (3), s. 267-281.

Forsythe, D. F. (1989). *The United Nations in the World Political Economy*. London: Palgrave Macmillan.

Friedman M. (2007) The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. W.C., Holzinger M., Richter K. (Eds). *Corporate Ethics and Corporate Governance*. Berlin: Springer.

- Gioia, D. A. (2002). Business Education's Role in The Crisis of Corporate Confidence. *Academy of Management Executive*, 16(3), s.142–145.
- Kadıbeşegil, S. (2006). *İtibar Yönetimi*. İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Kotler, P. & Lee, N. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: MediaCat Yayınları
- Kuburlu, C., (2017, 21 Mart). 80 milyon TL'lik sorumluluk. *Hürriyet*. Erişim: <http://www.hurriyet.com.tr/80-milyon-tlik-sorumluluk-40402782>
- Leonard, D. & McAdam, R. (2003). Corporate Social Responsibility in a Total Quality Management Context: Opportunities for Sustainable Growth. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 3 (4), s. 36-45.
- McGee, J. (1998). Commentary on “Corporate Strategies and Environmental Regulations: an Organizing Framework” by A. M. Rugman and A. Verbeke. *Strategic Management Journal*, 19 (4), s. 377-387.
- Mohr, L.A., D. J. Webb & E. Haris, (2001). Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior. *The Journal of Consumer Affairs*, 35 (1), s. 45–71.
- Moir, L. (2001). What Do We Mean by Corporate Social Responsibility? *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 1 (2), s. 16-22.
- Mele, D. (2009). Corporate Social Responsibility Theories. A., Crane (Ed.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, (s. 47-83). Oxford: Oxford University Press.
- Moura-Leite, R. C. & Padgett, R.C. (2011). Historical Background of Corporate Social Responsibility. *Social Responsibility Journal*, 7 (4), s. 528-539.
- Özgener, Ş. (2004). *İş Ahlakının Temelleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım*. İstanbul: Nobel Yayınevi.
- Özkol, E., Çelik, M. & Gönen, S. (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 27, s.134-145.
- Porter, M. E., & Kramer, M. (2002, December). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, s. 5-16.
- Post, J. E., W. Frederick, Lawrence, A. T. & Weber, J. (1996). *Business and Society*. 8. ed. McGraw-Hill Inc., 1996.
- Savaş, V. (2000). *İktisatın Tarihi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Sert, N. Y. (2012). Türkiye’de Özel Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışına İlişkin Yarar Algısı: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Duyurulmasında Web Sitelerinin Kullanılması. *Academic Journal of Information Technology*, 3(9), s. 31-50.
- Shaw, L. C. (2012). *Brief Guide to Corporate Social Responsibility*. London: SAGE Publications. ,
- Sliwka, D. (2003). Organizational structure and innovative activity. *Economics of Governance*, 4(3), s. 187-214.
- Sobczak, A., Debucquet, G. & Havard, C. (2006). The Impact of Higher Education on Students' and Young Managers' Perception of Companies and CSR : An Exploratory Analysis. *Corporate Governance*, 6 (5), s. 463-474.

Tencati, A., Perrini, F. & Pogutz, S. (2004). New Tool to Foster Corporate Social Responsibility Behavior. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), S.173-190.

Wissema, J. G., (2009). *Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru*. Çev.:Özyeğin Üniversitesi. İstanbul: Özyeğin Üniversitesi Yayınları.

Zadek, S. (2004). The Path to Corporate Responsibility. *Harvard Business Review*, 82 (12), s.125–132.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği. *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu*. Erişim: http://kssd.org/site/dl/uploads/CSR_Report_in_Turkish.pdf

Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi: TÜRKİYE Sürdürülebilirlik Raporlaması Ulusal İnceleme Raporu, Ocak 2016. Erişim: <http://csrforall.eu/tr/icerik/reports/CSR-Ulke-Analiz-RaporuTR-190116.pdf>