

İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TÜRKİYE'DE Y KUŞAĞININ SOSYAL SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE
KATILIMLARINDA KSS PROJELERİNİN ROLÜ

NERİMAN ERALP
113699018

PROF. DR. YONCA ASLANBAY

İSTANBUL
2017

TÜRKİYE'DE Y KUŞAĞININ SOSYAL SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE
KATILIMLARINDA KSS PROJELERİNİN ROLÜ

NERİMAN ERALP
113699018

TÜRKİYE'DE Y KUŞAĞININ SOSYAL SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE KATILIMLARINDA
KSS PROJELERİNİN ROLÜ
THE ROLE OF CSR PROJECTS IN INVOLVING THE GENERATION Y IN THE
SOLUTION OF SOCIAL PROBLEMS

Neriman Eralp

113699018

Tez Danışmanı: ...Prof. Dr. Yonca Aslanbay.....

Jüri Üyesi: ...Yrd.Doç.Dr.Bariş Ursavaş.....

Jüri Üyesi: ... Doç.Dr.Yeşim Ulusu.....

Tezin Onaylandığı Tarih :

Toplam Sayfa Sayısı:

Anahtar Kelimeler (Türkçe)

- 1) Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı
- 2) Kuşak Kavramı
- 3) Y Kuşağı
- 4) Sosyal Sorunlar
- 5) İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları

Anahtar Kelimeler (İngilizce)

- 1) Corporate Social Responsibility Concept
- 2) Generation Concept
- 3) Generation Y
- 4) Social Problems
- 5) Social Responsibilities of Companies

ÖNSÖZ

Tez konumun belirlenmesinden sonuca ulaştırılmasına kadar her aşamada önerilerini ve desteğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Yonca Aslanbay'a,

Tezimin geliştirilmesine destek olan jüri üyeleri Doç. Dr. Yeşim Ulusu ve Yard. Doç. Dr. Barış Ursavaş'a,

Beni tezli yüksek lisans yapmak konusunda cesaretlendiren, hayatımın her noktasında olduğu gibi tezimin her aşamasında da desteğini esirgemeyen, bir gün bu tezi bitireceğime ve doktora başlayacağıma dair beni motive eden ve bana her zaman inanan değerli eşim Aras Kalyoncuoğlu'na,

Desteklerini her zaman hissettiğim canım annem Sebahat Eralp'e ve babam Suat Eralp'e ve biricik kardeşim Akın Eralp'e,

Bu süreçte manevi dayanaklarımı her zaman hatırlayacağım Sinem Ümeiş ve Mustafa Söylemez'e,

Tezimi yazabilmek için ateşi fitillememe vesile olan ve bana yol gösteren canım arkadaşım Cahide Karav'a,

Araştırmam süresince beni motive eden ve yanımda olan başta kıymetli ekip arkadaşlarım Özgür Çetin ve Enes Battal olmak üzere tüm çalışma arkadaşlarıma,

Bana vakit ayırarak sorularımı yanıtladılan tüm katılımcılara yürekten teşekkür ederim.

Neriman Eralp Kalyoncuoğlu
Mayıs 2017

İÇİNDEKİLER

1.	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK	1
1.1.	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI.....	1
1.2.	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	5
1.3.	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ.....	10
1.3.1.	Friedman Hissedarlar Modeli-1970.....	10
1.3.2.	Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli-1973.....	11
1.3.3.	Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli-1975	12
1.3.4.	Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli-1975.....	14
1.3.5.	Sosyal Sorumluluğun Sınırlandırılması Modeli-1976	15
1.3.6.	Wartick ve Cochran Kurumsal Sosyal Performans Modeli- 1985	16
1.3.7.	Carroll'un Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli-1991 ...	17
1.3.8.	Freeman Modern Kurumlarda Paydaş Teorisi-2001.....	19
1.3.9.	Üç Boyutlu Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli-2003.....	20
1.3.10.	Philip Kotler'in 6 Seçenek Modeli-2006.....	21
1.4.	İŞLETMELERİN SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI.....	21
1.4.1.	Çalışanlarına Karşı Sorumluluklar	22
1.4.2.	Tüketicilerine Karşı Sorumluluklar	22
1.4.3.	Topluma Karşı Sorumluluklar.....	22
1.4.4.	Çevreye Karşı Sorumluluklar	22
1.4.5.	Hissedarlara Yönelik Sorumluluklar	23
1.4.6.	Sağlık ve Refahla İlgili Sorumluluklar	23
1.4.7.	Eğitim ve Kültür Alanına Yönelik Sorumluluklar	23
2.	KUŞAK KAVRAMI, Y KUŞAĞI VE SOSYAL SORUMLULUK	26
2.1.	KUŞAK KAVRAMI	26
2.2.	KUŞAK SINIFLANDIRMALARI VE TARİHİ ARALIKLAR ..	26
	Williams & Page, 2011	27
2.3.	Y KUŞAĞININ ÖZELLİKLERİ VE SOSYAL SORUMLULUK	27
2.4.	TÜRKİYE'DEKİ Y KUŞAĞI	28

3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNİN Y KUŞAĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA.....	31
3.1. Araştırmanın Amacı.....	31
3.2. Araştırmanın Önemi	32
3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	32
3.4. Araştırmanın Varsayımları	35
3.5. Araştırmanın Yöntemi	35
3.5.1. Araştırma Modeli	35
3.5.1.1. Araştırmanın Deseni.....	36
3.5.1.1.1. Araştırma Alanı.....	36
3.5.1.1.2. Amaçlı Örneklem	36
3.5.1.1.3. Araştırmaya Katılanlar	37
3.5.1.1.4. Niteliksel Ölçme Aracı Geliştirme	37
3.6. Verilerin Analizi ve Yorumu	88
3.6.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ne Olduğuna Dair Görüşler	89
3.6.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Hakkında Fikirlerine	91
Dair Görüşler.....	91
3.6.3. Akla Gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerine Dair	94
Görüşler	94
3.6.4. Bildikleri KSS projelerine Dair Görüşler	96
3.6.5. KSS Projelerinde Görev Alıp Almadığına Dair Görüşler	98
3.6.6. KSS Projelerine Katılanların İlgili Projelerde Onları Yer	99
Almaya İten Motivasyonlarına Dair Görüşler	99
3.6.7. Yer Almayanların Nedenlerine Dair Görüşler	102
3.6.8. Toplumda Gözlemledikleri Sosyal Sorunlara Dair Görüşler	105
3.6.9. Bildikleri Sosyal Sorunlarla İlgili Farkındalıklarının	107
Oluşmasında KSS Projelerinin Rolüne Dair Görüşler.....	107
3.6.10. KSS Projelerinin Sosyal Sorunlara Karşı Farkındalığı Artırıp	109
Artırmadığına Dair Görüşler	109

3.6.11.	Artırmadığını Düşünenlerin Nedenlerine Dair Görüşler	110
3.6.12.	Farkındalığı Artıracak KSS Projelerine Dair Öneriler.....	111
3.6.13.	İlgi Duydukları KSS Projeleri ve Nedenlerine Dair Görüşler 114	
3.6.14.	KSS Projelerinde Yer Alanların Yer Alma Motivasyonlarına Dair Görüşler.....	115
3.6.15.	Projenin Alanının Projede Görev Almada Etkisine Dair Görüşler	117
3.6.16.	KSS projelerine İlgi Duymayanların ve Katılım Göstermeyenlerin Nedenlerine İlişkin Görüşler	118
3.6.17.	KSS Projesine Katılmayanların Katılması İçin Projenin Hangi Sosyal Sorunlara Dokunması Gerektiğine Dair Görüşler	119
3.6.18.	Katılmadıkları Ama İlgi Duydukları KSS projeleri ve Neden İlgi Duyduklarına Dair Görüşler	119
3.6.19.	KSS Projelerinin Başka Alanlarda Sivil Aktivist Hareketlere Katılımda Teşvik Edici Olup Olmadığına Dair Görüşler	120
3.6.20.	Geçmişte Sivil Aktivizm Çalışmalarına Katılım Gösterip Göstermediklerine Dair Görüşler.....	122
3.6.21.	Geçmişte Sivil Aktivizm Çalışmalarına Katılım Gösterenlerin Ne Tarz Çalışmalarda Görev Aldıklarına İlişkin Görüşler	122
3.6.22.	Sivil Aktivist Çalışmalara Şu An Katılım Gösterip Göstermediklerine Dair Görüşler.....	125
3.6.23.	Gelecekte Sivil Aktivist Çalışmalara Katılım Gösterip Göstermeyeceklerine Dair Görüşler.....	125
3.7.	Araştırmanın Değerlendirilmesi.....	126
SONUÇ	133

KISALTMALAR

KSS: Kurumsal Sosial Sorumluluk

TABLO LİSTESİ

Tablo 2-1:Fleschner'a Göre Kuşakların Doğum Yıl Aralıkları	27
Tablo 2-2:Williams ve Page'e Göre Kuşakların Doğum Yıl Aralıkları	27
Tablo 2-3: Türkiye'de Y Kuşağı Sayısı.....	29
Tablo 3-1: Araştırmaya Katılan Y Kuşağı Mensuplarının Özellikleri.....	33
Tablo 3-2: Araştırmaya Katılan Y Kuşağı Mensuplarının Özellikleri (Devamı) .	34

ÖZET

Bir ülkenin gerek ekonomik gerekse sosyal kalkınmasında üretken bir rol oynayarak rekabetçi avantaj sunabilecek Y kuşağı nüfusu Türkiye’de önemli orana sahiptir. Kar maksimizasyonunun ötesinde toplumun çıkarlarını gözeten, paydaşlarının beklentileri doğrultusunda sosyal sorunların çözümünde rol alan kurumlar Türkiye’nin gerek sosyal gerekse ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayan 25 milyon y kuşağını sosyal sorunların çözümüne dahil ederek sosyal sorunlar konusunda farkındalığını artırabilir ve onların sorunların çözümünde katılımlarını teşvik edebilir. Bu noktadan yola çıkan çalışmada; kurumsal sosyal sorumluluk ve kuşak kavramı, Türkiye’de y kuşağına mensup bireylerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları konusundaki farkındalığı, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına katılımı, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının y kuşağı üyesinin sosyal sorunlara karşı farkındalığına ve sosyal sorunların çözümüne katılımında etkisi, hangi kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ilgi duydukları ve nedenleri, bu süreci etkilediği düşüncesiyle de; bireyin sivil aktivist hareketlere karşı tutumu araştırmanın kapsamına alınmıştır. Bu araştırmanın ana amacı; y kuşağının sosyal sorunlara karşı farkındalığının ve sorunların çözümüne katılımlarını artırmak için Türkiye’deki kurumlara önerilerde bulunmaktır.

ABSTRACT

The Generation Y, which constitutes a significant percentage of Turkey's population, has the potential to provide competitive advantage by taking on a productive role in the economic and social development of countries. Organizations that place the interest of society before profit maximization and take part in the solution of the social problems in accordance with the expectations of their stakeholders can increase the awareness of Generation Y about social problems and encourage them to participate in the solution of these problems. They can achieve this by involving the 25 million members of Generation Y, who play an important role in the social and economic development of Turkey, in the solution of social problems. The study proceeds from this point and addresses; The awareness of individuals belonging to Generation Y in Turkey on corporate social responsibility works, their participation in corporate social responsibility works, the effect of corporate social responsibility on the awareness of the members of the Generation Y about social problems and their participation in the solution of social problems, in which corporate social responsibility projects they are interested in and why; And the attitude of the individual against civil activist movements was also included in the study with the idea that it influences this process. The purpose of this research is to propose ways in which the organizations in Turkey can increase Generation Y's awareness and participation regarding social problems and their solutions.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

1.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Kurum kavramı ilk kez İtalyan düşünür Giambattista Vico'nun 1725 yılındaki "Scienza Nuova" isimli eserinde geçmektedir. Vico, bireylerin davranışlarının doğruluğunun, yine kendi davranışları içinde aranması gerektiğini belirtirken bir anlamda kurum kavramını tanımlamıştır. Amerikalı Sosyolog W.G. Summer'a göre kurum, bir amaca yönelik olan fikir, görüş veya çıkarlar topluluğudur. (Hodgson, 2006) Kurum kavramının sosyolojideki tanımını ele aldıktan sonra farklı dillerde ne anlamlar taşıdığına bakarsak İngilizce kurum manasına gelen "company" kelimesi Latince "com panis"den gelmektedir ve anlamı "ekmeği paylaşmak"tır. İsveççe "işletme" kelimesi olan "narings liv" kelimesinin anlamı "yaşam için beslenme", eski Çince'de "hayatın anlamı" manalarına gelmektedir. (Smith, 2011) İnsanlar ihtiyaçlarının takibini güçlendirmek için kurumları yaratmıştır. Amaçlarına göre kurumlar kâr amacı güdenler, hükümetler, kâr amacı gütmeyenler olarak sınıflandırılmıştır. Kâr amacı güdenler, sahipleri için kazanç elde etmek; hükümetler, kuralları tanımlamak ve biçimlendirmek; kâr amacı gütmeyenler bir diğer adı ile sivil toplum örgütleri sosyal olarak iyi olanı, siyasi iradenin ya da kâr güdüsü olan organizasyonların toplumun ihtiyaçlarına cevap vermekte yetersiz olduğunda ortaya çıkarmak için varlık göstermektedir. (Werther Jr. & Chandler, 2006, s. 3)

Bireylerin alışkanlıklarını, davranışlarını, inançlarını ve geleneklerini temsil eden kurum kavramı 21.yy'da anlamını temsil eden bir yapıya kavuşmuştur. Kurumlar toplumsal sorunlar üzerinde sorumluluk almaya başlamıştır. Bu yüzyılın toplumsal dinamikleri sadece kar etmeyi değil daha iyi şeyler yaparak kar etmeyi de teşvik etmeye başlamıştır. (Handy, 2002) Kurumların kar etmek dışında toplumun yararına yapmış olduğu çalışmalar kurumsal sosyal sorumluluk başlığı altında toplanmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk Türkçe'de kısaca KSS, İngilizce'de Corporate Social Responsibility kısaca CSR olarak anılmaktadır. Avrupa Komisyonu 2011- 2014 Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Stratejisi raporunda KSS'yi kurumların toplum üzerindeki etkileri ile ilgili sorumlulukları olarak tanımlamaktadır. Avrupa

komisyonuna göre KSS; risk yönetiminde, maliyet tasarrufunda, sermayeye ulaşmada, müşteri ilişkilerinde, insan kaynakları yönetiminde ve insan kaynaklarının yeteneklerini geliştirmek konusunda kurumlara fayda sağlarken, Avrupa Birliği ekonomisi için kurumların sürdürülebilir ve inovatif olmasını sağlayarak daha sürdürülebilir bir ekonomi için katkıda bulunmaktadır. KSS'nin toplum için yararı birbirine daha bağlı bir toplumun ve sürdürülebilir ekonominin oluşmasına yardımcı olmaktadır. (Commission, 2011)

Toplum üzerinde her zaman etki sahibi olan kurumlara, 1. Dünya Savaşı sonrasında toplumsal sorunlarla mücadele etmek hususunda daha fazla görev düşmüştür. 1970'li yıllarda kullanımı yaygınlaşan KSS kavramı 21. yüzyılda iş yapış tarzının doğal bir parçası olmuştur. 1977 yılında, Fortune 500'de yer alan kurumların yarısından azının kurumsal sosyal sorumluluğa yıllık faaliyet raporlarında yer vermesine karşın, 1990'ların sonunda Fortune 500'de yer alan kurumların hemen hemen yüzde 90'ı kurumsal sosyal sorumluluğa faaliyet raporlarında yer vermiş ve öne çıkarmıştır. (Lee, 2008)

Adam Smith'in 'görünmez el' teorisinin hâkim olduğu, Sanayi Devrimi sonrası dönemde açılan fabrikalarla ile yeni bir ticaret anlayışı oluşmuştur. Üretim ve karlılığın maksimize edilmesinin toplumun gelişmesine ve refahına da katkıda bulunacağı iddia edilmiştir. 1929 yılında yaşanan ekonomik buhran, kurumların görünmez el teorisinde iddia edildiği gibi toplumun refahını artırmadığı fark edilmiştir. (Robert & Gray, 1974) Bu dönem doğal kaynakların tahribatından, çalışan haklarının göz ardı edilmesine, insan hakları ihlallerine kadar birçok toplumsal zarara sebep olmuştur. Yaşanan olaylar kurumları kar etmek kadar karı nasıl elde ettikleri bu süreçte toplumsal sorunları ne kadar sahiplendiklerini de sorgulamaya itmiştir. Kurumların, toplumsal fayda için kolektif faaliyet potansiyelini harekete geçirebileceği ve toplumsal sorunlara çözüm bularak rekabette daha güçlü hale gelebileceği ortaya konmuştur. (Porter & Kramer, 2002) Sosyal sorumluluk kavramı da bu noktada literatüre girmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramına ilişkin yazın tarandığında KSS'nin tanımı yıllar içinde değişmiş ve kapsamı genişlemiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk; kurumsal sorumluluk, ya da işletme sorumluluğu, kurumsal vatandaşlık ya da global işletme vatandaşlığı, kurumsal topluluk

sözleşmesi, topluluk ilişkileri, kurumsal yöneticilik, sosyal sorumluluk gibi birçok isimle anılmaktadır. (Werther Jr. & Chandler, 2006, s. 6)

Sosyal sorumluluk sanıldığı kadar yeni bir kavram değildir. Eski Çinliler, Mısırlılar ve Sümerlilerin ticari kurallarında çok sık yazan şey ticareti rahatlatmak için ve garantiye almak için halkın ihtiyaçları geniş bir biçimde düşünülmesi gerektiğidir. (Werther Jr. & Chandler, 2006, s. 11)

Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda akademik anlamda araştırmalar ise 1950'li yıllarda yoğunlaşmıştır. Standard Oil Şirketinde Yönetim Kurulu Başkanı olan Frank Abraham 1951 yılında Harvard Business Review'da yer alan makalesinde işletmelerle ilgili endişelerini dile getirmiştir. Yönetim olarak profesyonelleşmenin yalnızca kar elde etmek değil aynı zamanda çalışanlarını, müşterilerini ve halkını da düşünmek olduğuna vurgu yapmıştır. (Abrams, 1951)

Howard R. Bowen 1953 yılında İş adamları ve Sosyal Sorumlulukları isimli kitabında toplumun değerleri ve arzu edilen hedefleri açısından işletmelerin politikaları takip etmesi, karar vermesi ya da izlemesini kurumsal zorunluluk olarak belirtmiştir. (Bowen, 1953)

KSS literatürüne katkıda bulunanlardan Frederick, KSS'yi kurumların kaynaklarını kendileri dışında toplumun menfaatleri içinde kullanması olarak tanımlarken 1950'lerde KSS konusunda 3 temel fikrin göze çarptığını öne sürmüştür. Bu üç temel fikir, yöneticinin fikrinin halkın emanetçisi olması, kurumsal kaynaklar için yarışan taleplerin dengesi ve kurumsal hayırseverlik yani işletmelerin iyi şeyleri desteklemesidir. (Frederick, 2006).

Nobel Ekonomi ödüllü Milton Friedman ise işletmelerin bir amacı olduğu onun da sahipleri veya hissedarlarının karını maksimize etmek olduğunu ifade ederken sosyal sorunları çözenin işletmenlerin görevi olmadığını savunarak bu sorumluluğu hükümetlere ve sorunun sahibine devretmiştir. (Friedman, 2002) Klasik kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı olarak bilinen bu yaklaşımı destekleyenlerden biri de Theodore Levitt'tir. Levitt 1950'lerde sosyal sorumluluğun tehlikeleri hakkında iş dünyasını uyarmıştır. Levitt'e göre sosyal kaygılar ve refah işletmelerin sorumluluğunda değildir. Levitt sosyal sorumlulukla ilgilenmenin işletmelerin başarısında belirleyici rol oynayan kar motivasyonu düşüreceğinden korkmuştur.

Buna rağmen 1960'larda KSS popülerliğini korumaya ve şekil almaya devam etmiştir. (Levitt , 1958)

Sosyal sorumluluk kavramının başkalarına karşı sosyoekonomik ve sosyo-insani yükümlülükleri ifade ettiğini belirten Davis'e göre, iş adamlarının sosyal sorumlulukla ilgili aldığı kararların en azından teknik veya ekonomik yönden şirketlerini ilgilendiriyor olması gerekmektedir. Davis, sosyal sorumluluğun iki yönü olduğunu belirtmiştir. Birincisi, iş adamları toplumun içindeki ekonomik birimleri yönettiğinin farkında olmalıdır. Toplumda halkın refahını etkileyen ekonomik gelişmelere ilişkin iş adamlarının geniş sorumlulukları bulunmaktadır (örneğin; rekabeti korumak, tam istihdam, enflasyon gibi). Diğer yandan insani değerler geliştirmek ve beslemek de iş adamlarının yükümlülükleri arasındadır (örneğin, iş yerinde moral, birlik, motivasyon, kendini gerçekleştirme gibi). Bu insani değerlerin ekonomik değeri ölçülemez. (Davis, 1960)

Patrick Murphy 1970'lerde KSS'ye karşı farkındalığı ele almıştır. Murphy'e göre KSS, işletmeler tarafından bu bir toplumsal bilinci değiştirme dönemi ve genel sorumlulukları tanıma, kamu işlerine dâhil olma, kentsel yıpranma konusunda endişe duyma, ırk ayrımcılığını düzeltme, kirliliği azaltma, başışa odaklanan devamlı hayırseverlik dönemidir. (Archie & Shabana, 2010)

Sosyal sorumluluğu çevreleyen 4 ana yön olduğunu ifade eden Carroll, bunların ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik sorumlulukları olduğunu belirtmiştir. (Carroll, & Schwartz, 2003)

Sethi 1975'te kurumların, toplumdaki beklentiyi karşılması ve toplumun ortaya koyduğu değerlere uygun hareket etmesine KSS demiştir. 1980 yılında Jones, kurumların sadece pay sahiplerine karşı değil işletmenin faaliyetlerine maruz kalan herkese karşı birer yükümlülüğü olduğunu belirtmiştir. WoodW'un 1991'de KSS için yaptığı tanımlama toplum ile kurumları daha da yakınlaştırmıştır. Wood'a göre toplum ve kurumlar bir düşünölmelidir. 2000'lere gelindiğinde KSS işletme odağından daha da toplum odağına kaymıştır. Baker, 2003 yılında KSS'ye topluma katma değer sağlayacak üretim süreçlerinin tasarlanması olarak vurgu yapmıştır. (Lulewicz-Sas, 2013)

21.yüzyıla gelindiğinde işletmelerin başarısı yalnızca kar maksimizasyonu üzerinden değil faaliyet gösterdikleri toplumların çıkarları için neler yaptıkları üzerinden de

yorumlanmaya başlanmaktadır. Bu perspektiften bakıldığında markaların paydaşlarını harekete geçirecek projeler hayata geçirmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Lindgreen ve Swaen, paydaşların sosyal sorumluluk projelerine katılımına vurgu yaparak firma paydaşlarının konu hakkında hep beraber çalışmasının başarıyı getireceğini öne sürmektedir. (Lindgreen & Swaen, 2010) Kurumun başarısından etkilenen veya bu başarıyı etkileyen grup veya bireyleri paydaş olarak tanımlayan Freeman'ın ortaya koyduğu paydaş teorisine göre kurumlar kurucusunun, çalışanlarının, müşterilerinin, yatırımcılarının ve yerel toplulukların çeşitli taleplerine cevap vermesi ve bu taleplerin farkında olması gerekmektedir. (Freeman R. , 1984) Paydaş teorisi modeli üzerinden kurumsal sosyal sorumluluğun ne olduğu tartışan Pedersen da kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına kurumların paydaşları arasındaki diyalogu geliştirebilecek bir fırsat olarak vurgu yapmaktadır. (Pedersen, 2006)

Kurumlar, toplumsal doku içinde nerede duracağına kurumsal sosyal sorumluluğu iş yapış tarzlarının merkezine alarak karar vermektedir. Toplum; iş etiği, şirket yönetimi, çevresel kaygılar gibi konuları adresleyerek hangi kurumların neyi yönetmesi gerektiği konusunda dinamik bir bağlam yaratmaktadır. Bu bağlamın dinamik olması işletmelerin hedeflerinin ve toplumsal beklentinin zamanla olgunlaşmasından ileri gelmektedir. Dinamik bir zemini bulunun kurumsal sosyal sorumluluk kavramı üzerine literatürde pek çok tanım ve çalışma bulunmaktadır. Tarihin ilk zamanlarında devletlerin sorumlu tutulduğu sosyal sorumluluk alanında bugün ana rol kurumlarıdır. Kurumların, paydaşlarının beklentilerini ve çıkarlarını göz önüne alarak, faaliyette bulunduğu topluma katma değer sunması beklenmektedir. Bu beklentiyi karşılamak için hayata geçirilen çalışmalar da kurumsal sosyal sorumluluk başlığı altında toplanmaktadır.

1.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Kurumsal sosyal sorumluluğun tarihi gelişimine bakıldığında Sanayi Devrimi öncesinde varlık gösteren küçük işletmelerin sorumluluklarına dini pencereden baktığı, bu dönemde ticari hayatı ve işletmeleri etkileyen başat etmenin toplumsal

normları da etkisi altına alan din olduğu görülmektedir. (Aktan, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, 2007)

Orta çağın sonları ile Sanayi Devrimi arasında kalan ve devlet idaresinin her alana hâkim olması gerektiğine vurgu yapan iktisadi düşünce Merkantilizm ile ticari hayat değişmeye başlamıştır. (Savaş, 1997) Buna rağmen bu dönemde henüz kurumsal sosyal sorumluluk kavramından söz etmek mümkün değildir.

Modern işletmeler, 1765'te James Watt'ın buhar makinesini icat etmesinin ardından kurulmaya başlamıştır. Sanayi tipi üretime geçilmesi ile birlikte modern yönetim ve işletmecilik uygulamaları ortaya çıkmıştır. Bu yıllarda hâkim olan iktisadi görüş kapitalizmin olmuştur. Kapitalizmin savunucularından iktisat biliminin kurucusu Adam Smith, merkantilist düşünceye karşı çıkarak ve iktisadi faaliyetlerin serbestleşmesine vurgu yaparak liberalleşmeyi savunmuştur. Smith, 1776 tarihinde yayımlanan *Ulusların Zenginliği* adlı kitabında bireyci felsefeye vurgu yapmış, kişinin kendi çıkarları için ortaya koyacağı eylemlerin topluma olan faydayı maksimize edeceğini belirtmiştir. Sanayileşmenin ortaya koyduğu değer yargılarına da paralel bir anlayış olan bu görüş yeni toplumsal ve iktisadi değerlerin oluşmasında temel olmuştur. Bu dönemde faaliyet gösteren işletme sahipleri kişisel çıkarlarını maksimize etmek dışında bir toplumsal sorumluluk almamıştır. (Aktan, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, 2007) Bununla birlikte Sanayi Devrimi ile Avrupa'nın büyük bir bölümünde kırsaldan şehirlere doğru yaşanan göçle demografik yapı ve çalışma hayatında değişim başlamıştır. Bu dönüşüm çocuk işçilerin artması, fabrikalarda ve madenlerde kaza ve ölümlerin artması, köle iş gücünün çoğalması, kadın iş gücünün bazı endüstrilerde suiistimal edilmesi gibi birçok problemi de beraberinde getirmiştir. (Blowfield & Murray, 2008)

Birinci Dünya Savaşı öncesinde, küresel serbest ticaretin gelişmesiyle beraber işletmeler büyümüştür. Savaş döneminden önce toplumda bulunan kişisel zafer anlayışı, savaş sonrası ortaya çıkan sosyal durum nedeniyle toplumsal düzenin yeniden değerlendirilmesine neden olmuş ortaya eşitliği temel alan bir sistem çıkarmıştır. (Blowfield & Murray, 2008)

Birinci Dünya Savaşı sonrasında Milletler Cemiyetinin parçası olarak 1919 yılında kurulan Uluslararası Çalışma Örgütü, hükümetleri, iş dünyasını, sektör örgütlerini ve sendikaları bir araya getirmiş, adaletsiz olan politik ve ekonomik düzenin

tehlikelerini bariz bir biçimde ortaya koymuştur. Başarısız liderlikler ve yönetimler sonucu 8 milyon kişinin savaş alanında ölmesi nedeniyle, eşitlikçi yaşam fikri ortaya çıkmış bu da iş dünyasının liderlerini faaliyetlerinin toplum üzerindeki etkisini dikkate almak zorunda bırakmıştır. Savaşın sonunda birçok büyük şirket “Yeni Kapitalizm” olarak bilenen kavramla tanışmıştır. Bu akım şirketlerin gönüllü adım atması ve toplumun tamamının yararına olacak aktiviteler için uğraşması fikri üzerine kurulmuştur. Yeni Kapitalizmin prensipleri öne çıkmaya başlarken takip eden Büyük Buhran, kurumsal hırsların ayıplanmasına ve Yeni Kapitalizmin Wall Street’te gerçekleşen iflasın nedenlerinden biri olarak gösterilmesine neden olmuştur. (Blowfield & Murray, 2008)

Sanayi devriminin ardından hızlanan ve hareketlenen iktisadi yaşam Birinci Dünya Savaşının ardından artan üretim kapasitesine karşılık toplam talebin düşmesi ve fiyatların genel düzeyinin hızla inmesine paralel 1929 yılında New York Borsası’nın çökmesiyle son bulmuştur. 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı veya Büyük Buhran özellikle sanayileşen şehirleri etkileyerek birçok insanın işsiz kalmasına, düşen satın alma gücü ile işletmelerin faaliyetlerini sona erdirmesine neden olmuştur. Yaşanan ekonomik buhranın ardından çalışanlar sendikal haklar kazanmaya başlarken, daha iyi ücret ve daha az çalışma saatleri konusunda da pazarlık gücü kazanmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına da kanunlara uymak açısından bakıldığı bir döneme girilmiştir. İkinci Dünya Savaşının ardından sosyal sorumluluk belirli bir plan ve program çerçevesinde ele alınmaya başlamış, işletmelerin faaliyette bulunduğu çevre ile iyi ilişkiler kurması gerektiğine ve toplumundaki değişimin işletmeler ile toplumun birlikte hareket etmesinden doğacak sinerji ile mümkün olacağına işaret etmeye başlamıştır. (Ewen, 1996)

İkinci Dünya Savaşı sonrasında işletmelerin toplum içindeki rolü önemli bir değişime uğramıştır. İşletmelerin topluma faydasının kendi imkânları çerçevesinde olabileceği varsayılmıştır. Refah devleti ekonomik imkânların eşit dağılmasından sorumlu tutulurken işletmelerin öncelikli rolü istihdam yaratmak, yasalara uymak, vergilerini ödemek olarak belirlenmiştir. Öncesinde refah devletinin sorumluluğunda bulunan sağlık hizmetleri, asgari ücret ve eğitim gibi konular bu dönemde şirketlerin kurumsal sosyal sorumlulukları içerisinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Aynı şekilde Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Bildirgesi gibi savaş sonrası ulusal

hükümetlerin ortaya koyduğu anlaşmalar dahi bugün şirketlerin sorumlulukları içerisine alınmıştır. (Blowfield & Murray, 2008).

1960'lar ve 1970'lere gelindiğinde işletmeler artan tüketici hareketleri ile karşı karşıya kalmaya başlamıştır. Çalışan hakları, çevreye karşı duyarlı üretim gibi konular gündeme gelirken, sivil toplum örgütlerinin artan rolü ile ırk ayrımı, kadın hakları gibi konularda da ilerleme kaydedilmeye başlanmıştır. (Yamak, 2007) İşletmeler ortaklarına bilgi vererek, işe alımlarda adil uygulamalar izleyerek, kazanılan karı paydaşları ile paylaşarak, çevreye dikkat eden işletme uygulamaları ile sosyal sorumluluklarını hayata geçirmişlerdir.

1980'lerde ise kurumsal sosyal sorumluluğa hala belirli bir strateji çerçevesinde bakılmadığı, işletmelerin sahip olduğu ekonomik ve hukuki sorumluklara ek olarak atıklarını azaltma, geri dönüşüm, maddi durumu yetersiz kişilere yardım gibi çalışmalarla bazı gönüllü faaliyetlerde bulunduğu gözlemlenmektedir. (Aktan, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, 2007)

1990'lara gelindiğinde ise uluslararası birçok adım atılmaya başlanmıştır.1994 yılında Londra Karşılaştırma Grubu oluşturularak kurumların toplumsal yardımlarının kayıt altına alınmasını ve ölçülmesini sağlayan bir şema hayata geçirmiştir. 1997'de Kyoto'da sera gazı emisyonlarının azaltılması ve küresel iklim değişikliği ile ilgili fikir alışverişi amacıyla 160 farklı ülkeden temsilciler, Birleşmiş Milletler Çevre Sözleşmesi kapsamında bir araya gelmiştir ve Kyoto Küresel Isınma Antlaşması'nı önermiştir. 1997 yılında Londra'da Kurumsal Vatandaşlık Şirketi hayata geçirilerek işletmelerin kurumsal birer vatandaş olma bilinci ile paydaşlarının ve toplumun arzularını bir araya getirilmesi misyon edinilmiştir. (Vural, Akıncı & Bat, 2013)

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tarihi gelişimi ele alındığında kavramın ortaya çıkmasında ekonomik faktörlerin, politik konjonktürün ve toplumsal etkenlerin belirleyici olduğu görülmektedir. (Aktan, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, 2007)

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tarihi gelişiminde öne çıkan kilometre taşlarından biri de küreselleşme olmuştur. Toplumsal yaşamın ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarında yaşanan liberal eğilimler olarak ifade edilmekte olan küreselleşme ağırlıklı olarak ekonomik bir olgu olarak bilinmektedir. Tarih içinde

ortaya çıkan bu akım uluslararası ticaretin dünya üzerinde yayılması, artan emek ve sermaye hareketleri, ülkelerin birbirine yakınlaşması olarak tanımlanmaktadır. Birinci Dünya Savaşı'na kadar olan süreçte gelişen küreselleşme akımı, 1914'ten 1945'e kadar düşme eğilimi göstermiştir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra ise tekrar yükselmeye başlamıştır. 1980'li yıllardan itibaren ise süreç daha da hızlanırken 1990'larda zirve yapmıştır. (Aktan & Şen, Globalleşme, Ekonomik Kriz ve Türkiye, 1999) Kurumsal sorumluluk kavramı ile küreselleşme arasındaki ilişkiye bakıldığında doğrudan neden sonuç ilişkisinde söz edilmemektedir. Kölelik (her ne kadar yıllar içerisinde azalsa da), çocuk işçiliği, yasak avcılık, ormanların tahrip edilmesi gibi konular küreselleşmeden önce de var olmalarına rağmen, artan iletişim kanalları sayesinde daha görünür olmuşlardır. Bu sebepten küreselleşme kurumların üzerindeki baskının artmasına bu sayede kurumları sorumlu davranmaya teşvik etmiştir. Küreselleşmenin daha çok insana ulaşabilme avantajı sayesinde insanların gelişimi için yeni kaynakların bulunmasını sağlamıştır. Hükümet ve iş dünyasının karşılıklı bağımlılığını perçinlemiştir. Hükümetler iktidarlarını korumak için iş dünyasında zenginlik yaratmaya çalışırken, iş dünyası da beşerî sermayeyi geliştirmeye çalışmıştır. Kurumsal sorumluluk, iş dünyasındaki gönüllü anlaşma ve özdenetimlerin genel olarak yaygınlaşmasının bir yansıması olarak ulus hükümetlerinin demokratik modellerine uymuş, güçlü ülkeler tarafından teşvik edilerek, yeni küresel yönetim sisteminin bir unsuru olarak kabul edilmiştir. (Blowfield & Murray, 2008) Küreselleşme sayesinde toplumların artan farkındalığı ve etkileşimi işletmelerin toplumsal sorunlar konusunda daha duyarlı olmalarını sağlamıştır. (Aktan, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, 2007)

Sanayi Devrimi, Birinci Dünya Savaşı, İkinci Dünya Savaşı, Büyük Buhran, küreselleşme gibi tarihi etkileyen kilometre taşları boyunca toplumun kurumlarla kurumların da toplumlarla ilişkisi belirgin bir şekilde farklılaşmış, şirketlerin sorumluluk alanları sürekli değişmiştir. Fakat tarihi dönemlerin sonucunda meydana gelen olaylar kurumsal sosyal sorumluluk açısından birbirleriyle bağlantılıdır.

Bugünün ekonomik ve sosyal konjonktüründe kurumsal sosyal sorumluluk kavramını işletmelerin daha fazla sahiplenmesinin önemini ele alırken İngiliz yardım kuruluşu Oxfam'ın 2016 yılında DAVOS öncesinde sunduğu bir rapor ele

alınacaktır. Her yıl İsviçre'nin Davos şehrinde yapılan, devlet ve hükümet başkanlarının yanı sıra ekonomi dünyasının önde gelen isimleri ve bilim insanlarının katıldığı Dünya Ekonomik Forumu (DAVOS) 2016 yılında 46'ncı kez düzenlenmiştir. Oxfam da DAVOS öncesinde yeryüzündeki adaletsiz gelir dağılımına dikkat çekmek amacıyla Credit Suisse'in verilerini kullanarak hazırladığı raporu kamuoyu ile paylaşmıştır. Rapor dünyanın en zengin yüzde 1'lik bölümünün elinde bulundurduğu servetin dünyanın geri kalanındaki servetten daha fazla olmak üzere olduğunu ortaya koymuştur. Yüzde 1'in içerisinde yer alan 80 kişinin toplam malvarlığı 2015 yılında 1 trilyon 900 milyar dolar, bu yüzde 1'in içerisinde kişi başına düşen yıllık gelir de 2,7 milyon dolardır. Bu da dünya nüfusunun yüzde 80'inin dünyadaki toplam zenginliğin sadece yüzde 5,5'ine sahip olduğu anlamına gelmektedir. Küresel gelir eşitsizliğinin giderek arttığı uyarısında bulunan Oxfam, son 4 yıl içerisinde en fakir yüzde 50'nin gelirinin 700 milyar dolar daha gerilediğini belirtmektedir. (OXFAM, 2016) 2016 yılında yayınlanan bu rapor kurumsal sosyal sorumluluk alanında hala gidilecek uzun bir yol olduğunu göstermektedir.

Liberalizmin “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” felsefesi kaynakların sorumsuzca kullanılmasına, nüfusun gelir dağılımında uçurumların artmasına ve dünyanın yaşanması zor bir yer olmasına yol açmıştır. Devletler her geçen gün artan toplumsal sorunlarla mücadele edememeye başladığında, iş dünyası da mevcut toplumsal sorunlarla karlılığını sürdüremeyeceğini anlayarak iş süreçlerini yeniden ele almaya başlamıştır. Bir işletmenin varlığını sürdürebilmesi için kar etmesi yeterli değildir, faaliyet gösterdiği ve ürün-hizmet sunduğu noktalardaki sorumluluğu da paylaşması gerekmektedir. Bugün kurumlar varlıklarını sürdürülebilir kılmak için kurumsal sosyal sorumluluğu iş yapış tarzlarının merkezine koyarak belirli bir strateji ve planlama çerçevesinde toplumsal sorunlar konusunda sorumluluk almaktadır.

1.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

1.3.1. Friedman Hissedarlar Modeli-1970

İşletmelerin karlılığını koruyarak ve verimliliğini artırarak hissedarlarına sağlayacağı katma değer ile sosyal sorumluluğunu yerine getirdiğini iddia eden Friedman,

işletmelerin toplumsal değil tamamen örgütsel sorumlulukları olduğuna inanmaktadır. Friedman göre karlılığı artan şirketler yeni yatırım alanlarına yöneleceği için doğal olarak toplumsal refahın artmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca Friedman işletmelerin iş yapış modeli içinde toplumsal kaynakları en verimli şekilde kullanılmasına vurgu yapmaktadır. (Friedman, The Social Responsibility Of Business Is To Increase Its Profits, 1970)

1.3.2. Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli-1973

Robert W. Ackerman, Amerika'da şirketlerin çift yönlü bir ikilemde kaldığını belirtmektedir. Bunlardan biri ürün çeşitliliğinin artırılması için organizasyonel inovasyonun sağlanması, teknolojik, ekonomik ve rekabetçi değişimin benimsenmesi toplumsal kaygılara etkili yanıtlar vermeyi engelleyebilmektedir. Diğeri ise günlük operasyon içinde sosyal taleplerin sıralanması, ihtiyaç ve arzular konusunda tüm dikkati alabilmektedir, ürün dizaynını ve pazarlama politikasını etkileyebilmektedir, üreticinin hizmetinin veya ürününün etkisini azaltabilmektedir. Kurumlar bu tehlikenin kurbanı olduklarında bunu yönetmenin zorluğu ideolojik veya manevi uyuşmazlıktan daha fazla karışmaktadır. Uzun vadede başarılı kurumların hem sosyal sorumluluk ve hem de ekonomik performans konusunda başarılı olduğu görülmektedir. Bu da sosyal duyarlılıkla mümkündür. İşletmelerin toplumsal sorunlar karşısında sosyal sorumluluk almasını değil, duyarlı olması gerektiğine vurgu yapan Ackerman'ın geliştirdiği sosyal duyarlılık modelinde üç etap bulunmaktadır.

Politika Aşaması: Kurumların faaliyet gösterdiği alandaki toplumun sosyal sorunlarının hangisini önceliklendireceği konusunda bir karar vermesi aşamasıdır. Kurumlar sosyal sorumlulukları ile ilgili politika aşamasında toplumun karşı karşıya olduğu sorunlar konusunda nasıl bir duruş sergileyeceğine karar vermektedir ve takip edeceği politikaları ortaya koymaktadır. Oluşturulacak sosyal sorumluluk politikası şirketlerin bu alandaki çalışmaları için yol gösterici olacaktır.

Öğrenme Aşaması: Sosyal sorunları incelemek ve çözüm yollarını ortaya koymak için kurumun bu alanda uzman birini bünyesine katmasıdır. Kurum sosyal sorunları ortaya koyup, bununla ilgili politikalarını belirlemesinin ardından çözümü için nasıl

bir politika izleyeceği hususunda sosyal sorunlar konusunda sorumlu kurum davranışını öğrenmeye ve özümsemeye başlamaktadır.

Organizasyonel Yükümlülük Aşaması: Son olarak modelin organizasyonel yükümlülük safhasına değinen Ackerman, bu aşamada da kurumsallaşmış politika tarafından başarılı işlerin yapılması ve bir sonraki aşamaya geçilmesine vurgu yapmaktadır. Kurum sosyal sorunlara yönelik ortaya koyduğu sosyal sorumluluk politikasını kurumsallaştırmalıdır. Öğrenmiş olduğu politikaları iş yapış biçiminin bir parçası olarak görerek, organizasyon içinde sorumlu olan herkesin bu politikaları bilerek uygulaması gerekmektedir. (Ackerman, 1973)

1.3.3. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli-1975

Modern toplumların ve bugünün işletmelerinin komplike sorunlarla karşı karşıya olduğunu belirten Davis, teknolojinin entelektüel kapasiteyi geliştirirken pazarın dinamiklerini daha da karışık hale getirdiğine, uluslararası arenada toplumsal sorunların yarattığı yeni zorlukların ve sosyal sorumluluğun ortaya çıkmasına neden olduğuna vurgu yapmaktadır. İşletmelerin tek misyonu ve başarı kriteri en iyi ürünü üretmesi, en uygun fiyatla piyasaya sunması gibi ekonomik önceliklerken toplumun farklı ihtiyaçlarına cevap vermesi gibi yeni bir misyon yüklenmiştir. 1950'lerin başında toplumun sosyal sorunlara karşı duyarlılığı artarken işletmelerin de faaliyetlerinin sosyal yönü artmaya başlamıştır. Toplum, işletmelerin sosyal birer kahraman rolüne bürünmesini şaşkınlıkla karşılasa da bu konjonktür içinde sosyal önceliklerin tartışılması ve işletmelerin bu konuya nasıl refakat edeceği ve rol oynayacağı konuları gündeme gelmiştir. 20 yıldan fazla süren bir münakaşanın ardından konu belirli bir olgunluğa ulaşmıştır. İşletmelerin sosyal sorunlarla ilgili çözümler sunabilmesi için bir kılavuz çıkaran Davis, iş dünyasının toplumla bu konuda bir sorun yaşaması için takip etmesi gereken beş temel ilkeyi ortaya koymuştur. (Keith, 1975)

İşletmelerin sosyal sorumluluk alanındaki gücünün farkında olması: Davis'e göre işletmeler, azınlıkların istihdam edilmesi, çevre kirliliği ile mücadele gibi konularda muazzam bir güce sahiptir. Bu güç nedeniyle işletmelerin sadece ekonomik kararlar almasının mümkün olmadığını sistemin tamamından sorumlu

olduğunu iddia eden Davis, bir işletmenin aldığı her kararın toplumsal bir sonucu olduğunu bilmesi gerektiğini, ayrıca toplumun ilgi ve ihtiyaç duyduğu alanları belirlemek ve bu konuda çözüm geliştirmekle yükümlü olduğu belirtmektedir. Toplumun sahip olduğu kaynakları yönetme gücüne sahip işletmelerin ana görevinin sadece sahiplerine, çalışanlarına veya tedarikçilerine birer sorumluluk yüklemek değil toplumun ilgili konudaki paydaşlarının tamamına sorumluluğu dağıtması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

İşletmelerin iletişime açık olması: İşletmeler toplum içinde varlık göstermeleri hasebiyle toplumun arzu ve ihtiyaçlarına kulak vermeli, toplumun sürdürülebilir refahı için tüm taraflarla iletişimde olmaya aday olması gerekmektedir.

İşletmelerin ortaya koyduğu faaliyetlerin toplumsal maliyetini hesaplaması: Sosyal sorumluluk konusunda Davis'in üçüncü önerisi ise işletmelerin faaliyet gösterdiği alandaki kazanımlarının yanı sıra faaliyetlerinin yaratacağı tahribatın da maliyetinin ortaya koyması, sosyal sorumluluk çalışmalarını hayata geçirmeden önce de maliyet/fayda hesabını yapmasıdır. Hayata geçirilmesi planlanan sosyal sorumluluk çalışmalarının faydasının maliyetinden ağır basması gerektiği de Davis'in altını çizdiği konulardan biridir.

İşletmenin tüketicisine toplumsal maliyeti yansıtması: Hayata geçirilen çalışmanın, ürünün veya hizmetin toplumsal maliyeti tüketicinin tükettiği ürünün toplumsal etkisini ödeyecek şekilde ücretlendirmelidir. Bir işletme sosyal sorumluluk çalışmalarının tamamının finansörü olmamalı ve tüketicisine toplumsal fayda sağlayacak faaliyetlerinin maliyetini yansıtmalıdır.

İşletmelerin birer vatandaş olarak sosyal sorumluluk üstlenmesi: Her işletme birer vatandaş olarak toplumsal sorunların çözümü için bir rol üstlenmelidir. Örneğin bir işletme direk olarak eğitim sorunun oluşmasına yol açacak bir çalışma yapmamış olabilir ama bu sorunun çözümü işletmeye de yarar sağlayacağı için eğer elinde bu sorunu çözümü için yönlendirebileceği bir imkân varsa bu alanda işletmenin bir sorumluluk alması gerekmektedir.

1.3.4. Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli-1975

Sosyal performansın tanımlanabilmesi ve ölçümlenebilmesinde rasyonel bir boyut geliştirmek için 1975 yılında bir şema ortaya koyan S. Prakash Sethi, firmaların kolayca kendilerine uygulayarak sosyal sorumluluk konusunda bir çerçeve çizebilecekleri model geliştirmiştir.

Kurumsal Sosyal Performans Kültürel Ortama Bağlıdır: Sosyal sorumluluğun, hayata geçirildiği dönemin ve çevrenin sosyal ve kültürel ortamında bağımsız düşünülmemeyeceğini belirten Sethi, sosyal performansı değerlendirirken en iyi yolunun zorunluluk kıstaslarını kullanmak olduğuna vurgu yapmaktadır. Zorunluluklar yani yasallaştırma süreci sadece kurumsal aktivitelerin türünü değil; kurumların iç karar verme süreci, dış çevre algısı, dış çevrenin fiziksel sosyal ve politik olarak manipüle edilip kurumsal aktivitelere dâhil edilebilir hale getirilmesi ve de sistem içerisindeki diğer sosyal kurumların güvenilirliğini de etkilemektedir.

Sethi'ye göre kurumsal davranışlar aynı zamanda kurumsal zorunlulukları, sosyal sorumlulukları, sosyal cevap verilebilirliği yerine getirerek belirlenebilmektedir.

Sosyal zorunluluk olarak kurumsal davranış: Pazarın dinamiklerine ya da yasal kısıtlara cevap olarak ortaya konan davranışlar sosyal sorumluluğun yükümlülüklerini kapsamaktadır.

Sosyal sorumluluk olarak kurumsal davranış: Sosyal sorumluluk, sosyal normlar, değerler ve umulan performans ile uyumlu kurumsal davranışa işaret etmektedir. Kurumların zamanın şartlarına göre değişen belirli hedefleri bulunmamaktadır. Değişim, sosyal sistem içinde ekonomik aktivitelerin negatif etkilerinin büyüklüğü fark edildiğinde meydana gelebilmektedir. Sosyal sistemin ihtiyacı fiziksel kaynaklar ve insan sistemi üzerine bir iddiayı ortaya koymak yerine, diğer kuruluşlar tarafından hizmet sağlamayı artırmak ve işletmelerin hizmetinden önemli öncelikler olduğunu varsaymaktır. Toplum, yalnızca gelir, hizmet ve ürünün dağıtımını üzerine bir tutumu kabul edemez.

Endüstrileşme nosyonu içinde şehirleşmenin artması, teknolojinin iyileşmesi, bağımsız endüstrilerin gelişmesi, kuruluşların operasyonları bile dış etmenlerden bağımsız düşünülemez.

Sosyal sorumluluk, firmaların doğal aktivitelerinden ya da normal kurumsal düzenlerinden radikal olarak ayrılmaya ihtiyaç duymaz. Sosyal sorumluluk zamanın ötesinde yeni sosyal beklentiler yasal hale gelmeden önce ortaya çıkmaktadır ve uygulanmaktadır. Yasal hale getirilen sosyal beklentilerin bir adım ötesindedir.

Bu sayede kurumlar kanunen zorlanmadan, sosyal sorunlar konusunda esnek bir şekilde çözüm önerileri sunabilmektedir. Yeni sosyal beklentiler ile ilgili alınacak önlemler yasalastırılmadan aksiyon alan kurumlar, daha düşük toplumsal ve kurumsal maliyetlerle bu sorunlar konusunda daha esnek çözümler sunabilmektedir.

Sethi'ye göre evrende sosyal zorunluluklar kısıtlayıcı hale geldiği zaman, sosyal sorumluluk konsepti yerleşik davranış biçimi olacaktır.

Sosyal Cevap verilebilirlik olarak kurumsal davranış: Sosyal ihtiyaçlar konusunda kurumsal davranışın üçüncü adımı cevap verilebilirliktir.

Şayet kurumlar piyasadaki davranışlarından kaynaklı sosyal endişelere dair değişiklikleri sınırlarsa bu tamamen veya kısmen onların işletme faaliyetleriyle ilgilidir.

Sosyal cevap verilebilirlik kavramı kurumların baskılara nasıl yanıt vereceği ile ilgili değildir, fakat dinamik sosyal sistem içinde kurumların uzun vadeli rolü olarak düşünülebilmektedir. Kurumlardan beklenen değişim, her zaman sistemin içinde yer almalarıdır. Bu değişim, kurumun mevcut kurumsal aktivitelerinin sonucu olabileceği gibi, kurumun oluşmasında önemli bir rol oynadığı sosyal problemlerden de ileri gelebilmektedir. Kurumlar, olumsuz etkilerini minimize eden programlar ve politikalar başlatabileceği gibi hayata geçireceği faaliyetlerden önce kriz oranını öngörerek buna karşı birer katalizör olabilecek davranışlar ortaya koyabilir. Ayrıca üstesinden gelebilecekleri yasal zorunlukların kapasitelerini kendileri geliştirebilir.

Evrende sosyal sorumluluk ile ilgili aktiviteler kuralcıysa, sosyal cevap verilebilirlik ile ilgili faaliyetler de önleyicidir ve kuralcıdır. (Prakash, 1975)

1.3.5. Sosyal Sorumluluğun Sınırlandırılması Modeli-1976

R.D Hay, E.R. Gray ve J.E. Gates'in ortaya koyduğu modelde üç ana öge bulunmaktadır. İlki organizasyonların kurum içerisinde bulunduğu sosyal alanda, ana çevre olarak belirtilen kurum-sendika ilişkisinde, etnik-dini gruplarla olan ilişkisinde

yani birbirinden bağımsız kurumlar arasındaki ilişkilerinde meydana gelen sosyal sorunlar ile ilgili farkındalık geliştirmesi gerekliliğidir. İkinci öge ise sorunların ortadan kaldırılabilmesi için sorumluluklarının bilincinde olmasıdır. Üçüncü öge ise kurumun kaynaklarını bu sorunların çözümünde kullanmaya istekli ve kararlı olmasıdır. (Özüpek M. N., 2005)

1.3.6. Wartick ve Cochran Kurumsal Sosyal Performans Modeli-1985

Wartick ve Cochran'a göre kurumsal sosyal performans; kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal cevap verilebilirlik ya da işletmelerle sosyal çevre arasındaki ilişkiler olarak da tanımlanmaktadır. Sosyal Performans Modeli, sosyal sorumluluğun genişletilmiş versiyonudur. Ortaya konulan prensipler, süreç ve politika yaklaşımı topluma karşı olan zorunluluklar konusunda aksiyon alınması yönünde kapsamlı bir kurumsal çaba için farklı bir görüş sağlamaktadır. (Wartick & Cochran, 1985)

Kurumsal Sosyal Performans 1979'da ilk defa Carroll tarafından Sosyal Sorumluluk, Sosyal Cevap Verebilirlik ve Sosyal Sorunlar başlığının entegrasyonu altında üç boyutlu olarak tanımlanmıştır. (Carroll A. B., 1979) Kurumsal Sosyal Performans Modelinde sosyal sorumluluk tanımı içinde ekonomik sorumluluklar ve toplumsal politikalara yönelik sorumluluklar bütünlüşmektedir.

Sosyal performans modeli, sosyal sorumluluğun genişlemiş versiyonudur. Prensip, süreç ve politika yaklaşımını ortaya koymak amacıyla bir kurumun hizmet etmiş olduğu toplumdaki zorunluklarla ilgili tatmin edici kurumsal eforu belirleyici görüş sağlamaktadır. Sosyal sorumluluklar, sosyal cevap verilebilirlik ve sosyal sorunların sosyal performansla entegrasyonu toplumun ve kurumların analizi için değerli bir sisteme sağlamaktadır. Carroll'ın 1979'da kaleme aldığı sosyal performans modelinin dinamik gelişim ile başarısız olduğunu iddia eden Wartick ve Cochran, modelin gelişimini ele almaktadır.

Bowen 30 yıl önce iş adamlarının toplumumuzun değerleri ve arzu edilen hedeflerine dönük aksiyonları takip edeceğini, ya da belirli politikaları izleyeceğini ve kararlar vereceğini belirtmektedir. Bowen, sosyal sorumluluk kavramının toplumun değerlerine ve hedeflerine vurgu yapması gerektiğini belirtmektedir. İki ana maddeye

vurgu yapan Bowen'a göre birinci öncelik kurumlar toplumun mutluluğu için varlık göstermektedir. Operasyon metodu ve davranışı, toplum tarafından set edilen kılavuzun içinde yer almak zorundadır. (Bowen, 1953) Devlet ve kurumların kast edilen zorunluluklar ve haklar ile ilgili toplumsal bir kontratı olması gerekmektedir. Kontratın ayrıntıları toplumsal durumlara göre değişebilir fakat işletmenin meşruluğunun kaynağı olarak kalmaktadır. Toplumsal kontrat toplumun hedefleriyle uygunluğu içinde kurumsal davranış getiren araçlardır. (Donaldson, 1982)

İkinci nokta ise; kurumlar toplum içindeki manevi değerlere göre tutarlı hareket etmelidir. Bu iki nokta sosyal sorumluluk kavramının temel iki ana maddesidir. Bunlar sosyal sorumluluğun değerlendirilmesi için iki ana hedef sağlamaktadır. Bu değerlendirme sosyal sorumlulukta üç ana zorlu görevi meydana çıkarmaktadır. (Wartick & Cochran, 1985)

Wartick & Cochran, toplum içinde sosyal sorumluluğun kapsadığı alanı yeniden tanımlamak ve kriterleriyle ölçme performansını ortaya koymak için ekonomik sorumluluklar, toplumsal sorumluluklar ve sosyal cevap verilebilirlik ile ilgili sorunları ortaya koymayı önermektedir.

Sosyal performans modeli, sosyal sorumluluk prensiplerine, sosyal cevap verebilirlik yöntemine ve sorun yönetimi politikalarına dayanan kurumsal sosyal ilişkiyi önermektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk prensipleri ekonomik, yasal, etik ve isteğe bağlı sorumlulukları kapsamaktadır. Bu sorumluluklar işletmelerin toplumsal kontratlarında belirtilmektedir ve işletmeler değerlerin temsilci olarak konumlanmaktadır. Sosyal cevap verebilirlik yöntemi reaktif, koruyucu, uyabilen ve proaktif olmalıdır. Toplumsal koşulların değişimine cevap verecek kapasitede ve cevaplar geliştiren yönetim yaklaşımına sahip olmalıdır. Toplumsal sorun yönetme politikaları, problemin tanımlanması, analizi ve cevap geliştirilmesini içermektedir. Karşılaşılabilecek olası sürprizlerin minimize edilmesi ve efektif kurumsal sosyal politikaların belirlenmesini sağlamaktadır. (Wartick & Cochran, 1985)

1.3.7. Carroll'un Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli-1991

Kurumsal sosyal sorumluluğun bileşenlerini ekonomik, yasal, etik ve yardımseverliği dayalı sorumluluklar olarak tanımlayan Carroll, bu sorumlulukları bir piramit içinde

önceliklendirmiştir. Piramitin en altına koyduğu ekonomik sorumlulukları kurumların tüketicilerinin ihtiyacı olan ürün ve hizmetleri karlılığı gözeterek üretmesi olarak ifade etmektedir. Diğer tüm sorumlulukları ekonomik sorumluluklara dayandırarak, ekonomik sorumluluklar olmadığında diğerlerinin değersizleşeceğine vurgu yapmaktadır. Toplum, kurumları yalnızca ekonomik sorumlulukları yerine getirmesi durumunda onaylamamaktadır. Aynı zamanda toplumsal kurallara, devlet, yerel yönetimler tarafından yayınlanmış kanunlara uygun olarak faaliyetlerini yürütmesine de önem vermektedir. Kurumlar ekonomik sorumluluklarını kanunlar çerçevesinde, toplumsal kurallara uyarak yerine getirmelidir. Ekonomik ve yasal sorumluluklar adalet, dürüstlük ve etik konusundaki sorumlulukları somutlaştırırsa da etik sorumluluklar toplumsal kurallar içinde belirtilmese de toplumun reddettiği veya yasakladığı faaliyetleri kapsamaktadır. Bu sorumluluklar paydaşların manevi haklarına olan tutumu betimlemektedir. Hayırseverliğe yönelik sorumluluklar ise iyi bir kurumsal vatandaş olmak için kurumların kaynaklarını toplumun hayat kalitesini artırmak için kullanmasıdır ve tamamen isteğe bağlı ve gönüllü sorumluluklardır. Hayırseverliğe dayalı sorumluluklar toplum tarafından yapılması arzu edilen ve değerli sorumluluklardır fakat piramitin en üstünde yer alan bu sorumluluk alanlarından daha az önemlidir. Carroll'ın ortaya koyduğu bu piramit kurumsal sosyal sorumlulukla ilgilenen yöneticilerin sorumluluğun farklı bileşenlerini aynı çerçeve üzerinde görmesine fırsat sunarken aynı zamanda sorumlulukların aralarındaki dinamizmi de anlamaya yardımcı olmaktadır. Carroll, önerdiği piramidin klasik ekonomik yaklaşımın tamamen karşıtı olduğunu, onların şirketlerin sahipleri ve paydaşlarının karlılığının dışında bir sorumluluk kabul etmediğinin altını çizirken bu görüşün savunucularından Milton Friedman'ın toplumsal sorunların iş adamlarının sorunu olmadığını bu sorunların serbest piyasa sistemi içinde çözülebileceğine vurgu yaptığını belirtmektedir. Carroll, Friedman'ın savının bütün olarak düşünüldüğünde onun toplumsal kurallara uyarak etik kuralları gözeterek karlılığa vurgu yaptığını dikkat çekmektedir. Genellikle bu ikinci noktanın göz ardı edildiğini belirterek Friedman'ın da aslında kurumların ekonomik, yasal ve etik sorumlulukları olduğunu kabul ettiğini ama hayırseverlikle ilgili isteğe bağlı olarak hayata geçirilen sorumlulukları sadece reddettiğini ifade etmektedir. (Carroll A. B., 1991)

Kurumsal sosyal sorumluluklar ile kurumların paydaşları arasında doğal bir uyum bulunmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı içerisindeki sosyal kelimesi her zaman belirsizdir ve kurumların kimden sorumlu olduğuna ilişkin belirli bir yönlendirme eksikliğinin altını çizmektedir. Kurumlar, toplumsal üyeler içindeki paydaşlarını ve kime sorumlu olduğunu ortaya koymalıdır. Kurumların yönetimde karşısına çıkan en öncelikli zorluk paydaşlarının kim olduğunun ve kimin öncelikli olduğunun belirlenmesidir. Paydaşların sunduğu fırsatların ve zorlukların belirlenmesi, paydaşlarına karşı hangi sorumlulukları (ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik) hayat geçirmek zorunda olduğunun ve bu sorumluluklarla ilgili stratejinin, aksiyonun, kararının ortaya koyulması gerekmektedir. Kurumlar paydaşları olan sahiplerine, müşterilerine, çalışanlarına, hizmet verdiği alandaki topluluklara, rakiplere, tedarikçilere, sosyal aktivist gruplara, halka ve diğerlerine karşı ekonomik, yasal, etik ve hayırseverliğe dayalı sorumluluklarını belirlemelidir. Kurumun ana paydaşları ve etik sorumlulukları arasındaki ilişkiyi de ele alan Carroll, kurumsal sorumluluk piramidinin etik bileşenini izole ederek paydaş tanımı içinde konuyu ele almaktadır. Paydaşların yönetimini üç ayrı ahlaki yaklaşım altında ele almaktadır. Birinci tip yöneticiler etik prensiplerle uyumsuz, sadece şirketlerinin karlılığını ve başarısını gözetken, kurumsal ve kişisel kazançları için fırsatları sömürerek ahlak dışı davranan kişilerdir. İkinci yönetici tipi sadece yaptığı iş konusunda ahlaki farkındalığı olmayan yöneticilerdir. Bunlar da kendi içerisinde ikiye ayrılır. Bir kısmı gerçekten ahlaki farkındalığa sahip değilken bir kısmı da farkında olmasına karşın bu tutumunu sürdürmeye devam eden kişilerdir. Üçüncü tip yöneticiler ise tamamen ahlaki prensiplerle hareket ederek yaptığı işte toplumsal kuralları değerleri gözeterek ilerlemektedir. (Carroll, A. B., 1987)

1.3.8. Freeman Modern Kurumlarda Paydaş Teorisi-2001

Kurumun aksiyonlarından olumlu veya olumsuz etkilenen, kurumun varlığı sürdürmesinde ve başarılı olmasında etkili olan bireyleri ve grupları kurumun paydaşı olarak tanımlayan R. Edward Freeman, büyük firmaların sahip olduğu paydaşları hissedarlar, yönetim, çalışanlar, tedarikçileri, müşteriler, yerel topluluklar olarak belirtmektedir. Uzun vadede paydaşların yönetilmesine ilişkin prensiplerin

uygulanması, endüstri politikası ve hükümetin düzenleme ile ilgili müdahalesi konusunda artan rolünü azaltmaktadır.

Modern şirketlerde paydaşlar yönetimde önemli bir rol oynamaktadır. Dolaylı veya dolaysız çalışanlar ile yapılan bir sözleşme gibi yönetim ile paydaşlar arasında bir bağlantı vardır ve yönetimin paydaşları çalışanları gibidir. Bir diğer taraftan da yönetimin, paydaşlarının refahını koruma görevi bulunmaktadır. Kısacası, üst yönetim kurumun sürdürülebilirliğini gözetmelidir ve birbiriyle çelişen paydaşların çeşitli iddialarına dengeli bir biçimde cevap verebilmelidir. Örneğin bir kurumdan hissedarları yüksek karlar elde etmek isterken, müşterileri araştırma ve geliştirme çalışmalarına daha fazla para harcamasını bekleyebilir. Çalışanlar yüksek maaşlar ve daha iyi çalışma koşulları beklerken, yerel halk toplumsal sorunlar karşısında aksiyon alınmasını arzu edebilir. Paydaşların beklentileri karşısında bir denge mekanizması geliştiremeyen kurumlarını varlığını sürdürmemeye riski bulunmaktadır. Paydaş teorisine göre hareket eden kurumlar, paydaşlarının önceliklerine göre firmanın hedeflerini yeniden belirlemek zorundadır. (Freeman R. E., 2001)

Antoni ve Sacconi tarafından (2013) ortaya konan makalede firmaların sosyal sorumluluğunun, aktivizmin ve boykotun, konformist teşviklerin paydaş ağında oynadığı role ve firmalar ile paydaşları arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Paydaş aktivizmi ve sosyal sorumluluk davranışını güçlü ve zayıf paydaşlar üzerinden değerlendiren Antoni ve Sacconi firmaların güçlü olan paydaşlarının zayıf olan paydaşları ile de ilişki kurmasını talep ettiğini bu şekilde uzun dönemde zayıf olan paydaşlarının da firmalardan yararlanmasını sağladığına değinmektedir. (Antoni & Sacconi, 2013)

1.3.9. Üç Boyutlu Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli-2003

Archie Carroll 1979'da ekonomik ve diğer alanlar arasındaki boşluğu birleştiren bir adım atarak toplumun kurumlardan ekonomik, yasal, etik ve isteğe bağlı beklentilerini işletmelerin sosyal sorumluluğu olarak tanımlamıştır. (Carroll A. B., 1979) Ardından 1991 yılında ortaya koyduğu kurumsal sosyal sorumluluk piramidi ile literatürde pek çok teoristin yararlandığı kurumsal sosyal sorumluluğun bileşenlerini ortaya koyan bir grafik ortaya koymuştur. (Carroll A. B., 1991)

Carroll'ın Schwartz ile kaleme aldığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Üç Boyutlu Yaklaşım isimli makalede isteğe bağlı olarak tanımlanan sorumlulukları ekonomik ve etik alan içinde ayırarak sınıflandırmaktadır. Bu yaklaşım, tamamen ekonomik, tamamen yasal, tamamen etik, ekonomik-etik, ekonomik-yasal, etik-yasal, ekonomik-yasal-etik olmak üzere üç alandan oluşmasına rağmen yedi farklı boyutu ele almaktadır. İşletmelerin isteğe bağlı sorumluluklarını, özellikle de işletmelerin etik uygulamalarını ortaya koymak için çok daha uygundur. (Carroll, & Schwartz, 2003)

1.3.10. Philip Kotler'in 6 Seçenek Modeli-2006

KSS projelerinin hayata geçirilmesinde izlenen yöntemler ile ilgili ise Kotler ve Lee 6 yöntem üzerinde durmaktadır. Birincisi Sosyal Amaç Teşvikleri; kurumların sosyal nedenlerle ilgili farkındalığını ve bilgi düzeyini artırmak için fon, mal, hizmet vb. kaynakları bağış yoluyla toplamasıyla sosyal nedenlerin yanında olmasıdır. İkincisi Nedene Bağlı Pazarlama; işletmelerin sattığı ürün üzerinden bir toplumsal soruna kaynak aktarmasıdır. Üçüncüsü Kurumsal Sosyal Pazarlama; kurumların toplumun refahına katma değer sağlayacak bir davranışı geliştirmesine teşvik etmesidir. Dördüncüsü; Kurumsal Hayırseverlik, işletmenin bir vakfa vb. yaptığı doğrudan katkıdır. Beşincisi Toplum Gönüllüğü; bir kurumun çalışanlarının sosyal amaçlı bir projede gönüllü olmasıdır. Son olarak da Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları; kurumların iş yapış tarzının sosyal bir amaca hizmet etmesidir. (Kotler & Lee, 2006)

1.4. İŞLETMELERİN SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI

R. Edward Freeman, kurumun faaliyetlerinden etkilenen, varlığını sürdürmesinde ve başarılı olmasında etkili olan bireyleri ve grupları kurumun paydaşı olarak tanımlamaktadır. (Freeman R. E., 2001) İşletmelerin sosyal sorumluluk alanları da ilişkide olduğu paydaşlarına göre tanımlanmaktadır. Ayrıca toplumun devinim halinde olan beklentileri ve değerleri de kurumsal sosyal sorumluluğun sınırlarının belirlenmesinde önemli bir etmen olarak önümüze çıkmaktadır.

1.4.1. Çalışanlarına Karşı Sorumluluklar

Bir kurumun faaliyetlerinden doğrudan etkilenen paydaşı çalışanlarıdır. İşletmeler temel kaynağı olan çalışanlarının yalnızca ekonomik beklentilere değil aynı zamanda manevi beklentilerine de yanıt vermelidir. (Özüpek M. N., 2008)

1.4.2. Tüketicilerine Karşı Sorumluluklar

Kurumların en önemsedığı paydaş gruplarından birisi tüketicileridir. Çünkü bir kurumun varlık gösterebilmesi için tüketicilerinin ihtiyaç ve beklentilerine karşı sorumluluklarını yerine getirmesi gerekmektedir. Bir kurum tüketici haklarını gözetmenin yanı sıra proaktif bir yaklaşımla sattığı ürün veya hizmetle ilgili bilgi vermeli varsa şikayetlerini dinleyeceği mekanizmaları geliştirmelidir. (Özüpek M. N., 2008)

1.4.3. Topluma Karşı Sorumluluklar

Kurumların ana sorumluluklarından biri de toplumun ihtiyaç ve değerlerini gözeterek faaliyetlerini yürütmektir. Kurumlar, toplumsal faydayı artıracak çalışmaları hayata geçirerek bu alandaki sorumluluklarını yerine getirmelidir.

1.4.4. Çevreye Karşı Sorumluluklar

Sanayileşmenin, hızla artan nüfusun, kentleşmenin ve küreselleşmenin de etkisiyle artan çevre sorunları modern dünyanın en önemli sorunlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle işletmeler varlık gösterdiği çevrede doğal kaynakları kullanırken çevre kirliliğine karşı önlemler almayı öncelikle dirilmelidir. Tüketicilerin çevre sorunlarına karşı artan duyarlılığı nedeniyle bir kurum üreteceği ürünün hammaddesinden, üretim sürecine, satış sonrası çalışmalarına kadar her aşamasında çevreye olan etkisini gözeterek çalışmalıdır. Üretim süreçlerinde çevresel sorunların önüne geçecek önlemler almalı, doğal kaynakları verimli kullanarak topluma karşı olan sorumluluğunu yerine getirmelidir. (Kleiner, 1991)

1.4.5. Hissedarlara Yönelik Sorumluluklar

Kurumun ana kaynağı olan hissedarlarının temel beklentisi kurumun gelir elde etmesi ve faaliyetlerinden güncel bir şekilde haberdar olabilmektir. (Özüpek M. N., 2005) Hissedarların kuruma duyduğu güvenin temelinde bir işletmenin olumlu itibarı vardır. Güven unsuru bir işletmenin paydaşları ile olan ilişkilerinin temelini oluşturmaktadır. (Kartepe, 2008)

1.4.6. Sağlık ve Refahla İlgili Sorumluluklar

Bugün toplum tarafından iyi bir kurumsal vatandaş olmaya davet edilen kurumlar toplumun refah seviyesini yukarıya taşıyacak, ekonomik ve sosyal gelişimini hızlandıracak projeler hayata geçirerek sağlık ve refahla ilgili sorumluluklarını yerine getirmektedir. Bu projeler kurumların toplum nezdinde olumlu bir itibar yaratmaları için de önemlidir. Bir kurumun artan karını, işsizliği azaltmak, yeni iş fırsatları yaratmak, güncel teknolojiler geliştirmek gibi farklı alanlara yönlendirecek, refahı artıracak projeleri geliştirmesi gerekmektedir. (Özüpek M. N., 2008)

1.4.7. Eğitim ve Kültür Alanına Yönelik Sorumluluklar

İşletmeler toplumsal refahı artırmak için eğitim ve kültür çalışmalarını da desteklemektedir. Toplum yaşam kalitesini artırmaya yönelik planlanacak eğitim ve kültür çalışmaları kurumların rakiplerinden farklılaşmasını ve toplumun gözünde farklı bir konuma yükselmesini sağlayacaktır. (Özüpek M. N., 2008)

Bir kurumun tüm paydaşları kurumunun sorumluluklarının bilincinde olmasını ve bu sorumluluklarla ilgili faaliyetler geliştirmesini beklemektedir. 1990'ların öncesinde bir zorunluluğun yerine getirilmesi olarak değerlendirilen kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları işletmenin stratejik amaçları ve hedefleri gözetilmeksizin ağırlıklı olarak hissedarların kararlarına göre hayata geçirilen sadece hayırsever görünmek için yapılan faaliyetlerdi. İşletmeler hayır işlemek için en kolay yöntemleri seçmekte ve yapılan çalışmaların iletişimi yapılmamaktadır.

Bugün ise kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının ana ekseninde kurumun hedeflerini desteklemek vardır. Kurumun hedeflerini destekleyen, faaliyet gösterdiği sektörle bağlantılı, arzu ettiği marka kimliğine ulaşmasını destekleyecek, olası bir kriz anında itibar yönetimin bir parçası olarak değerlendirilebilecek, kurumun tüm paydaşlarını içine alan, toplumun hassasiyetlerini içeren, kurumun değerleri ile uyumlu sosyal sorumluluk çalışmaları yürütülmektedir. Uzun vadeli ve sürdürülebilir çalışmalar önceliklendirilirken iş sonuçları da ölçümlenmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına katılımın hem toplum için hem de işletmelerin varlığını sürdürülebilir kılmak için önemlidir. Business for Responsibility organizasyonun araştırmasına göre kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları yürüten işletmeler hem satışlarını hem pazar payını artırmakta, marka konumunu güçlendirmekte, güçlü kurum imajını pekiştirmekte, çalışan bağlılık oranını yükselterek en çok çalışmak istenen kurumlar arasına girmekte, maliyetlerini azaltmakta ve yatırımcı ve paydaş ilişkilerine de olumlu katkı sağlamaktadır. Örneğin; 1980 yılında America Express'in kart sahiplerinin kartı her kullanımında Özgürlük Anıtını yenilemesine yönelik kampanya fonlarında 1,8 milyon dolar, kart kullanımında ise yüzde 27'lik bir artış, kart üyeliği başvurusunda da yüzde 10'luk bir yükselme sağlamıştır. (KOTLER & Lee, 2008)

Her ne kadar sosyal sorumluluğun önemini bilen ve sosyal sorunların iyileştirilmesi için üstün çaba sarf eden kurumlar olsa da kurumlar nezdinde yapılması gereken birçok adım olduğunu ortaya koyan araştırmalar bulunmaktadır. Londra merkezli Global Justice Now (Şimdi Küresel Adalet) isimli sivil toplum kuruluşunun yaptığı araştırmaya göre 2015 yılında dünyanın en büyük 10 şirketinin toplam geliri 2,85 trilyon dolara yaklaşmışken, dünyanın en fakir 180 ülkesinin toplam geliri 2,8 trilyon dolar olarak belirtilmektedir. Dernek, kurumların bu servetinin dünyadaki gelir eşitsizliği ve iklim değişikliği gibi sorunların ana sebebi olduğunu belirterek kısa vadeli kâr politikalarının, dünyada yaşayan milyonlarca insanın en temel insan haklarına ulaşmasını engelleyeceğini ve durumun giderek kötüleşeceğine vurgu yapmaktadır. (Now, 2016)

Toplumsal refahın sağlanmasında, sosyal sorunların iyileştirilmesinde işletmelere büyük bir rol düşmektedir. Bu çalışmada da Türkiye'nin gerek sosyal gerekse ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayan 25 milyon bireyden oluşan Y

kuşanın, sosyal sorunlara farkındalığı ve sosyal sorunların çözümüne katılımlarında kurumların yürüttükleri sosyal sorumluluk projelerinin rolü ortaya konulacak ve bu bulgular üzerinden kurumların Y kuşanın KSS projelerine katılımını artırmak için neler yapabileceğı tartışılacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KUŞAK KAVRAMI, Y KUŞAĞI VE SOSYAL SORUMLULUK

2.1. KUŞAK KAVRAMI

Geçmişte biyolojik periyotlara göre tanımlanan kuşak kavramı ebeveynlerin doğumu ile çocuklarının doğumu arasındaki ortalama süreyi betimlemektedir. Bu da yaklaşık 20-25 yıla tekabül etmektedir. Bugün ise benzer bir zaman aralığında doğmuş, belirli toplumsal olaylardan, trendlerden ve gelişmelerden etkilenmiş topluluklara kuşak denmektedir ve kuşak sosyolojik olarak tanımlanmaktadır. Jenerasyon uzmanları William Strauss ve Neil Howe kuşakları benzer bir zaman diliminde yaşamış ve aynı tarihi paylaşmış kişiler olarak belirtmektedir. (Strauss & Howe , 1991)

Global, kültürel ve sosyoekonomik sınırların da ortadan kalkması ile farklı coğrafyalarda yaşayan benzer zaman diliminde doğmuş kişiler bugün her zamankinden daha fazla birbirine benzer karakteristik özellikler taşımaktadır. Bu nedenle de bir nesli tanımlarken, aynı dönemde doğmuş ve aynı sosyal olaylardan etkilenmiş bir grup insan kast edilmektedir. (McCrimdile & Wolfinger, 2010)

2.2. KUŞAK SINIFLANDIRMALARI VE TARİHİ ARALIKLAR

Birbirine yakın tarihte doğmuş benzer tarihsel ve sosyolojik dönemden geçmiş kişiler sosyolojik teoride birer kuşak olarak tanımlanmaktadır. Bu teoriye göre 1925-1945 yılları arası doğan II. Dünya savaşı ve ekonomik buhran dönemini yaşamış olan kuşağa “sessiz kuşak”, savaş sonrası doğum oranlarının arttığı 1946-1964 arası dönemde dünyaya gelenlere “baby boomers”, 1965-1980 arası doğan baby boomers’ların çocuklarına “x kuşağı”, 1981-2002 arasında doğanlara “y kuşağı”, 2000 ve sonrasında doğanlara ise “z kuşağı” denilmektedir. Fleschner’a göre kuşakların doğum yıl aralıkları Tablo 1.1’de verilmiştir. (Fleschner, 2008).

Kuşaklar genellikle kendi içinde belirli özelliklere ve toplumsal değerlere sahiptir. Bir jenerasyonu ifade eden benzer özellikler olduğu gibi bir kuşaktaki her bireyin aynı özellikleri taşıdığı söylemek mümkün değildir. (Lower, 2008)

Literatürde kuşaklar farklı tarihsel dönemler içerisinde ele alınırken her dönem farklı isimlendirilmiştir. Williams ve Page'e göre kuşakların doğum yıl aralıkları Tablo 1.2'de verilmiştir. (Williams & Page, 2011)

Tablo 2-1: Fleschner'a Göre Kuşakların Doğum Yıl Aralıkları

Kuşaklar	Doğum Yılları
Sessiz Kuşak (Gelenekselciler)	1925-1945
Baby Boomers	1946-1964 43-61
X Kuşağı	1965-1980 27-42
Y Kuşağı	1981-2002

Fleschner, 2008

Tablo 2-2: Williams ve Page'e Göre Kuşakların Doğum Yıl Aralıkları

Kuşaklar	Doğum Yılları
Gelenekselciler	1930-1945
Bebek Patlaması	1946-1964
X Kuşağı	1965-1976
Y Kuşağı	1977-1994
Z Kuşağı	1994 ve sonrası

Williams & Page, 2011

2.3. Y KUŞAĞININ ÖZELLİKLERİ VE SOSYAL SORUMLULUK

McGlone ve diğerleri tarafından 2011 yılında yapılan çalışmada, Y kuşağındaki kişilerin kurumsal sosyal sorumluluk projesi üreten firmalara karşı davranışları incelenmiştir. Yapılan çalışmada 9 adet firma 3 farklı gruba bölünmüş ve üniversite öğrencilerine firma üst düzey yöneticileri tarafından kurumlarının sosyal sorumluluk projeleriyle ilgili sunumlar yapılmıştır. Ardından öğrenciler de 3 farklı gruba bölünerek genç Y kuşağı, yaşlı Y kuşağı ve Y kuşağından olmayanlar şeklinde bölünmüştür. Y kuşağındaki kişiler gönüllü çalışma konusunda Y kuşağından olmayanlara karşı daha isteklidirler ve gönüllülük isteklerine ailede gördüklerinin

etkisi büyüktür. Yine öğrencilerin çalışmak istedikleri firmaların bu gönüllülük ilkesine bağlı olarak kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları gerçekleştiren firmalar olduğu tespit edilmiştir. (McGlone, Spain, & McGlone, 2011)

Kotler ve Lee (2008) nedene bağlı pazarlama yönetimiyle hayata geçirilen KSS projeleri ile ilgili Y kuşağının yanıtı konusunda bir çalışma gerçekleştirmiştir. Nedene bağlı pazarlamada cinsiyetin, sosyal sorunların, yardım miktarının ve mesajın nasıl tasarlandığının Y kuşağı üzerindeki farklı etkilerini ele alan çalışmada, Y kuşağının sosyal sorunlara karşı kaygı taşıdığına ve bu kaygının da onları gönüllülük konusunda hareket geçirdiğine değinilmektedir. Bu kuşağın en önemli özelliği olarak da kişisel kazançları için değil başkalarına yardım etmek ve topluma katkıda bulunmak için gönüllü olmaları gösterilmektedir. Bu veri Y kuşağının sosyal sorunlarla ilgili farkındalığına ilişkin öngörü sunarken onların sosyal sorunların çözümüne katılımları ile ilgili de bir ipucu vermektedir. (Hyllegard, Yan, Ogle, & Attmann, 2010)

2.4. TÜRKİYE'DEKİ Y KUŞAĞI

Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (UNFPA) tarafından yapılan araştırmalar göstermektedir ki Türkiye 76,6 milyon nüfusu içerisindeki 19 milyon genç ile Avrupa'nın en genç nüfusa sahip ülkesi konumundadır. Türkiye'de nüfusun yüzde 41,1'ini çocuklar ve gençler oluşturmaktadır (UNFPA Türkiye, 2014). Bu genç ve dinamik nüfus ilerleyen yıllarda ülkenin gerek sosyal gerekse ekonomik kalkınmasında görev alacağı için bugün çok iyi analiz edilmelidir. Bu çalışmada özellikle Türkiye'de yaşayan Y kuşağı ele alınacaktır.

İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası'nın(İSMMM) Ocak 2013'te yayınladığı Türkiye'nin Yaratıcı Geleceği / Y Kuşağı adlı raporuna göre Türkiye'de en küçüğü 15 en büyüğü ise 34 yaşında olan 25 milyon Y kuşağı üyesi bulunmaktadır (İSMMM, 2013).

Rapora göre Türkiye nüfusunun üçte birini oluşturan bu kitle 1980-1999 arası doğumlu nesildir. Bu kuşağın en önemli özellikleri özgürlük ve teknolojidir. Bu kuşak rahatlarına düşkün ve girişkendir, emir almaktan hoşlanmaz ve otoriteyi tanımazlar, sorumluluk ve kararları hemen alıp sonucunu hemen görmek ister, sabırlı

değildir, birden fazla işi aynı anda yapmak ister, teknolojiye hâkimdir ve hızlı öğrenir. Bu kitlenin teknolojiye hâkim olması neticesinde Y kuşağının yüzde 70'i internet kullanmaktadır ve yüzde 60'ı sosyal medyayı takip etmektedir. Türkiye'de yer alan Y kuşağı sayıları tablo Tablo 1.3'de verilmiştir (İSMMMO, 2013).

Tablo 2-3: Türkiye'de Y Kuşağı Sayısı

Türkiye'de Y Kuşağı Sayısı	
Yaş Grubu	Nüfus
15-19	6.405.552
20-24	6.186.089
25-29	6.270.778
29-34	6.554.927
Toplam	25.417.346

İSMMMO, 2013

Türkiye'nin geleceğinin lokomotifi olan bu gençler toplumsal sorunların çözümünün bir parçası olabilir. Bunun için sivil toplum örgütleri ve özel şirketlerin hayata geçirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projeleri onlara birer platform olabilecektir. Günümüzde kurumların toplumsal sorunlara karşı duyarlı olması ve bu sorunların çözümünde görev almaları bireyler tarafından beklenmektedir. Dünyada sivil toplum örgütlerine üyelik oranları ülkemiz ile karşılaştırıldığında ortaya ilginç rakamlar çıkmaktadır. Ankara Ticaret Odası'nın(ATO) gerçekleştirdiği "AB Kapısında Sivil Toplum" araştırmasında ülkemizde dernekler minimum 7 kişi ile hayata geçirilmektedir. Üye sayıları ise 10 ila 100 arasında değişiklik göstermektedir. Avrupa'da ise dernek sayısı bizden az olan ülkelerin üye sayıları milyon kişilere çıkabilmektedir. Toplam nüfus içinde payı çok yüksek olan gençlerin sosyal ve toplumsal sorunların birer parçası olmasını sağlamak için onları iyi analiz etmek, beklentilerini ortaya koymak gerekmektedir ((ATO), 2004).

Bu kuşağın sosyal sorunların çözümüne katılımını ortaya koyacak bir veri de Birleşmiş Milletlerin Gençliğin Durumu Araştırması'dır. Bu araştırmaya göre Türkiye'de bir sivil toplum örgütüne üye olan gençlerin oranı yalnızca yüzde 4'tür.

Bunların yaklaşık yüzde 46'sı yani 3 milyondan fazlası ya üniversiteli ya da üniversite mezunudur. (UNFPA Türkiye, 2014).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNİN Y KUŞAĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

Bu bölümde araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıkları, varsayımları ve yöntemi tanımlanarak, görüşme yöntemi ile elde edilen verilerin analizi ve yorumu ele alınmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Kurumların toplum üzerindeki etkilerini tanımlayan kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları 21. yy 'da işletmelerin hedeflerini destekleyen bir yapıya kavuşmuştur. İşletmeler ortaya koydukları hedeflere ulaşmalarını destekleyecek, iş ürettikleri alanda, ulaşmak istedikleri marka kimliğini destekleyen ve en önemli de yaşanan bir krizde kurumsal itibar yönetiminin bir parçası olabilecek, kurum paydaşlarına dokunan, sosyal sorunların çözümüne hizmet eden sorumlu davranışlar ve çalışmalar ortaya koymaktadır. Toplumsal sürdürülebilirliğe hizmet etmesi aynı zamanda işletmelerin sürdürülebilirliğine yardımcı olması nedeniyle KSS çalışmaları önem taşımaktadır. (KOTLER & Lee, 2008)

Kar maksimizasyonunun ötesinde toplumun çıkarlarını gözeten, paydaşlarının beklentileri doğrultusunda sosyal sorunların çözümünde rol alan kurumlar Türkiye'nin gerek sosyal gerekse ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayan 25 milyon y kuşağını sosyal sorunların çözümüne dahil ederek sosyal sorunlar konusunda farkındalığını artırabilir ve onların sorunların çözümünde katılımlarını teşvik edebilir.

Bu noktadan yola çıkan çalışmanın amacı;

Türkiye'de y kuşağına mensup bireylerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları konusundaki farkındalığı,

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına katılımı,

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının y kuşağı üyesinin sosyal sorunlara karşı farkındalığına ve sosyal sorunların çözümüne katılımında etkisi,

Hangi kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ilgi duydukları ve nedenleridir.

Bu süreci etkilediği düşüncesiyle;

Bireyin sivil aktivist hareketlere karşı tutumu da araştırmanın kapsamına alınmıştır. Bu araştırmanın amacı; y kuşağının sosyal sorunlara karşı farkındalığının ve sorunların çözümüne katılımlarını artırmak için Türkiye'deki kurumlara önerilerde bulunmaktır. Bu kapsamda EK-1'de yer alan sorulara yanıt aranmıştır.

3.2. Araştırmanın Önemi

Bu araştırmanın sonucunda elde edilecek veriler; y kuşağına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirmek isteyen kurumlar için rehber olacak, gelecekte yapılacak çalışmalar ve araştırılacak konuların belirlenmesinde bir model konumuna gelecektir.

Araştırmada üniversite mezunu hem kadın hem erkeklerden oluşan y kuşağı mensuplarıyla (1981-2002 arası doğumlu olan) derinlemesine görüşme yöntemiyle veriler elde edilmiştir.

Araştırma sonucunda ortaya çıkabilecek bulgu ve sonuçların herhangi başka bir yöntemle ulaşılan sonuçlara oranla daha zengin olabilmesi için örneklem içinde incelenen Y kuşağı mensuplarının farklı yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve mesleklerden olması sağlanmıştır. Amaç çeşitlilik gösteren durumlar arasında ortak olan ya da paylaşılan olguların olup olmadığını bulmaya çalışmak ve bu çeşitliliğe göre problemin farklı boyutlarını ortaya koymaktır. (Yıldırım & Şimşek, 2005) Örneklem dahil olan Y kuşağı mensuplarının çeşitlilik gösteren özelliklere sahip olmasının birinci yararı örnekleme dâhil olan farklı y kuşağı mensuplarının kendine özgü boyutlarının ayrıntılı bir biçimde tanımlanması ve büyük ölçüde farklı özellik gösteren durumlar arasında ortaya çıkabilecek ortak temalar ve bunların değerinin ortaya çıkarılmasıdır. (Patton, 1987)

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında, y kuşağını temsil eden bazı kişiler ile görüşülmüştür. Bu bağlamda görüşülen kişilerin profilleri şu şekildedir;

Tablo 3-1: Araştırmaya Katılan Y Kuşağı Mensuplarının Özellikleri

Ad-Soyad	Doğum Yılı	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek	KSS projelerine karşı farkındalığı	KSS projelerine katılımı	Geçmişte Sivil Aktizme Katılım Eğilimi
1 İsmail Metin	1991	Erkek	Trakya Üniversitesi İşletme Bölümü	STK Proje Koordinatörü	Var	Katılıyor	Katılmış
2 Cemre Deniz Kazak	1994	Kadın	İstanbul Bilgi Üniversitesi Radyo Televizyon Programcılığı Yüksek Okulu	Yönetici Asistanı	Var	Katılıyor	Katılmamış
3 Uğurcan Bıkmaz	1990	Erkek	Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü	Stajyer	Var	Katılmıyor	Katılmış
4 Ömer Tekgül	1991	Erkek	Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü Süleyman Demirel Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü	Dijital Medya Uzmanı	Var	Katılıyor	Katılmamış
5 Seda Kutusal	1983	Kadın	İstanbul Bilgi Üniversitesi Uluslararası İlişkiler	Metin Yazarı	Var	Katılmıyor	Katılmış
6 Akın Eralp	1995	Erkek	Erzurum Tıp Fakültesi	Öğrenci	Var	Katılmıyor	Katılmış
7 Mert Hacemiroğlu	1986	Erkek	İnşaat Yüksek Mühendisi	İnşaat Mühendisliği Proje Koordinatörü	Var	Katılıyor	Katılmış
8 Mine Kapıcıoğlu Bingöl	1986	Kadın	Sakarya Üniversitesi Sınıf Öğretmenliği	Sınıf Öğretmeni	Var	Katılıyor	Katılmış
9 Hakan Pekdur	1988	Erkek	Selçuk Üniversitesi Ekonomi	Finans Uzmanı	Var	Katılıyor	Katılmamış
10 Aslı Arbel	1982	Kadın	Amerika da Emory Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Boğaziçi Üniversitesi Executive MBA Master	Kurumsal İletişim Direktörü	Var	Katılıyor	Katılmış
11 Cahide Karav	1987	Kadın	Anadolu Üniversitesi Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Bölümü	Öğretim Görevlisi	Var	Katılmıyor	Katılmamış
12 Nihan Baran Teköz	1987	Kadın	Selçuk Üniversitesi İktisat Bölümü	Müşteri İlişkileri Yönetmeni	Var	Katılıyor	Katılmış
13 Mustafa Kemal Teköz	1986	Erkek	Anadolu Üniversitesi Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Bölümü	Produksiyon Şirketi Mekan Uzmanı	Var	Katılmıyor	Katılmamış
14 Hazal Kaya	1991	Kadın	İstanbul Üniversitesi Radyo Sinema Bölümü	Müşteri İlişkileri Yönetmeni	Var	Katılıyor	Katılmış

Tablo 3-2: Araştırmaya Katılan Y Kuşağı Mensuplarının Özellikleri (Devamı)

	Ad-Soyad	Doğum Yılı	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek	KSS projelerine karşı farkındalığı	KSS projelerine katılımı	Geçmişte Sivil Aktizme Katılım Eğilimi
15	Emre Söznmezoğlu	1982	Erkek	Ege Üniversitesi Matematik Bölümü	Yazılım Mühendisi	Var	Katılıyor	Katılmamış
16	Dicle Kalyoncuoğlu	1984	Kadın	İstanbul Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü	İnsan Kaynakları Bütçeleme Yöneticisi	Var	Katılıyor	Katılmış
17	Mustafa Söylemez	1985	Erkek	İstanbul Üniversitesi Dış Hekimliği Fakültesi	Dış Hekimi	Var	Katılıyor	Katılmış
18	Cansu Küçük	1993	Kadın	Marmara Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü	Öğrenci-Yüksek Lisans	Var	Katılıyor	Katılmış
19	Sinem Ümeyiş	1986	Kadın	Boğaziçi Üniversitesi Mütercim Tercümanlık	Kurumsal İletişim Yöneticisi	Var	Katılıyor	Katılmış
20	Okan Belen	1986	Erkek	Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi	Park ve Bahçe İşleri Müdürü	Yok	Katılmıyor	Katılmamış
21	Tülay Şen	1986	Kadın	Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi	Ev Hanımı	Var	Katılmıyor	Katılmamış
22	Encs Güray	1993	Erkek	Anadolu Üniversitesi Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Bölümü	Öğrenci	Var	Katılmıyor	Katılmış
23	Meral Dinçer	1984	Kadın	Anadolu Üniversitesi Sosyal Hizmetler	Danışma Görevlisi	Var	Katılmıyor	Katılmamış
24	Hanife Akçakale	1990	Kadın	Açık Öğretim Lisesi	Danışma Görevlisi	Var	Katılmıyor	Katılmamış
25	Oğuzhan Barbaros	1994	Erkek	Anadolu Üniversitesi Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Bölümü	Öğrenci	Var	Katılmıyor	Katılmış
26	Kaan Öztetur	1990	Erkek	Anadolu Üniversitesi Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Bölümü	Editör	Var	Katılıyor	Katılmış

3.4. Araştırmanın Varsayımları

Bu noktadan yola çıkan çalışmanın varsayımları şu şekildedir;

- Türkiye’de y kuşağına mensup bireylerin sosyal sorunlara karşı farkındalığının oluşmasında kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin teşvik edici olduğu
- Türkiye’de y kuşağına mensup bireylerin sosyal sorunların çözümüne katılımında kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin teşvik edici olmadığı
- KSS projelerinin Y kuşağının beklentilerine uygun tasarlanmasının sosyal sorunların çözümüne katılımlarında önemli bir yer tuttuğu
- Y kuşağına mensup bireyin sivil aktivist hareketlere karşı tutumunun KSS projelerine karşı farkındalığını etkilediği
- Görüşülen y kuşağına mensup bireylerin sorulara samimi yanıtlar verdiği

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma desenlerinden biri olan “olgu bilim” tercih edilmiştir. Araştırmanın verileri, niteliksel ölçme araçlarından bir olan birebir görüşme yöntemiyle bulunmuştur ve bulgulara dayalı olarak öneriler yapılmıştır.

3.5.1. Araştırma Modeli

Nitel araştırma; insanların yaşam biçimlerini, hikayelerini, davranışlarını anlamaya yönelik araştırma süreçlerinden biridir. (Strauss & Corbin, 1990) Nicel araştırmada olduğu gibi istatistiksel veri analizi yapılmamaktadır. İnsanların olaylara dair gözlemleri, değerlendirmeleri ele alınmaktadır. Bireylerin olaylarla ilgili öznel bakış açılarını ortaya koymayı hedefleyen veri toplama yönetimi nitel araştırma bir konuda derinlemesine bilgi sahibi olmayı sağlayan bilgi üretme yollarından biridir. (Dey, 2003)

Olgubilim konuya dair farkındalığın olduğu ama derinlemesine bilgi sahibi olunmayan olguları ele almada kullanılmaktadır. Günlük rutinde karşılaşılan olaylar, deneyimler, algılar gibi olgulardan ortaya konulan bilgiler genellemeyebilir. Fakat

bir olgunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmayı sağlayacak örnekler, görüşler ve deneyimler ortaya koymaktadır. Olgubilimde verinin kaynağı araştırmak istenen olguyu yaşayan, deneyimleyen ve bunu paylaşabilen bireyler veya gruplardır. Birebir görüşme yöntemi de en sık kullanılan veri toplama araçlarından biridir. (Yıldırım & Şimşek. , 2013)

Yapılan araştırmada elde edilen niteliksel veriler “görüşme formu yaklaşımı” ile ortaya konmuştur. Görüşmede “yarı yapılandırılmış görüşme” tekniği kullanılmaktadır. Oluşturulan soru formu ile görüşme esnasında yönetilecek sorular ve konular belirlenmektedir. Görüşmeyi yapacak araştırmacı önceden hazırladığı sorulara sadık kalarak sorularını yönlendirmektedir. Arzu ederse sorular ekleyebilmektedir. (Yıldırım & Şimşek. , 2013)

3.5.1.1. Araştırmanın Deseni

3.5.1.1.1. Araştırma Alanı

Araştırma Türkiye’de gerçekleştirilmiştir. Araştırma, gönüllü olarak araştırmaya katılmak isteyen Y kuşağı mensuplarını içermektedir.

3.5.1.1.2. Amaçlı Örneklem

Araştırmacının, evrenin genelini temsil edebilecek, kendi geçmiş görüşleri ve deneyimleri doğrultusunda araştırmasının amacına hizmet edecek kişileri seçerek örneklemini oluşturması amaçlı örneklem tekniğidir. (Monetle, 1990) Çalışmanın örneklemini araştırmanın amacına hizmet edebilecek özelliklerdeki Y kuşağı üyeleri oluşturmaktadır. Araştırmada, derinlemesine ve çok yönlü sonuçlar elde etmek için farklı yaşlara ve mesleklere sahip hem kadın hem erkeklerden, KSS projelerine farkındalığı ve katılımı olan veya olmayan, sivil aktivist eylemelere katılan ve katılmayan farklı profillerdeki Y kuşağı mensupları seçilmiştir. Bu kapsamda 26 kişiyle görüşme gerçekleştirilmiş, yanıtlar birebir görüşme aracılığıyla temin edilmiştir.

3.5.1.1.3. Araştırmaya Katılanlar

Katılımcılarla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılara, araştırmacıyı tanıtan ve araştırmanın içeriğini açıklayan kısa bir eposta görüşme öncesinde gönderilmiştir. Ayrıca araştırmadan elde edilecek verilerin gizli tutulacağına ve herhangi bir kurumla paylaşılmayacağına dair katılımcılara söz verilmiştir.

3.5.1.1.4. Niteliksel Ölçme Aracı Geliştirme

3.5.1.1.4.1. Görüşme Aracını Geliştirme

Araştırma deseni için yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Kullanılan sorular, araştırmacı tarafından yapılan literatür çalışmasına dayanılarak oluşturulmuş ve tez danışmanının bilgisine sunulmuştur. Danışmanın yönlendirmeleri ile sorular tekrar düzenlenmiş ve son halini almıştır.

3.5.1.1.4.2. Verilerin Toplanması

Araştırma verileri 22.11.2016-09.02.2017 tarihleri arasında gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler aracılığıyla edinilmiştir.

3.5.1.1.4.3. Verilerin Analizi

Görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesi ve yorumlanması için veri analizi yapılmıştır. Elde edilen verilerin analiz süreci şu şekildedir:

1. Görüşmelerin gerçekleştirilmesi,
2. Görüşmelerin ses kayıtlarının deşifre edilmesi,
3. Yanıtların kodlanması,
4. Çalışmanın değerlendirilmesi.

3.5.1.1.4.4. Görüşmelerin Kodlanması

Görüşmeler sonucunda elde edilen yanıtların benzerlik ilişkisine göre bir kodlama sistemi ortaya konulmuştur. Kodlama işleminde, her bir soru için ayrı bölümler oluşturulmuştur. Böylece, aynı soruya verilen tüm cevaplar aynı bölümler üzerinde incelenebilmiştir.

3.5.1.1.4.5. Görüşmelere İlişkin Ana Temaların Belirlenmesi

Araştırmayla elde edilen ama bulgular ele alınarak ana temalar belirlenmiştir. Ana temaların ortaya konulmasında yapılan kodlamalar anahtar rol oynamıştır.

A.1. FARKINDALIK (Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları konusundaki bilgi sahipliği)

Soru 1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk sizce nedir?

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları konusundaki bilgi sahipliğine ilişkin sorular birinci soruya ait ana temalar aşağıdaki gibidir;

- Toplumsal olaylara yeni bakış açıları getirmek ve toplumsal fayda yaratmak.
- Sosyal fayda ve farkındalık yaratmak.
- Sivil toplumun, kamunun, özel sektörün sosyal sorunlara dokunması.
- Büyük firmaların çevre, eğitim için yaptığı çalışmalar.
- Daha çok halkı ilgilendiren, insanlara maneviyat tarafından yaklaşımlarını sağlayacak bir şey.
- Firmaların kendi reklamlarını yapmak için yürüttüğü yardım çalışmaları.
- Şirketlerin topluma yararlı bir şeyler yapabilme çabası.
- Kurumların kendini medyada veya halkın gözünde iyi konumlandırma çabası.
- Kurumların sosyal yardım projelerine verdiği destek.

- Şirketlerin yalnızca kazanç üzerine değil bu kazancını dünya üzerinde az gelişmiş ülkelere dağıtması gerektiğine dair farkındalığı ve bununla ilgili yapılan çalışmaların tamamı.
- Kurumların sosyal sorunlara karşı gösterdiği duyarlılık ve bunun için yürüttüğü aktiviteler.
- Kurumların toplumsal konularla ilgili sorumluluk üstlenmesi.
- Bir işletmenin faaliyet gösterdiği topluma katkı sağlaması.
- Bir kurumun faaliyet gösterdiği toplumdaki herhangi bir sosyal sorunla ilgili kâr amacı gütmeyen projeler gerçekleştirmesi.
- Şirketlerin faaliyet gösterdikleri ülkelerde eksik olan yanları düzeltmek alanda hayata geçirdiği projelerdir.
- Firmaların ihtiyacı olan insanlara karşı uyguladıkları belirli projeler olabilir.
- Bireylerin belli kurumsal şirketler aracılığıyla yardıma muhtaç kişilere (hayvan, insan vs.) yardım etmesi.
- Firmalar kendi isimlerini duyurmak için, çıkar amaçlı yaptıkları çalışmalar.
- İnsanların müşterilerinin gözünde markayı sempatik hale getirmek için, marka sadakati artırmak için yürüttüğü çalışmalar.
- Yardıma muhtaç olan ailelere, çocuklara yardımda bulunmak.
- Her şirketin dünyayı daha iyi hale getirmek için yürüttüğü çalışmalar.
- Firmaların kendilerini halka yakınlaştırmak için yaptığı çıkar amaçlı eylemler, projeler.
- Her kurumun yapması gereken zorunlu olan toplumdan aldığını topluma iade etmesi gereken çalışmalar

Soru 2: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri konusunda fikrinizi öğrenebilir miyim?

- Farklı noktalardan insanların çeşitli ihtiyaçlarına çözüm getiriyor.
- Yardıma ihtiyacı olan kişilerin hayatında bir değişim fark yaratabilen çalışmalar.
- Markalar reklam olarak kullanıyor. İlk etapta faydalı olduğunu da görüyorum. Reklam derken kötü maksatlı söylemiyorum ama yapmış olduğu güzelliği ve

yapmış olduğu yardımı reklam amaçlı kullanmalarını normal olarak görüyorum.

- Firmalar sosyal sorumluluk projesiyle reklamdan ziyade sosyal bir soruna dokunursa yardımı oluyor.
- Yaygınlaşması gerekiyor.
- KSS'nin ilk moda olduğu dönemde güzel projeler çıkıyordu şimdi aşırı klişe oldu ve ekstra bir üretkenlik yok.
- Yapılan çalışmaları samimi bulmuyorum.
- Genelde bankalarla ilgili çalışmalar aklıma geliyor.
- Genelde büyük şirketlerin yaptığı çalışmalar aklıma geliyor.
- Tanım doğrultusunda düşündüğümde çoğunun samimiyetsiz bir şekilde imaj için yaptığı çalışmalar gibi... Çoğunluğu prestij için yapılıyor.
- Şirketlerin SWOT analizine göre güçlü yanlarını daha fazla kullanıp, toplumsal bir faydaya çevirdikleri an başarılı sosyal sorumluluk projeleri hayata geçebilir.
- Bütün KSS projeleri çıkar kokuyor.
- Ticari kaygıyı çok fazla götmemesi gerektiğini düşünüyorum.
- Samimiyetle yapıldığında faydalı olduğunu düşünüyorum ancak kurumların yapmış oldukları sosyal sorumluluk projelerini duyurmak için harcadıkları reklam bütçesinin sosyal sorumluluktan daha fazla bir bütçe çıkardığını hissediyorum. Dolayısıyla samimi gelmiyor.
- Doğru uygulandığında, kendilerini biz bunu yapıyoruz demeden yaptıklarında ortaya güzel şeyler çıkıyor. Bazen bu konuda çalışmalar yürüten şirketler kendilerini çok fazla ön plana çıkarıyor. Asıl yaptıkları şeyi tam olarak göstermiyor.
- Hem yol göstericilik anlamında hem de etkisinin ulaşması anlamında bu çalışmalar önemli ve sürdürülebilir olmalı.
- Her firma bu konuda çalışma yapması gerekiyor. Firmaların bu konuda aktif olması gerekiyor.
- İhtiyacı olan insanlara bir şekilde ulaşip onları kendi çalışanları ile bir araya getireceği ortak bir platform olması gerekiyor.

- Firmalar hali hazırda olan sosyal sorumluluk projelerine entegre olup ortak projeler geliştirebilir.
- Firmalar bu konuda daha duyarlı olmalı.
- Faydalı olduğunu düşünüyorum.
- Markalardansa sivil toplum örgütlerinin yürüttüğü çalışmalar aklıma geliyor. Sanki KSS deyince şirketlerin kendi iş uygulamalarına kadar entegre ettikleri bir şey geliyor.
- Firmaların gönüllülük çalışmaları.
- Firmalar genelde çıkarı olmadan böyle işlere girmiyor. Köklü firmalar Koç, Sabancı vb. tabii ki bütçe ayırıyor ama diğerleri yapmak zorunda olduğu için yapıyor, fayda odaklı değil.
- Çoğu insanın gözünde iyi bir izlenim bırakıyor. Yapılan işten daha fazla iletişime harcama yapılıyor. Bu bana yapmacık geliyor.
- Bazı firmaların meme kanseri ile ilgili çalışmalarını duyuyorum ama ne kadar faydalı bilmiyorum. Bugün kırmızı giy, şu ürünleri alırsan ücretinin şu kadar bağış yapılacak gibi. Mavi kapakların birikiminin felçlilere gitmesi gibi çalışmalar faydalı bence.
- Ben ürünle bağdaşan bir proje gördüysem yapılan yardım dikkatimi çektiyse ilgili ürünü gider alırım. Firmayı kendime yakın görebilirim.
- Firma benim ilgimi çekmeyen hatta negatif şeyler düşündüğüm bir konuyu sahiplendiyse firmaya karşı olumsuz şeyler düşünebilirim.
- Markalar kendi kurum stratejisi ile paralel çalışmalar yürütmeli.
- Genellikle bağışlar yani yardımseverlik çalışmaları ile kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları karıştırılıyor.
- Kurumlar isimlerini basında duyurmak için yapıyor.
- Bağış ile kurumsal sosyal sorumluluk karıştırılıyor. Bağış çalışmaları bağış ve yardım altında toplanmalı, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ayrı bir başlıkta değerlendirilmeli.
- Markalar ayrı ayrı birçok çalışma yapıyorlar ama bunu doğru bulmuyorum. Tek projeyi sahiplenip sürekli kılmak önemli yoksa yardım projesine dönüyor.

- Herkesin aklına Turkcell Kardelenler, TEB Tenis, İş Bankası satranç için yürüttüğü çalışmalar geliyor.
- Türkiye’de bu alan eksik çalışılıyor, bilinç düşük.

Soru 3: Aklınıza gelen KSS projeleri var mı? Varsa neler?

- Vodafone’un Kırmızı Işık Projesi, iki kişinin ortak yanıtıdır.
- Kömürün isı, sabunun misı.
- İpana’nın anaokulu açma projesi.
- Görme engellilere yardımlar, ağaç dikme, ihtiyaç sahibi çocukların okutulup burs verilmesi.
- Volkswagen Rusya’da elektrikli araçlarla ilgili bir projesi.
- Turkcell Kardelenler, altı kişinin ortak yanıtıdır.
- Türk Telekom’un KSS projelerinde Engelsiz TİVİBU.
- İş Bankasının Karne Günü.
- Turkcell firmasının yaptığı çalışmalar.
- Kaybolmak üzere olan bazı el sanatlarının gelişmesi ve alt nesillere öğretilmesi ile ilgili çalışmalar.
- Koç, Boyner, Eczacıbaşı Grubunun Doğu Anadolu’da yaptığı kadınların, kız çocuklarının eğitimi için yaptığı çalışmalar.
- Ekolojik okuryazarlık projeleri.
- TEMA ile çevre duyarlılığı projeleri.
- Bilişimle ilgili projeler vb.
- Şekerbank’ın Şeker Çocuk.
- Kadına şiddete karşı projeler var aslında ama spesifik bir proje gelmiyor aklıma.
- Cif’in Topkapı Sarayını temizlemesi, üç kişinin ortak yanıtıdır.
- Sanko Holding İçeride Çocuk Var.
- Microsoft’un Bilenler Bilmeyenlere Bilgisayar Öğretiyor projesi.
- Domestos’un İlkokulların Tuvaletlerini temizlemesi.

- Aldığımız her bir Domestos'un belirli bir gelirinin okulların tuvalet temizliğine harcaması.
- Falım'ın Sakız Ağaçlarını koruması.
- Eti'nin çocuk tiyatrosu.
- CocaCola'nın çalışmaları.
- Öğretmenler için yapılan, engelliler için yapılan projeler var.
- Avea yaşanan bir çığ vakasında o anda tek çeken operatördü. O sırada bütün ambulans, polis vb. tüm iletişimini Avea üzerine gelen bir çağrı üzerinden gerçekleştiriliyor.
- Afet yaşanan bölgelerde Avea'nın depremden sonra o bölgedeki kişilere ek dakika, faturalarının bedelinin alınmaması vb. projeler.
- Koton markası yazın Şile bezi kumaşa etnik desenli bluzlar çıkarmıştı. Bu Güneydoğu'daki kadınlara el işçiliği ile yapmışlar.
- Eğitim alanında TEGV'in projeleri var. Onlar aktif çalışmalar yürütüyor.
- QNB Finansbank'ın Microsoft ile yürüttüğü Minik Parmaklar Geleceği Programlıyor.
- OPET için Temiz Tuvalet Projesi.
- Opet'in tarih temalı projesi.
- Kızılay'a kan bağış şirket projeleri.
- Türk Üniversiteli Kadınlar Derneği "Çocuk Gelinler" projesi.
- Koç Meslek Lisesi Memleket Meselesi.
- Boyner'in nar Projesi, kız çocukları eğitime kazandırmakla ilgili.
- Toplum Gönülleri Vakfı-TOG'un hapisanede doğan veya bir şekilde küçük yaşta hapisaneye giren çocuklara yönelik yürütülen bir projesi.
- Belediyenin hayvanlara su ve yemek verme konusunda bilinçlendirme çalışmaları.
- Bursa Mudanya Belediyesi'nin Zeytin Dalı isimli bir projesi: Geliri düşük insanlara yardım.
- Baba Beni Okula Gönder.
- Gülben Ergen'in Çocuklar Gülsün Diye.
- Bazı firmaların meme kanseri ile ilgili çalışmaları.
- Aldığın ürünle kurumun belirlediği yere bağış çalışması.

- Mavi kapakların birikiminin felçlilere gitmesi.
- Benetton'un ırk ayrımcılığına yönelik yürüttüğü proje.
- Şahin sucuklarının Kızılay Kan Bağışı çalışması.
- TEB Tenise destek.
- İş Bankası satranç.
- Koç'un Meslek Lisesi Memleket Meselesi.
- İş bankası Bir Usta Bin Usta: Anadolu'da işin ehli ustaları desteklemesi.

Soru 4: Bildiğiniz bir KSS projesi varsa sizin bu proje ilgili düşüncelerinizi öğrenebilir miyim?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Kadına şiddeti önlemeye yönelik ‘Vodafone’un Kırmızı Işık Projesi’ beni en çok etkileyen projeler arasında yer alıyor. Çok iyi kurgulanmış bir projeydi ve olaya farklı bir boyuttan bakıyordu. Bir mobil uygulama ile ortaya çıkmaları veya o proje kapsamında kadınlara ulaşma noktasında uyguladıkları yöntemler, erkeklerin Youtube da izlemedikleri makyaj videolarının önüne proje ile ilgili duyurular girmeleri, burada seçilmiş youtuber veya blogger kadınların takip ettiği, Derya Baykal gibi kadın programlarını projenin duyurusunda kullanmaları, bunun kurgusu ve ulaştığı nokta beni etkilemişti. Sadece bir mobil uygulama olarak çıkmıştı. Telefonunuza indirdiğinizde yalnızca fenerdi ama ama alt yapısı çok farklıydı. Bu proje devam ediyor mesela, şu an farklı bir şekilde proje devam ediyor. Biz bunu yapıyoruz diye bağırıyor Vodafone ama bu projeyi de bir taraftan yürütüyor. Çok doğru kadınlara ulaşıyor.”*
- “Genel olarak bu projelerle ilgili bunların biraz daha göstermelik olmasından ziyade geniş bir gelenek haline getirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Sürekliliği ve devamlılığı olması gerekiyor bence. Hatta markalarla bütünleşmesinin hem marka için hem de proje kapsamında çok daha yararlı ve amaca hizmet edeceği düşünüyorum.”*

- *“Daha kolay ulaşılabilir olması gerekiyor. Katılmak için koşturmam gerekiyor. Daha rahat ulaşabilsem bu projelere katılırım, genel olarak sosyal medya üzerinden internet üzerinden elimi taşın altına koyabileceğim küçük Şeyler olsa yaparım aslında.”*
- *“İş Bankasının Karne Gününde kitap dağıtması çok güzel ve mantıklı bir proje. Aklımda da kaldı. Destek aısından da çok güzel. Çocukların merakla bir bankaya girmesi çok ilginç ve karne karşılığı kitap alması çok hoş bir örnek. “*
- *“Büyük firmaların farkındalık yaratma potansiyeli küçük firmalara göre çok fazla. Küçük firmaların da çalışmalarının faydalı olacağına eminim ama bir yerde tıkanabilirler. Önlerini açma anlamında büyük firmaların çalışmaları önemli oluyor. İnsanların bildiği, kafalarında yer ettiği büyük firmaların hem kendi güvenirliliklerini ispatlamak için hem de aslında pazarlama çalışması da oluyor pozitif geri dönebiliyor. Diğer yandan da gerçek anlamda bir yardım projesi haline geliyor dolayısıyla önemli.”*
- *“Ekolojik okuryazarlık, TEMA ile çevre duyarlılığı projeleri, bilişimle ilgili projeler vb. Projelerin güzel ve faydalı olduğunu düşünüyorum ama uygulama aısından zayıf kaldığı noktalar oluyor. Uygulama konusunda eksikler var. Projelerin verimliği için eğitmen eğitimlerine dikkat edilmeli.”*
- *“şekerbank'ın şeker Çocuk, kadına şiddete karşı projeler var. İster samimi olsun isterse samimiyetsiz ama mutlaka olması gerektiğini düşünüyorum.”*
- *“Microsoft'un Bilenler Bilmeyenlere Bilgisayar Öğretiyor projesi başarılı projeler arasında. Sosyal sorumluluk yalnızca maddi bir bağış değildir. Bir kurumun bilgi birikimini bir yere aktarması da sosyal sorumluluktur. Microsoft'un knowhow'ı var ve onu bir yere kanalize ediyor. İnsanlara balık tutmayı öğretmek, tüketenden üreten bir topluma dönüştürebilmek önemli. ”*
- *“Genellikle çok çıkar odaklı geliyor. Örneğin Starbucks diyor ki benden aldığın her kahve için el ettiğim gelirin bir miktarını Etiyopya'daki kahve ağaçlarının korunması için kullanacağım. Fakat aldığım 7 dolarlık kahvenin 0.5 sentini buna harcıyor yani bu bazen kandırma üzerine olabiliyor.”*
- *“Avea'nın afet bölgelerine yönelik projeleri gibi projelerin gayet yapılması gerekiyor az yapıldığını daha fazla yapılması gerektiği düşünüyorum. Hatta*

bu tip çalışmaların devlet tarafından desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum.”

- *“Kardelen projesi örneğin ama okula ulaştırılan kızlar için harcanan paranın reklam için harcanandan çok daha düşük olduğunu düşünüyorum.”*
- *“Kardelen projesi sayesinde bugün doktor, öğretmen olmuş ve çeşitli meslek dallarında başarılı olmuş insanlar olduğunu yine aynı kurumun yaptığı iletişim çalışmalarından dolayı öğrendim. Dolayısıyla bir sosyal sorumluluk projesinin başarılı olduğuna dair algım var. İletişimin yapılması çok ikircikli, sadece duyurmak sanki o çalışma havada kalmış gibi bir izlenim yaratıyor. Ama çok fazla iletişimi yapıldığında da medyada bu sürenin satın alındığını düşünüyorum. Niye bu bütçeyi projeye kanalize etmediğini düşünüyorum.”*
- *“Koton markası yazın Şile bezi kumaşa etnik desenli bluzlar çıkarmıştı. Bu Güneydoğu'daki kadınlara el işçiliği ile yapmışlar. Gülden Yılmaz ve Yılmaz Yılmaz'ın kızları hayata geçirmiş bu projeyi. Bu mesela güzel bir proje... Bu bölgede el emeği üreten bir sürü kadın var. Bu kadınların hem sosyal hayata hem de ekonomik hayata entegrasyonu için önemli. Başka kurumlara da örnek olabilecek bir proje. Hem kadın emeğini hem cinsiyet eşitsizliğini gösteren bir projeydi. Basında çok yer almadı. Markaya bütünleştiği için basın reklam gibi algıladı sanırım. Bu kadınlar emeklerini o bölgenin dışında tüm Türkiye'de satma imkânı buldu. Türkiye'de özellikle kadın ve çocuklarla ilgili projeler doğru projelendirilirse etkili oluyor. Turkcell'in Kardelenler Projesiyle okuyup belki evlendirilecekken iş hayatına entegre olmuş kızlar var. Doğru işler yapılırsa Kardelen gibi Koton gibi çok güzel şeyler olabilir.*
“
- *“TEGV'in çalışmaları aklıma geliyor ama proje ismi olarak değil. Kurumlar STK'larla çalışıp gerçekten etkili çözümler üretebilir. Hem faydalı hem de bilinç oluşturuyor. Ayrıca büyük firmalar pazarlamasını da yapabildiği için tabana yayılma şansı yükseliyor. O yüzden bu tip projelerden memnuniyet duyuyorum.”*
- *“Koç Meslek Lisesi Memleket Meselesi projesi çok kapsamlı bir çalışmaydı. Gündem yaratan, amacını dışına çıkararak meslek liseleri konusunda*

farkındalık yaratıp oradaki çocukların bir mesleğe girmesini sağlayan büyük bir projeydi.”

- *“HSBC Toplum Gönülleri Vakfının hapisanede doğan veya bir şekilde küçük yaşta hapisaneye giren çocuklara yönelik yürüttüğü projeye desteği çok önemliydi. Bu genel olarak sorunlu bir alan olduğu için sponsor bulması zor olmasına rağmen HSBC bu projeye destek olmuştu. Hapisaneden çıktıklarında çocukların adaptasyonlarını sağlayabilmeleri için yürüttükleri bir çalışmaydı. Hem hobi kazanmaları hem de sosyal alanlarda yer alabilmelerini teşvik eden bir projeydi. Sanırım adı Aynı Gökyüzüne Bakıyoruz'du. Aslında bu tip çalışmalar her türlü pozitif çalışmalar. Amacı ve çıkış noktası ne olursa olsun belli bir kesime fayda sağlıyor. Evet markanın bu işin iletişimde ne kadar nemalandığı bir soru işareti olabilir. Bunu bir iletişim aracı olarak kullanıyorlar ama sonuçta o faydayı da sağlıyorsa burada negatif bir şey olduğunu düşünmüyorum. O kitleye bir katkı sağlıyor. İletişimini yapması farklı markaların veya iş ortaklarının da bu alanlarda bir çalışma yürütmesi için teşvik edici oluyor çünkü ve rekabet yaratıyor. Biraz amacının dışına çıkıyor olabilir iletişimde ama önemli olan dezavantajı bir kesime gidilip fayda sağlanması.”*
- *“Kardelenler, Baba Beni Okula Gönder, Bu projeler akla geliyor, çünkü ağırlıklı bunların iletişimi yapılıyor. Yapılması gereken projeler ama iletişimine harcanan para soru işaretleri yaratılıyor. “*
- *“Gülben Ergen'in Çocuklar Gülsün Diye çalışması var. Bir ünlünün projesi olması aklımda kalmasına neden oldu diye düşünüyorum. Faydalı bir proje.”*
- *“Benetton'un ırk ayrımcılığına yönelik yürüttüğü proje var. Cif'in Topkapı Sarayı'nın temizleme çalışması. Doğru mekanizma ile kurgulandığı için faydalı çalışmalar. “*
- *“Turkcell Kardelenler unutulmaz bir proje. Ülkenin baş gündeminde olan konunun sahiplenilip çözüm odaklı çalışmalar yapılması çok etkileyici. Sonuçlarını görebildiğimiz STK'ları ve kamuyu da içine alan iyi bir projeydi.”*
- *“Koç'un Meslek Lisesi Memleket Meselesi çok başarılı bir projeydi. Bu konuda bir bilinç yaratıldı. “*

- *“İş Bankası satranca yönelik yürüttüğü çalışmalar Türkiye’de bu oyunun hak ettiği değeri kazanması için önemliydi. Satranca yönelik farkındalık yarattı. İş Bankası Bir Usta Bin Usta isimli Anadolu’da el işçiliğiyle uğraşan ustaları desteklediği projeler sürdürülebilir olması, gerçek bir soruna dokunması ve a’dan z’ye konuyu çözmeye odaklanmasıyla çok başarılıydı. PR’inin iyi yapılması dijitalde de iyi duyurulması anlamında bu saydıklarım bence başarılı projelerdi.”*

A.2.KATILIM

Soru 1: Siz KSS proje/projelerinde görev aldınız mı?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- *“Lisede bu tarz projelerde görev almaya başladım, üniversitede katılımımı artırdım. Üniversite 2’den sonra aktif görev almaya başladım. HABİTAT ile tanıştım. Hem sosyal medyada duyduğum bir eğitim duyurusunu görüp HABİTAT gönüllüsü olmak için başvurduğum. 5-6 yıl üniversite hayatım boyunca gönüllü olarak HABİTAT’ta görev aldım. Finansal okuryazarlıktan, yönetim, liderlik gibi alanlara kadar birçok alandaki projede yer aldım. Kendi memleketimdeki çalışmalarda yer aldım. İki yıldır da çalışan olarak HABİTAT’ta çalışıyorum. KSS projeleri benim için hayatımın içinde bir kariyer alanı oluşturdu.”*
- *“‘Bir Çorba da Sen Ver’ gibi bir proje vardı, bizim evin orada mahalle arasında yapılan bir şeydi. Onda para toplanmasında yardımcı olmuştum ve çok fazla insanın ihtiyacı olduğunu gördüm. Bizim için aslında çok önemsiz gibi görünüyor. Bir çorbayı kim alacak ki gibi görünüyor ama orada birçok insanın gelip çocuklarına çorba götürdüğüne ve o çorbaya gerçekten ihtiyacı olduğu gördüm ve İstanbul’daki pek çok insanın bazı ilçelerde özellikle buna ihtiyacı var.”*
- *“Kendim direk KSS projesi hayata geçirdim. Greenmedia isimli sürdürülebilir reklamcılık çalışmaları yapan bir kurdum. Sıfır karbon*

reklamcılık olarak çıktım. Hiçbir pazarlama çalışması yapmama rağmen çok iyi dönüşler aldım. Finansbank, Starbucks gibi firmalar ulaştı çalışmak için. Bir diğer projem ise Greenbicycle isimli bir projeydi. Patentini aldığım bir çalışmaydı. Üç tekerlekli bisikletler arkalarında reklam panoları olan... Sahillerde, plajlarda kullanılabilir üzerinde herhangi bir elektirik aksamı olmayan bisikletlerde çevreye zarar vermemek için korne bile yok. Bisikletler sahilde konumlandırılıyor, insanlar bir yerden bir yere gitme istediğinde arkasında reklamla gidiyor. Hem spor yapma hem de reklam imkânı sunan bir çalışmaydı ve çok ilgi gördü. Tabi ekip ve finansman sağlayamadığım için Türkiye’de istediğim ölçeğe gelemedi. Bir de hidrofobik boyadan yola çıkan bir proje yapmıştım. Suyu ittirebilen bir boya türü üzerinden su durmuyor ve en önemli özelliği bu boya türü doğada kendi kendine yok olabiliyor. 2-3 ay içinde. Markaların kampanyalarını, logolarını özellikle kış aylarında duraklara yerleştirdik. Yağmur yağdığıında duraklarda markanın logosu veya sloganı görünür oldu.”

- “Bu tarz projeler üniversitede azda olsa görev aldım. Üniversite festivallerinde STK’ların stantlarında gönüllü olarak bulundum. İnsan özellikle o yaşlarda gönüllü çalışmayı isteyerek yapıyor. Çok da keyif almıştım. İnsanların o yaşlarda bir işe yaradığını fark etmesi anlamında önemli.”
- “Mecburen, mesleğim gereği öğretmen olduğum için yer alıyorum.”
- “Üniversitede arkadaşlarımla kendi aramızda toplanıp kimsesiz çocukları ziyaret ediyorduk. Kişisel olarak yaptığım bir şey vardı. Van’daki deprem sonrasında çocuklara elbise göndermiştim.”
- “Görev aldım. Birincisi merak ettiğim için, farkındalık, kendini sorumlu hissetmek ve bu içten gelen bir şey, eğitimle geldiğini düşünüyorum. Ya ailen sana bunu aşıyor. Ya aldığın eğitim ve görgü veya bunu bir şekilde öğreniyorsun zaman içinde. Faydalı olma iç güdüsüyle yer alıyorsun. Kimisi hakikaten gönüllü olup sahada çalışıyor. Kimisi mutfakta çalışıp sahada olanlara destek oluyor. Kimisi de vizyonu ortaya koyuyor. Ben birkaç tane projede çalıştım. HSBC’de çalışırken mikro kredi projesinde çalıştım. TOG

ve Türkiye İsrافی Önleme Vakfı ile beraber. Başka Vodafone'nun Önce Kadın Projesinde çalıştım."

- "Ürün olarak destek olduğum KSS projeleri oldu ama görevli olarak yer almadım."*
- "Şirketimin projesine katılmadım ya da herhangi bir şirketin projesine katılmadım. Kendim üniversitede ya da Kırıkkale'de yerelde yapılan çalışmalarda yer aldım elbette ki güvenilir bulduğum çalışmalardı."*
- "Türkiye Aile Planlaması Derneği'nde üniversitedeyken görev aldım. Erken cinselliğin zararları, vücut gelişimine zararları, aile planlaması nasıl olmalı, erken yaşta çocuk doğurmanın zararları gibi konularda çalışan bir STK'ydı."*
- "Aktif görev almadım ama firmaların aracı olduğu projelere katıldım. Gönüllü değil ama destek oldum maddi olanaklarım doğrultusunda."*
- "Evet. Vakti zamanında Lösev'de ve TEGV'de görev aldım. Şimdi de kendi çalıştığım kurumun sosyal sorumluluk çalışmalarına destek oluyorum. Finansbank'ın da bu iki kurumla yaptığı projelerde görev aldım. Ya da sadece kitap dağıtımından yılbaşında hediye paketlemeye kadar pek çok proje yürütüyor çalıştığım kurum. Bu tip çalışmalar için gönüllü grubumuz var ve ben de bu gruptayım. Bu tip projelerin çok ciddi katma değeri var. Çalışanlar bu projelerde rol aldığı zaman tabana da yayılıyor ve farkındalık artıyor. Sosyal medyanın da projenin etkisinin artmasında önemli bir katkısı var. Bir çalışan katıldığı bir projeyi sosyal medya hesabında yayınladığı zaman zaten daha çok yayılıyor. Yeni kuşak ekranla zaten daha çok ilişkili onların bu paylaşımları görmesi onların da farkındalığının artmasında etkili oluyor. Gelecekte bu tip çalışmalarda görev almalarına vesile oluyor. Ben ilk TEGV'e katıldığımda 19 yaşındaydım. 6-7 sene aktif görev aldım gönüllü olarak. O zamanlar burada görev almanın ne demek olduğu bilinmiyordu. Ama şimdi daha çok duyurulma şansı olduğu için sosyal medya gibi platformlarında otomatik olarak daha çok yayılıyor. Bu nedenle çok yararlı..."*
- "Kızılay'ın çalışmasında kan vererek yer aldım. Ama bunun dışında direkt yer aldığım bir çalışma yok."*

- “Üniversite döneminde okulun Sosyal Yardım Kulübüne Üyeydim. Maddi durumu yetersiz öğrencilere üniversite iş birliği ile ders veriyorduk. Burada markaların bir katkısı yoktu. Bilgi Üniversitesi ile ortak bir projeydi. Kuştepe bölgesinde maddi durumu yetersiz öğrencilere ders vermiştik bende coğrafya dersi vermiştim sınava hazırlanan öğrencilere.”
- “Üniversitede aldığımız toplumsal sorumluluk dersi kapsamında engelli çocuklarla zaman geçirdim.”
- “Evet. Üye olduğum Zonguldak Rotaract kulübünde görev aldım. Hayvan Hakları Derneği Zonguldak’ta çalışıyorlardı ama istenen düzeyde değildi bilinç. Hayvanseverler olarak ne yapabiliriz diye düşündün Rotaract’lar olarak “1 kap su 1 kap yemek” adından bir projeyi hayata geçirdik. Afiş ve ilan konusunda onlara sponsor bulduk. Birlikte basın toplantısı önerdik. Bizim toplantılara davet ettik. 3 yıl yaptık biz projeyi. Sponsorları bularak afişlerimizi bastırdık. Her üyemiz kendi çabalarıyla afişleri yaydı. İlk yılda 1.5-2 ay içinde herkesin evinin önünde kap vardı. DedemanPark Otel ile anlaşarak atık yemekleri topladık.”

On üç kişinin yanıtı ise “Hayır” olmuştur.

Soru 2: Eğer katıldıysanız sizi bu projede görev almaya iten motivasyon neydi?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Bir fayda sağlamak. Yaptığımız işlerle yaşadığımız topluma, kente bir fayda sağlamak motivasyonu ile başladım. Aynı zamanda sosyal sorumluluk projeleri ile bir şeyi değiştirebileceğinizi de görüyorsunuz. Neyi değiştirebilirsiniz, yaptığımız çalışma ile sadece bilinçlendirme değil de aktivist olarak da düşünebilir. Örneğin bir çevre problemi vardır, ona karşı durmak, onunla ilgili oradaki insanların ona mecbur olmadan farklı şekilde de bunun çözülebileceğini görmeleri sağlamak.”
- “Bir yakınım vasıtasıyla haberdar oldum ve hoşuma gitti. İhtiyacı olan insanlara yardımcı olmak için istedim.”

- *“Bu tamamen duygusal bir motivasyondur. Barajlardaki su oranı bugün çok azaldı. Yapılaşmanın da bunda payı var. Yağmur yağıyor ama su barajlarda su birikmiyor. Çünkü her yer beton. Bunlar aklıma geldikçe tabii ki geleceğimden endişe etmeye başladım. Toplum için, insanlar için bir şeyler yapmam gerektiğini düşündüm.”*
- *“Bir işe yarama iç güdüsü. Üniversite yıllarında henüz bir yerde çalışmıyordum, eğitimimi tamamlamamıştım aileme bir katkı olmuyordu. Ama gerçekten yardıma ihtiyacı olan birine çok da kendinden bir şey vermeden aslında gerçekten ihtiyacı olan birine kolay bir şekilde yardımcı olabildim. Yardımın bir tuğla ya da koca bir okul olması fark etmez çünkü damladıkça göl oluyor.”*
- *“Kazancımın belirli bir bölümünü STK’ların belirli projelerine kanalize ediyorum. Bu yöntem benim şu an ki hayat tempomda en pratik yol. Faydalı olabilmek motivasyonu ile ilerliyorum. Örneğin Haiti’de deprem olduğunda oraya yardım için mesaj atmak için çok büyük meblağlar olmadığı ve katılım çok kolay olduğu için hemen katılabildim. Onun dışında sahiden düşündüğüm şeyler var ama işte büyük şehirde yaşamının getirdiği zorluklar nedeniyle çok da yer alamıyorum.”*
- *“Motivasyonum zaten kişisel olarak ilgilendiğim konular olması. Ben zaten çevre ile çocuklarla ilgiliyimdir. Mesleki olarak da vicdani olarak ilgilendiğim konular daha çok kişisel ilgilendiğim alanlar olduğu için KSS projelerinde görev alıyorum.”*
- *“Hesap verilebilirlik, insanları sorumluluk bilinci aşılama. Yaptığı çalışmanın etkisi görmek kişinin bağlılığını daha fazla artırıyor. Mesela Turkcell Kardelenler Projesinde her gazeteciyle bir kız çocuğunu eşleştirdi. Bir şeyin sorumluluğunu aldığı zaman en küçük detaya kadar ilgileniyorsun. Çalışanlara sorumluluk bilinci aşılması önemli. Örneğin; Microsoft insanları sorumlu hissettirmek ve sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmalarını teşvik etmek için herkese yıllık izninin yanında 3 gün istedikleri STK’da çalışmalarını için izin verdi. Zamanım yok demek gibi bir lüksümüz yok. Kurumum beni destekliyor.”*
- *“İnsan olduğum için yer almam için yeterli.”*

- *“Küçük yaşlarda evlendirilen kız çocuklarının hem psikolojik olarak hem de doğumda fizyolojik olarak sıkıntılar yaşadığı gördüm. Liseden bir arkadaşım da erken yaşta evlenmişti ve çok küçük yaşta hamile kaldı. Bu nedenle tüm hamileliğini yatarak geçirdi. Çünkü düşürme tehlikesi vardı. Böyle örnekler çevremde de çoktu. Önüme bu konuda farkındalık yaratabileceğim bir fırsat çıkınca böyle bir fırsat çıkınca görev almak istedim.”*
- *“Daha çok eğitim ve okul odaklı projelere destek oldum ağırlıklı çünkü ülkede ciddi bir potansiyelimiz var insan olarak. Bu potansiyeli maddi olanaksızlıklardan dolayı kullanamamak bana adil gelmiyor. İnsanların potansiyellerini kullanabilecekleri yardımı yapabilirsem faydam olur diye düşünüyorum. Mesela doğu bölgelerinde eğitime erişimde zorluk yaşan çocuklar var. Bu çocukların varlığını bilmek yeterli bir motivasyon.”*
- *“İşe yarama duygusu. Bir çorbada tuzum olsun. Birinin gözünde bir gülümseme yaratabilme motivasyonu. İnsanı içten içe motive eden şey başka birinin gülümsemesidir bence. O yüzden günün sonunda mesela biz kitap topluyoruz. Bir çocuk o kitap ona ulaştığında bundan mutluluk duyacaksa bu çok önemli. Geçen hafta Van'a monta ayakkabı gönderdik mesela. Şimdi Van'da bir çocuğun üşümeyeceği bilmek gerçekten çok önemli bir motivasyon. Çünkü bir kişi başlattığında tabana yayılıp daha çok kişiye ulaşabilir diye düşünüyorum.”*
- *“Kendi kişisel sebeplerim vardı. Ben de üniversite hazırlık döneminde maddi sıkıntılar yaşadım. Burslu dershaneye gittim ama gidememe ihtimalim vardı. Gönül borcu gibi düşündüm. O yaşta bir çocuğun sorumluluğunu bilip sınava girip ihtiyacı olduğunu düşündüğü bir alanda ders almaya çalışması güzel bir çaba.”*
- *“Faydalı bir şeyler yapabilmek.”*

Soru 3: Yer almadıysanız nedenleri nelerdir?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- *“Çok samimi bulmadığım ve daha çok marka koktuğu için katılmadım.”*

- *“Kendi yaptığım dışında KSS projelerinde yer almadım. Çünkü öyle bir imkân veya fırsat olmadı. Ben de araştırma yapmadım ama aynı zamanda kurumlar samimi KSS projeleri yapmadıkları için ilgili insanlara ulaşamıyor diye düşünüyorum.”*
- *“Bir fırsat bulamadım ve içimde de böyle bir şey yok.”*
- *“Aslında asosyal değilim ama sanırım bu konuda bana böyle bir çalışma için teklif gelmediğinden ben de böyle bir etkinlikte bulunmamışumdur. Normalde her türlü etkinliğe zaman ayırıyorum çünkü.”*
- *“Biraz zamanlama ile de alakalı.”*
- *“Belki ben ilgi duymamışumdur. Çok cezbedici değildir. İletişim fakültesinde okuduğum için işin iç yüzünü bilmem de katılmamama sebep olmuştur.”*
- *“Aslında birçok alanda yapılan sosyal sorumluluk projeleri var ama ben hiç birisine katılmadım. Önyargılarımın buna engel olduğunu düşünüyorum.”*
- *“Gönüllü olarak çalışmadım direk projede ama bunun bir nedeni yok. Denk gelmedi. Böyle aktif gözümün önünde ihtiyaç olsaydı dahil olabilirdim.”*
- *“Çalıştığım kurum direk böyle çalışmalar yapmıyor. Yazılı medyayı da direk takip etmediğim için bu projelerde yer almamış olabilirim.”*
- *“Kâr amacı güden kuruluşların çalışmaları çok reklam odaklı geliyor.”*
- *“Yapan var ben neden yapayım ki diye düşünüyorum Böyle bir gerek durmuyorum.”*
- *“Her proje bir siyasi görüş taşıyor. Greenpeace çalışmasında yer almayı tercih ettiğinde bir duruş sergiliyorsun. Herkesi içine alan bir çalışma olmuyor. Ben de hiç kimsenin tarafında durmamak için hiçbir çalışmada görev almıyorum.”*
- *“Çok araştırmadım, düşünmedim.”*
- *“Şartlar beni KSS projelerine katılmaya teşvik etmiyor. Ben de peşinde koşmuyorum. Özel bir ilgim yok bu alana.”*
- *“Çalışma şartlarımdan dolayı katılamıyorum.”*
- *“Çünkü çevremde maruz kalmıyorum. Maruz kalsam kafamda canlandırırım.”*
- *“Kişisel tembellik.”*

Soru 4: Yer almanız için sizi teşvik edecek motivasyon unsurları neler olurdu?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- *“Çok marka-reklam odaklı olmaması. Kurumsal markaların KSS projelerinin çok fazla katılıma açık olduğunu düşünmüyorum. Daha çok kurum içinde katılımı teşvik ettiğini gözlemliyorum. Dışardan katılım sağlayabilmemiz için bir imkân sunduklarını düşünmüyorum. Yani mesela beni teşvik ve davet etmiyor ve belki de katılmam için beni rahatsız etmesi gerekiyor bence. Sizin de tuzunun olsun gibi bir şey görmedim.”*
- *“Daha samimi ve dokunaklı bir proje olmalı. Projenin fikri çok önemli. Özellikle bulunduğumuz çevrede toplumun sorunlarına değinebiliyorsa bu beni katılmaya teşvik eder.”*
- *“Daha kolay ulaşılabilir olması gerekiyor. Katılmak için koşturmam gerekiyor. Daha rahat ulaşabilsem bu projelere katılırım, genel olarak sosyal medya üzerinden internet üzerinden elimi taşın altına koyabileceğim küçük şeyler olsa yaparım aslında.”*
- *“Aslında arkadaşlarımla yaptıktan sonra severek yapardım. Bana bugüne kadar gelin beraber yapalım diyen olmadı yoksa muhakkak yapardım.”*
- *“Ben projenin işi yaradığını gerçekten sonuçlanacağını bilerek çalışmayı isterim. Hadi böyle bir şey ortaya atalım gibi değil. Bir işi herkes elbirliğiyle bir sonuca ulaştırma bilinci ile hareket ediyorsa ben zaten motive oluyorum.”*
- *“Çok çok samimi olduklarına inansaydım yer alırdım.”*
- *“Bence bu motivasyonla ilgili değil bir tek bizim birçok çalışmadan haberimiz yok. Kurumlar çalışmalar yapıyor bitiriyor, bir tek kurumda bunu takip edenler biliyor. Kurumlar genel iç duyuru ile destek istemesi gerekiyor ama duyuru yapmıyorlar. En çok bence buradaki algı çalışanın pozisyonuna göre karar vermesi. Sanki çalışanın pozisyonuna göre KSS projesine katılması uygun veya değil gibi bir kategorilendirme yapılıyor. Buradan bugün bu kadar adam çekersem operasyonum eksik kalır düşüncesi ile çalışanlar dahil edilmiyor. Bu projeden sadece kurumsal iletişim haberdar olması yeterli gibi bakılıyor. İstesen de katılamıyorsun. Beşiktaş Çarşı'nın*

mavi kapak toplayıp engelli sandalyesi temin etmesi, Van depreminden sonra sahaya atkı atması vb. çalışmalar insanı katılmaya teşvik ediyor. Böyle olmamalı.”

- “Sağlıkla ilgili çalışmalar önüme çıksa daha fazla yer alırım diye düşünüyorum. LÖSEV’le ilgili bir şey olursa katılırım.”*
- “Bilinçlendirme önemli, kime ne için yaptığını görebilmeliyim.”*
- “Zaman zaman yer almayı düşünüyorum. Belki hafta sonu 1-2 saat ayırabileceğim çalışmalar vardır. Ben dolaylı olarak haberdar olurum ama proaktif olarak bana ulaşan gönüllü çalışan bir proje yok. Haberlerden projeleri okuyoruz, kulaktan kulağa duyuluyoruz.”*
- “Tarafsız olması.”*
- “Gerçekten güvenmem lazım projeye, yardımın ihtiyacı olan kişiye gideceğinden emin olmam lazım. Yollarda da yardım toplanıyor ama güvenmediğim için para vermiyorum.”*
- “Zaman sıkıntısının çözülmesi.”*
- “Bu konuya dair farkındalığı artıracak çalışmalar yapılması önemli diye düşünüyorum. Olsa ben katılırdım.”*

A.3.KSS’NİN SOSYAL SOSYAL SORUNLARIN FARKINDALIĞINA ETKİSİ

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

Soru 1: Yaşadığınız toplumda gözlemlediğiniz sosyal sorunlar nelerdir?

- “Eğitim Türkiye’de en büyük sorunlardan biri. Hatta yapılan pek çok KSS projesi de eğitim alanında yapılıyor. Türkiye olarak veya üçüncü dünya ülkelerinde en büyük sorun eğitim yine çocuklar çok geri planda mesela bize ilginç geliyor ama anne babaları bile okuma yazma bilmeyen çocuklar var.”*
- “Dünyada en büyük sorun çevre bence, çevreyi çok kötü kullanıyoruz ve hiçbir şey kalmayacak diye korkuyorum.”*

- “Mültecilerle ilgili bir sorun var.”
- “Eğitim için maddi yetersizlikler.”
- “Engelliler.”
- “Kadın hakları konusunda ülke olarak yeterli hassasiyette olduğumuzu düşünmüyorum.”
- “Hayvan hakları.”
- “Kadına karşı şiddet.”
- “Çocuk istismarı.”
- “Yoksulluk.”
- “İşsizlik.”
- “Pahalılık.”
- “Yaşam şartlarının zorluğu.”
- “Kız çocuklarının, kadınların eğitim alanında desteklenmemesi.”
- “Bir sürü psikolojik sıkıntılarımız var. Göç çok büyük bir problem özellikle yaşadığımız şehirde... Küçük şehirlerden buraya ekonomik beklentilerle gelip zıyan olmuş, kendilerine bir hayat kuramamış bir sürü öğrencim var. Bunun ciddi bir problem olduğunu düşünüyorum çünkü bu insanlar kendilerine bir şekilde yer edinmedikleri için toplum arasında sorunlu bireylere dönüşüp etraflarına da zarar verecek potansiyele sahip oluyorlar.”
- “Çocuk gelinler.”
- “Evsizler, kimsesizler.”
- “Genel olarak insana yönelik şiddet, sadece kadına ve çocuğa yönelik değil insana yönelik, hayvana yönelik şiddet. Toplumsal eşitsizlik, nefret suçu, insanların ahlaksız oluşu ve genel olarak eğitilmiş olmamız.”
- “Yaşadığımız toplum sorunlar açısından çok zengin. Bundan bir 10 yıl öncesine kadar kadınların eğitim imkanlarına ulaşamaması bizim için en büyük sorunların başında gelirken bugün kadınların evden çıkıp parka gidememesi gibi sorunlar yaşıyoruz.”
- “Eğitimde fırsat eşitliği.”
- “Özellikle çocuklar için informal eğitim alanlarının kısıtlanması ve daralması sonucu (yani herhangi bir müfredat amaç doğrultusunda bir araya gelen insanların bulunmuş olduğu alanlar, okul, bilgisayar kursu, futbol

okulu vb. informal eğitim alanı ise mahalle, aile vb) oluşan sorunlar. Bugün insanların sokağa karşı duyulan güven problemi nedeniyle ve gelişen teknoloji nedeniyle çocuklar evlere hapsolmuş durumda böyle olmayanlar da zaten sokakta arkadaşlık geliştirebilecek bir ortamı bulamıyor. Ben bunun sosyolojik olarak ciddi bir sorun olacağını düşünüyorum. Çünkü çocuklar sadece formal alanda eğitim alıyorlar. Kısıtlanmış ve belirli bir alana bağlanmış eğitim alabiliyorlar. Bununla ilgili ne yapılırsa yapılsın bunun formal alana gireceği için faydasız olacağını düşünüyorum. Ama bu gibi eğitim amacıyla desenlenmiş birçok yere de birçok çocuğun ulaşmasının sorunlu olduğunu düşünüyorum. Spor da başka alanlarda olabilir. Çocukların okulun haricinden kendilerini keşfedecekleri yeni alanların yaratabilmesi ve bu alanların oluşturulmasının bu ülkenin geleceği için önemli olduğunu düşünüyorum.”

- “Sağlık sorunları.”
- “İnsanların fakirleşmesi.”
- “Aile fertlerinin özellikle annelerin bilinçsiz olması.”
- “Eşcinsel cinayetleri.”
- “Kızların okutulmaması.”

Soru 2: Eğer gözlemlediğiniz sosyal sorunlar varsa bunlarla ilgili farkındalığınızın oluşmasında kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin rolü oldu mu?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Var. HABİTAT olarak yaptığımız birçok projeler gönüllerimiz de bunu söylüyor.”
- “Sosyal sorunlar KSS projeleri sayesinde gündeme gelip konu hakkında haberdar olmamızı sağlıyor. Örneğin; herhangi bir sosyal sorunla ilgilenmiyorsun ama Turkcell kullandığın için onun dokunduğu bir sorundan haberdar oluyorsun ve sadece ve sadece Turkcell kullandığın için yoksa normalde bu konu ilgini çekmiyor hiç duymamış olabilirsin. Bu nedenle

markaların bir şeyler yapması çok önemli. Bence markaların yaptığı çalışmalar bir STK'nın yaptığından daha önemli çünkü markaların birçok kullanıcısı varken STK'lar küçük bir topluluk olabilir. Markaların birçok reklam kanalı olduğu için onların yürüttüğü bir proje sayesinde bir sosyal sorun olduğu her yerde karşımıza çıkabilir. Firmaların sosyal sorunlara daha çok önem vermesi gerekiyor.”

- “Teşvik edici olduğunu, duyurduğunu ve yaydığını düşünüyorum ama bilmediğim bir sorunun dile getirildiğini görmedim.”
- “Mutlaka olmuştur. Ama sıfırdan benim hiç farkında olmadığım bir sosyal sorunu ortaya çıkaran bir proje görmedim. Çünkü çok klişe projeler yapılıyor. Birisi yaptı diye yapılıyor böyle bir sosyal sorun var diye ortaya çıkılıyor. Bilmediğimiz bir sürü sorun var ama bunlarla ilgili farkındalık yaratan bir proje yok. Örneğin şu an kadına şiddet moda olduğu için herkes kadına şiddet diye gidiyor. Çocuk istismarı popüler bir konu ise herkes buna eğiliyor. Twitter gündemine göre KSS projeleri yapılıyor. Bu nedenle direk farkındalığının olmadığı bir konuda ben de bir etki yaratan bir proje olmadı.
- “Evet rol oynuyor ve farkındalığı artırdığımı artırdığını düşünüyorum.”
- “Hayır.”
- “Hiçbir yerde bir şey olmasaydı farkındalığımız olmazdı. Ne kadar sosyal medyada olsa da bazı şeylerle ilgili farkındalığımız görmeden olmuyor. Dolayısıyla nerde ne var. Ne sıkıntı var öğrenmek anlamında bu tarz çalışmalar faydalı oluyor. Bana mesaj gelirse ben de şuraya bir mesaj atayım, bağış yapayım demem. Dolayısıyla önemli.”
- “Mutlaka oluyor, daha önce ilgilenmediğin, aklına gelmemiş bir alanla ilgili bir şey öğreniyorsun ve o alanla ilgili araştırma yapmanı sağlıyor. Yani konuya eğiliyorsun, neymiş acaba diye merak ediyorsun yani bir şekilde ben bilinçleniyorum sonra bu konu hakkında çevredeki arkadaşlarıma da aktarıyorum onlar da kendi öğrencilerine iletiyor. Bu şekilde bir bilgi aktarımıyla farkındalık kazanabiliyoruz.”
- “Teknolojinin Kadın Liderleri isimli bir proje hayata geçirdim. Açıkçası kadın erkek eşitsizliği üzerine her gün düşünen ve kafa yoran biri değilim ama böyle bir şeyin eksikliğini hissettiğim için böyle bir proje yapmaya karar

verdim. Bence sosyal sorumluluk projeleri hissedilen eksiklikleri tamamlamak için yapılıyor. Mülteci konusu mesela izlediğim haberlerle farkındalık yarattı ama ardından kurumların yaptığı çalışmalar da bunu tetikledi.”

- “Bu tip projelerin bir sonucu olduğunu ve farkındalık yarattığı ve bir sorunu çözmek konusunda sorumluluk yüklendiğini düşünüyorum.”
- “Etkili oluyor. Sonuçta biz her ne kadar bir şeylerin var olduğunu bilsek de bu projeler spesifik sorunları görmemizi sağlıyor. Mesela Capitol AVM’nin projesi vardı. Sinema gösterimi öncesi projenin reklamını yaptılar. Trakyada bir okulun yaşadığı zorlukları anlatan bir film çekmişler. Ayakkabıları olmadan okula giden öğrenciler vardı filmde ben gördüm ve direkt yardımcı olmaya karar verdim. Net olarak gördüğümde ve nasıl yardımcı olabileceğimi bildiğimde çok rahat bu projeye destek oldum. Ayrıca projeye yaptığın yardımın sonucunu görebiliyordun. Oradaki öğretmenle iletişim kurmanı sağlıyorlar. İstedğin kişiye ulaştığını net bir biçimde görüyorsun.”
- “Bence rolü olması gerekir. Günün sonunda kurumlarda engelli kotaları var mesela. Bizim bankada da var. Ama genelde eğitim düzeyleri belli bir seviyede kaldığı için görev alma oranları düşük kalıyor. Aslında fırsat tanınsa daha iyi noktada olacaklar ve insanlar gördükçe de engellilere farkındalık artacak. Kurumlar engellileri daha fazla görünür kılmalı.”
- “Bence oluyor. Okuduğumuz haberlerin de bir etkisi oluyor. Sonuçta bilinç altında bir şeyler canlanıyor. Düşünmeni sağlıyor bu konu hakkında.”
- “Oluyor. Ama farkındalığım bir tek KSS projeleriyle gelişmiyor.”

Soru 3: KSS projelerinin sosyal sorunlara karşı farkındalığınızı artırdığını düşünüyor musunuz?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Sosyal sorumluluk projeleri reklam amaçlı kullanılıyor ama daha geniş bir kitlenin sorunu duymasını imkân sağlıyor. Yani var olan bir sorunu aklımızda pekiştirmemizde olumlu bir etki yaratıyor.”

- *“Evet, farkındalığı artırıyor ama tek başına yeterli değil. Oscarlı oyuncu Leonardo DiCaprio'nun oldukça önemli isimler ile, oldukça önemli konulara değindiği belgeseli örneğin; küresel ısınma ve doğa hakkında görüşlerini dile getirerek bu konuda ne denli ciddi olduğunu göstermişti. National Geographic'in giderek yaşlanan ve tükenen dünya ile ilgili yaptığı belgeseller ve yenilenebilir enerji üstüne yapılan haberler hakikaten sürdürülebilir hayat ile ilgili soru işaretleri ve farkındalık yaratmaya yardımcı oluyor. Bireyleri bir şeyler yapmaya itiyor.”*
- *“Genelde medyadan duyduklarım, kendi gözlemlerim, derslerde gördüklerim vb. benim konuya duyarlılığımı artırdı. Herhangi bir sosyal sorumluluk projesi değil.*
- *“Kesinlikle sorunları daha net görmemizi sağlıyor.”*
- *“Aralarında doğru orantı var. Meslek Liseleri ilgili Koç'un projesi mesela normalde hiç ilgimizi çekebilecek bir alan değil ama projeden sonra bu soruna ilişkin farkındalığım arttı diyebilirim. “*
- *“Farkındalık sağlıyorsun ama önceliklendirmene neden olmuyor.”*
- *“Muhakkak artırıyor. Var olan sorunla ilgili derinlemesine bilgi sahibi olmamızı sağlıyor.”*

Soru 4: Artırmadığını düşünüyorsanız sizce nedenleri neler?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- *“Çünkü sade, anlaşılır projeler yapılmıyor. Çok karmaşık projeler yapılıyor. Ulaşmak istediği tabana inemiyor. Gerçekten ulaşması gereken doğru kanalla gitmiyorlar.”*
- *“Çünkü ülkemizde eğitim düzeyi çok düşük ve bu yeterli bir neden. Genelde bizim neslin çoğunluğunu ailesi lise mezunu, ailenin farkındalığı daha fazla olsaydı daha çok farkında olurduk.”*
- *“Bence bir yetersizlik var orada. TV8'de bir program vardı. Yardım topluyoruz bahanesiyle gelen tüm yardımların üzerine yatmışlardı. Van depreminde de aynı oldu. Kıyafetler depremzedeler yerine teröristlere gitti vs.*

İnsanlar kime nasıl güvenebileceğini bilemiyor. Direk içinde olmazsam içimden bir şey yapmak gelmiyor. Güvenemiyorum. Ya da örneğin kadına şiddette bir kadını çıkarıyorlar konuşturuyorlar. Sonra o gidip birkaç kadınla konuşuyor vb. aşırı samimiyetsiz. İnsanın hiç inanası gelmiyor.”

- “Samimiyetsiz olması ve en büyük neden bunu yapanın yine kapital güçler olması ve bunu yapanın bir işletme olması. Varlık sebebi kar gütmek olan bir şirket olması. Kendileri çok fazla kar ederken işçilerine kötü muamelede bulunması, mobing yapması vs. Ama başka şekilde de toplumsal sorunu kendilerine dert edinmiş gibi görünüp içlerinde pek çok sorunun kaynağı olması gibi nedenlerle artırmadığını düşünüyorum.”*
- “Çünkü samimiyetsiz yapılıyor. Bir taraftar grubunun yaptığı bir çalışma samimi gelirken kurumun yaptığı büyük kurumların çalışmalarını kendi çalışanına bile duyurmazken, samimiyetsiz yapılması. Çok fazla kendileri için yapıyorlar.”*
- “İçten inanmam ve sosyal amaçlı olduğunu bilmem gerekiyor. Yapılan yardımların genellikle çıkar amaçlı olduğunu düşünüyorum. Yapılan her yardım kurumun reklamı için yapılıyor gibi hissediyorum.”*
- “Bu çalışmalar ağırlıkla ticari, lafta kalıyor. Eğitim Vakıflar vs. daha faydalı görünüyor. Onlar artırılrsa iyi olur.”*
- “Artırmamasının nedeni benim araştırdığım sosyal sosyal sorunlar anca kampanya dikkatimi çekmiştir. Benim düşündüğüm çalışmalar dedim ekstra bir şey katmadı.”*

Soru 5: Sizin farkındalığınızı artıracak KSS projesi nasıl olmalı?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Büyük markaların liderlik etmesi çok doğru olur. Bu benim için değil tüm insanlar için geçerli. Örneğin; Instagram da Colgate’i görüyorum. Mesela o bir şey yaptığında onunla ilgili bilgiye daha kolay ulaşabilirim, reklam olarak marka bunu kullanabilir. Hem firma için hem de sosyal sorumluluk*

için bu tip çalışmalar çok önemli. Ulaştığı insan sayısını en yukarı taşımak böyle olur.”

- “Markayı ikinci planda tutmalı. Daha çok insana ulaşabilmek için gönüllere ulaşabilmek için iletişim kanallarını daha aktif kullanması gerektiğini düşünüyorum.*
- “Dokunaklı olsun, samimi, içten bir dil kullanmalı.”*
- “Kolay erişilebilir olması.”*
- “Bir örnek üzerinden ele alırsam...Kadına şiddeti ele alalım bence yaygın bir sorun. Genelde erken evliliklerde ve eğitim düzeyi düşük aileler içinde ağırlıklı olarak görüldüğünü düşünüyorum. Kadınlar genelde çalışmıyor. Kadınların ekonomik özgürlüğü olsa şiddete dur diyebilir. Özgürleşir çünkü. Ama bu toplumda kadın çalışmadığı için böyle bir fırsat yaratamıyor. Kadınlara iş vermese de eğitim programları sunabilirse, girişimcilik için fırsat sunarsa örneğin başarılı olabilir.”*
- “Bu ince bir çizgi. Mesela bazen biri arıyor engelsiz çizgi gazetesinden arıyoruz diye vb. tekerlekli sandalyeli bir çocuğa yardımcı olacaksınız diyor vb. İnsan bunun gerçekliğini sorguluyor. Karşı tarafın gerçekten böyle bir şeye ihtiyacı olup olmadığını sorguluyor. Bir yandan da hiç tanımadığın birisi senden ciddi miktarda para istiyor. Yani özetle senin tamamen vicdanına dokunarak bu kampanyaya katılmamı istiyor. Bu çok rahatsız edici bir şey bu şekilde olmaması gerektiğini söyleyebilirim. Gerçekten en güzel şu daha önce yapılan yardımların etkisini olumlu örneklerle açıklayan ufak bir tanıtım filmi veya video görüntüsü bu tarz kampanyalara katılmamı çok destekler.”*
- “Amacının ne olduğunu ve izleyeceği yolu net olarak bilmeliyim. Her şeyin net bir şekilde ifade edilmesi lazım, havada kalmış bir şey olmamalı. Planlar, projelerde kalmış nereye gittiği belli olmayan çalışmalar motive etmiyor. İlgilenmiyorum ve bundan bir şey çıkmaz diyorum ama net bir şekilde basamaklar belliyse bu beni daha çok projeyi yapmaya teşvik ediyor.”*
- “Samimi olmalı ve gerçekten bir soruna hizmet etmeli.”*
- “Samimi olmalı, dozajında iletişim yapılması önemli bunun yanı sıra sorundan bahsetmek yerine o sorunun çözümü ile ilgili yapılan hamlelerin*

duyurulması önemli bence insanlar zaten birçok sorunun farkındalar. Sorunla ilgili kendilerine sürekli bir şey söylendiğinde o sorunu görmezden gelme yoluna gidebiliyorlar. Sigara içenlerin sigaranın zararlarına ilişkin afişlere duyarsızlaşması gibi. Çünkü zaten herkes sigaranın zararlı olduğunu biliyor. Ya da kız çocukları/kadınlar konusunda bu cinsin birçok şeye geç eriştiği veya erişmekte sorun yaşadığını hepimiz biliyoruz. Çocukların kendileri için bir eğitim alanı, sosyal çevre oluşturamadığından herkesin haberi var. Bunu aşmak için ne gibi önlemler alınması gerektiğini ya da aldığını söylemesi bence daha doğru.”

- “Belki benim görmediğim bir sorunla ilgili olursa. Ben halihazırda sorun olarak gördüğüm çalışmalarla ilgili farkındalığa sahibim. Ama mesela enerji ile ilgili yani hâkim olmadığım alanla ilgili bir şey yapılırsa o alanla ilgili de farkındalığım artar. Daha özellikli olur. Projelerin çizgileri tam spesifik olmalı. Kadın, çocuk vb. değil de daha belirgin...”
- “Daha görsel olmalı, sorunu bize net bir şekilde göstermeli. Gerek video ile gerekse başka çalışmalarla net olarak o projenin nereye dokunduğunu bize göstermeli. Gerçekten yardım edecek eden olan insanların yardımın gideceğine emin olabilmeli. Ben bir projeye destek olurken kafamda olan en spesifik soru acaba benim yardımım doğru yere ulaşacak mı yoksa bir yere kaynayacak mı? Bunu ister istemez düşünüyorsun. Capitol AVM örneği vermiştim orada mesela bu soru işareti direk gideriyorlardı. Bu interaktivite sağlanmalı muhakkak. O zaman daha etkili olur.”
- “Görünür olmalı. Görmediğin bir şeyi tartamazsın ve tartamadığın için de içinde alamazsın bir de güvenilir olmalı. Attığım taş ürküttüğüm kuşa degecek mi.”
- “LÖSEV hastane yapıyor mesela hastane olduğunda insanlar bu konu hakkında bilgi sahibi oluyorlar. Ya da biz Darülfakih'e yardım ediyoruz mesela hangi okullarda nerede olduğunu görebiliyorsun yardım ettiğin çocuğun bunları göstermeli projeler hem iletişimi doğru yapılması hem de sonucu iyi ortaya koymalı.”

- *“Ayrıca amaç ilişkisini kurmalı. Darülfafaka Başarı Yolu gibi bir video ile yapılan yardımlarla yaptığı çalışmayı 1-2 dakikada anlatıyor örneğin. Bunu bağışlarına yolluyor. Sonra da sosyal medya hesaplarından paylaşıyor.”*
- *“Milli kütüphane mesela sesli hale geldi engelliler için. Sosyal medyada bunun iletişimi yapılıyor.”*
- *“Kanallarda bu konuları sahipleniyor. Kamu spotları arttı. Onların da duyarlılığı arttı.”*
- *“Çevremdeki kişiler ve kurumlarında rolü büyük. Ya da bir TV Show’unda yardım toplanması mesela. Ünlülerin destek olması mesela farkındalığımı artırıyor.”*
- *“Kardelen projesi Turkcell’in mesela o da belki iletişime projenin kendisinden daha çok para harcadı belki. Ama baktığında günlük yaşantımız içinde Doğu’daki çocukların okula gidişi ile ilgili bir şeyi sorgulamıyorsun. Bu nedenle iletişim kıymetli. Sadece rekabetin birbirini görmesi değil insanların farkındalığının artırılması için de iletişim önemli.”*
- *“Daha görünür olmalı projeler... Markalar iletişimde şekilde değiştiriyorsa biz gençlerin bulunduğu dijital mecralarda bizi aktivasyona geçirecek alanlarda olması. Bizim takip ettiğimiz influencerlar kanalıyla bize ulaşması.”*
- *“Basın toplantısı demode. Özendirecek çalışmalar yapılmalı.”*
- *“Şirket çalışanlarına yönelik çalışmalar, şirket motivasyon etkinlikleri gibi kurgulansa mesela bunlar önemli.”*
- *“Emin olmalıyım gerçekten ihtiyaç sahibine gideceğine.”*
- *“Daha çok bilmediğim hâkim olmadığım bir alanda olması. Çok şaşırtacak bir alanda olması gerekiyor. Her şeyi kapsayacak bir proje olduğunda yerelde insanları da harekete geçirecek çalışmalar. Ot Ötesi hareketi gibi. Bir bölgeye ait değil, herkesi içine alan bir hareket olmalı.”*
- *“Radyo ve TV haberlerinde sıkça gördüğüm zaman daha fazla haberdar oluyorum.”*
- *“İnteraktif olmalı. Dijital de olabilir, organizasyon da olabilir. İnsanların emeği ile ortaya bir şey konulması birlikte çözüme, emek verme işgücü yaratmalı.”*

- *“Kamunun rolünü önemli buluyorum. Bakanların bu sorunları sahiplenmesi gerektiğini düşünüyorum.”*

A.4. KSS’NİN SOSYAL SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE KATILIMINDA ETKİSİ

Soru 1: Hangi KSS projelerine ilgi duyduunuz/duyuyorsunuz? Nedenleri nelerdir?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- *“Daha çok kadın girişimciliği veya yerel halkın katılım gösterebildiği projelere ilgi duyuyorum. Bu projeler daha başarılı, yerelin ihtiyaçları orada yaşayan halktan daha iyi oranın sorunlarını kimse bilemez. Oradaki ihtiyaçlara göre hayata geçirilmesi daha doğru aksi halde oturduğun yerden bilmediğin bir dünya ile ilgili akıl vermiş olursun. Tepeden inme projeleri sevmiyorum.”*
- *“‘Çocuklar Gülsün Diye’ adlı Gülben Ergen’in hayata geçirdiği projesi örneğin. Buradan şunu da çıkarabilirim markalar değil yalnızca ünlü sanatçılar da böyle projeler yapmalı. Kendilerini sadece para kazanmaya değil sosyal sorunlar konusunda farkındalığı oluşturmaya da adanmalı. Hayranları da buna ilgi duyar ve birçok insan bu sayede haberdar olabilir. Bu proje hem çocukları düşünüyor hem de Gülben Ergen’in fanlarına ulaşması için bir yöntem oluyor. Sanatçılar KSS projesinin duyurulmasında önemli bir etken olabilir. Ya da rol model olabilir insanlar için. Örneğin bu projede uzaktan seyirci kaldım ama SMS olan şeylerde yollamaya çalıştım. TEGV’e çok SMS yolladım. TV’de böyle bir çalışmaya yer vermeleri birçok insana ulaşmada yardımcı oldu.”*
- *“Marka adın ve proje gelmiyor direk. Doğudaki çocuklara okul yapımı, eğitim araç gereci temini, ihtiyaç sahibi çocukların eğitimine destek olunması, hayvan hakları, barınak, sahiplenme ile ilgili projeler ilgimi çekiyor.”*

- *“Vodafone’un Türkiye’de yürüttüğü kadına yönelik Kırmızı Işık projesi Vodafone’nun projesi günümüze uyarlanmış dijital bir proje ve herkese ulaşılabilir bir projeydi. Bu projede hoşuma giden insanlara ulaşma sistemleriydi. Blogger’ların makyaj videoları içine gömdükleri projeyi anlatan bilgilendirici çalışmalar çok başarılı.”*
- *“İş Bankasının karne günü kitap dağıtması ilgimi çeken projelerden biri. Kitap dağıtmanın çok güzel ve mantıklı bir proje olduğunu düşünüyorum. Destek açısından da çok güzel. Çocukların merakla bir bankaya girmesi çok ilginç ve karne karşılığı kitap alması çok hoş bir örnek.”*
- *“ÇYDD’nin kız çocuklarının okula gönderilmesine yönelik projeleri, tarım çocuklarının eğitime kazandırılması, küçük kız çocuklarında farkındalık yaratıp erken yaşta evliliğini engelleyen projeler ilgimi çekiyor. Sonuçta bir aileyi bir kadın yönetiyor onlar da çocuk yetiştirecekler bu nedenle ÇYDD ya da eğitim kurumlarının verdiği şimdi spesifik aklıma gelmese de bu tarz projelere ilgi duyuyorum.”*
- *“Kadınlar ve çocuklara yönelik çalışmalar. İki kişi tarafında belirtilmiştir.”*
- *“Kültür sanat projeleri güzel ama öncelik değil acil ve öncelikli kanayan bir yaraya hizmet eden bir projeler ilgimi çekiyor.”*
- *“Şu an takip ettiğim proje yok. Diyen kişi sayısı dördtür.”*
- *“Eğitimle ilgili... Spesifik proje hatırlamıyorum. TEGV’in projeleri geliyor aklıma. Bir Silgi Bir Kalem isimli bir okul yardım projesi var mesela. Eşimle birlikte aktif biz bu projeye destek oluyoruz. Bu site üzerinden hangi okulun neye ihtiyacı olduğunu görebiliyorsun ve istediğin kaleme yardımcı olabiliyorsun. Orda iletişim adresi var. İhtiyaçları alıp kargolayabiliyorsun.”*
- *“Çalıştığım kurum da olan QNB Finansbank’ın Microsoft ile yürüttüğü Minik Parmaklar Geleceği Programlıyor isimli çocuklara kodlamayı öğretme amacı taşıyan proje var. Bu kendi kurumumun bir projesi ve ben de aktif görev alıyorum.”*
- *“Herkesin bildiği OPET için Temiz Tuvalet Projesi Var. Opet’in tarih temalı projesi var. Opet’in projelerine de ilgi duyuyorum.”*
- *“Koç Meslek Lisesi Memleket Meselesi projesi çok kapsamlı bir çalışmaydı. Gündem yaratan, amacını dışına çıkararak meslek liseleri konusunda*

farkındalık yaratıp oradaki çocukların bir mesleğe girmesini sağlayan büyük bir projeydi.”

- “Boyner’in nar Projesi, kız çocukları eğitime kazandırmakla ilgili.”*
- “Turkcell’in Kardelen Projesi.”*
- “TOG’un dezavantajlı, hapisanede doğan veya bir şekilde küçük yaşta hapishaneye giren çocuklara yönelik yürütülen bir proje var. Bu genel olarak sorunlu bir alan olduğu için oraya sponsor olma konusu zordu. HSBC bir ara destek vermişti ama TOG kendi bu çalışmayı yürütüyor. Hapishaneden çıktıkların adaptasyonlarını sağlayabilmeleri için yürüttükleri bir çalışmaydı. Hem hobi kazanmaları hem de sosyal alanlarda yer alabilmelerini teşvik eden bir projeydi. Sanırım adı Aynı Gökyüzüne Bakıyoruz’dur. Hapishanedeki çocuklara yönelik çalışmalar çok ilgimi çekmişti. Hiç bilmediğim bir sorundu. Annesi orada olduğu için orada büyümek zorunda kalan çocuklar var mesela...”*
- “Kardelenler, Baba Beni Okula Gönder Yapılan işten daha fazla iletişime harcama yapılıyor. Bu bana yapmacık geliyor.”*
- “Kadın sığınma evleri. Gülben’in projesi dışında. Kadınlar ve çocuklar güçlü olmadıkları için bu iki alana yönelin projeler dikkatimi çekiyor.”*
- “Mültecilerle ilgili Yunanistan’da bir okulda, Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencileri denize vuran yeleklerden satranç tahtası yapmıştı. Yaratıcı proje bu nedenle dikkatimi çekti.”*
- “Turkcell Kardelenler- Unutulmaz. Ülkenin baş gündeminde olan konuyu sahiplenip çözüm odaklı çalışmalar yapılması çok etkileyici. Sonuçlarını görebildiğimiz STK’ları ve kamuyu da içine alan iyi bir projeydi.”*
- “İş Bankası satranç. Türkiye’de bu oyunun hak ettiği değeri kazanmasına yönelik çalışma toplumda bir bilinç bu oyuna karşı farkındalık yarattı.”*
- “İş bankası bir usta bin usta. Anadolu’da işin ehli ustaları destekliyorlardı.”*
- “TEB’in tenise olan desteği.”*

Soru 2: KSS proje/projelerinde yer aldıysanız sizi bu projenin bir parçası olmaya teşvik eden motivasyonlar neler oldu?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Bir fayda sağlamak. Yaptığımız işlerle yaşadığımız topluma, kente bir fayda sağlamak motivasyonu ile başladım. Aynı zamanda sosyal sorumluluk projeleri ile bir şeyi değiştirebileceğinizi de görüyorsunuz. Neyi değiştirebilirsiniz, yaptığınız çalışma ile sadece bilinçlendirme değil de aktivistik olarak da düşünebilir. Örneğin bir çevre problemi vardır, ona karşı durmak, onunla ilgili oradaki insanların ona mecbur olmadan farklı şekilde de bunun çözülebileceğini görmeleri sağlamak. Yaşadıkları kentte ne olursa olsun bunu değiştirebileceklerini görmelerini sağlamak. Etrafına fayda sağlayarak yapabilecekleri motivasyonu ben de o şekilde sağladım.”*
- “Bir yakınımın teşvik etmesi ‘Bir Çorba da Sen Ver’ projesine katılmamda etkili olmuştu. İhtiyacı olan insanlara yardımcı olmak için istedim.”*
- “Kurumsal olarak katıldığım bir proje yok. Lisede Doğuda belirlenen okullara kullanılmayan eşyaları gönderme üzerine bir projemiz vardı bu projeye katılım sağlamıştım. Motivasyonum empatiydi.”*
- “Bu tamamen duygusal bir motivasyondur. Barajlardaki su oranı bugün çok azaldı. Yapılaşmanın da bunda payı var. Yağmur yağıyor ama su barajlarda su birikmiyor. Çünkü her yer beton. Bunlar aklıma geldikçe tabii ki geleceğimden endişe etmeye başladım. Toplum için, insanlar için bir şeyler yapmam gerektiğini düşündüm.”*
- “İşe yarama iç güdüsü.”*
- “Motivasyonum zaten kişisel olarak ilgilendiğim konular. Ben zaten çevre ile çocuklarla ilgiliyimdir. Mesleki olarak da vicdani olarak ilgilendiğim konular daha çok kişisel ilgilendiğim alanlar olduğu için.”*
- “Kurumun projesinde yer almadım. Yer aldığım diğer çalışmalarda temel motivasyonum insanlık için bir şeyler yapma içgüdüdü.”*
- “Hesap verilebilirlik, insanları sorumluluk bilinci aşılamak. Yaptığı çalışmanın etkisi görmek kişinin bağlılığını daha fazla artırıyor. Mesela Turkcell*

Kardelenler Projesinde her gazeteciyle bir kız çocuğunu eşleştirdi. Bir şeyin sorumluluğunu aldığı zaman en küçük detaya kadar ilgileniyorsun. Çalışanlara sorumluluk bilinci aşılması önemli. Örneğin; Microsoft insanları sorumlu hissettirmek ve sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmalarını teşvik etmek için herkese yıllık izninin yanında 3 gün istedikleri STK'da çalışmaları için izin verdi. Zamanım yok demek gibi bir lüksümüz yok. Kurumum beni destekliyor.”

- *“Benim için kadın konusu çok hassas ben de bir kadın olarak hem çocukların hem kadınların yaşadığı sorunlara hizmet edecek çalışmalar yapak benim için motive edici. Yani ülkemizde o kadar önemli sorunlar var ki bunları çözme arzusu yeterli bir motivasyon. Aynı zamanda motive olmamaya da neden oluyor.”*
- *“Yardımcı olmaya iten motivasyon şu aslında, sonuçta ben daha çok eğitim ve okul odaklı projelere destek oldum ağırlıklı çünkü ülkede ciddi bir potansiyelimiz var insan olarak. Bu potansiyeli maddi olanaksızlıklardan dolayı kullanamamak bana adil gelmiyor. İnsanların potansiyellerini kullanabilecekleri yardımı yapabilirsem faydam olur diye düşünüyorum. Mesela doğu bölgelerinde eğitime erişimde zorluk yaşan çocuklar var. Bu çocukların varlığını bilmek yeterli bir motivasyon.”*
- *“İşe yarama duygusu. Bir çorbada tuzum olsun. Birinin gözünde bir gülümseme yaratabilme motivasyonu. İnsanı içten içe motive eden şey başka birinin gülümsemesidir bence. O yüzden günün sonunda mesela biz kitap topluyoruz. Bir çocuk o kitap ona ulaştığında bundan mutluluk duyacaksa bu çok önemli. Geçen hafta Van'a monta ayakkabı gönderdik mesela. Şimdi Van'da bir çocuğun üşümeyeceği bilmek gerçekten çok önemli bir motivasyon. Çünkü bir kişi başlattığında tabana yayılıp daha çok kişiye ulaşabilir diye düşünüyorum.”*
- *“Çok basit bir şekilde yardım edebilmem ve güzel bir proje olması.”*
- *“Kendi kişisel sebeplerim var. Ben de üniversite hazırlık döneminde maddi sıkıntılar yaşadım. Burslu dershaneye gittim ama gidememe ihtimalim vardı. Gönül borcu gibi düşündüm. Bir çocuğun sorumluluğunu bilerek sınava girip*

ihtiyacı olduğunu düşündüğü bir alanda ders almaya çalışması güzel bir çaba. Bu çabaya destek olmak istedim.”

Soru 3: Projenin alanı sizin projede görev almanızda etkili oldu mu?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Hangi alanda olursa olsun sosyal sorumluluğun içinde olurum. Gönüllü çalışırken alan seçiyordum genelde çevre alanındaki projelerde yer alıyordum. Vaktim olduğunca bu alanda çalışmalar yapmaya devam ediyorum. Aktivist olarak da çalışmalara katılıyorum profesyonel yaptığım işten bağımsız olarak KSS projelerine gönüllü destek veriyorum. Amatör ruhumu koruyorum. Hafta sonu, mesai saatleri dışında gönüllüğü koruyorum. Başka projelere de zaman ayırabiliyorum. Örneğin; Boğaziçi Üniversitesinin bir öğrenci kulübünün lise öğrencilerine yönelik bir çalışması var hafta sonu onların eğitimine destek vereceğim. Bu tarz çalışmalara zaman ayırmaya çalışıyorum.”*
- “Evet. Eğitim vb. sorunlar.”*
- “Herhangi bir kurumun projesine katılmadım ama bence konusu görev almamda etkili olur. Kendi geliştirdiğim KSS projeleri çevre temalıydı. Çevre benim için önemli bu soruna eğilmesi belirleyici olabilir.”*
- “Mesela engelli çocukların hazırladığı bir tiyatro... Onların yaptığı bir şeye gitmek katılmak elbette ki çok güzel ama mesela bir Fazıl Say’ın konser verip gelirini engellilere bağışlaması biletin fahiş bir fiyatta olması ödenebilecek bir şey. Çok sevdiğiniz birini izlemeye gidiyorsunuz evet bilet çok pahalı ama desteğin nereye gittiğini biliyorsunuz beni daha çok bu tarz çalışmalar cezbediyor.”*
- “Aslında burada bir alan söylemek çok zor çünkü bu bir hobi gibi bir şey değil maalesef bir konuda toplumun kanayan bir yararı olduğunu düşünüyorsan zaten gerçekten bir şey yapmamız gerekiyor. Bunu kategorize edemezsin. İmkânın varsa şartların uygunsa bir şeyi yaparsın. Burada bir alan ayrımı yok.”*

- “Eğitim benim için önemli. Bu alandaki projeleri nceliklendiriyorum. Bence en büyük sorun eğitim ve bu alandaki sorunlara hizmet edecek projeleri nceliklendiriyorum.”*
- “Herkesin yumuşak bir karnı var diye düşünüyorum. Benim yumuşak karnım ocuklar. Ben Tema’da çalıştım ama duyarlılığım ocuk orada görev alıyorum.”*
- “Alandan çok zamanın ve şartların el vermesi önemli ama kendi ilgi alanıyla ilgili bir sorun görev almada etkili. Özel hayatla bağlantılı olması kişinin aksiyona geçmesi için tetikleyici. Benim rneğimde olduğu gibi.”*
- “Projenin alanında bağımsız projenin ilgimi çekmesi gerekiyor.”*
- “Bir nebze etkili ama her kanayan yaraya elimi uzatmak isterim. Hayvan hakları konusunda hayata geçirdiğim projenin nedeni duygusaldı. Onlar yardım isteyemiyor, konuşamıyorlar. Hayvan sevgisi besleyen her bireyin insana daha pozitif bakacağını düşünüyorum. Bu nedenle bunu nceliklendirdim.”*

Soru 4: Eğer KSS projelerine ilgi duymuyorsanız ve katılım gstermiyorsanız nedenleri nedir?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “evreye karşı duyarlısım mesela çok önemli olduğunun farkındayım ama bir şey yapsam da işe yaramayacak gibi hissediyorum. Belki saçma ama böyle hissediyorum ve bunun için hiçbir şey yapmıyorum.”*
- “Belki maddi durumum ve sosyal statüm daha farklı olsaydı kendim bizzat taşın altına koymak isterdim.”*
- “İlgi duyuyorum ama katılım göstermiyorum çünkü samimi değiller.”*
- “Kolay erişemiyorum.”*
- “Projeler katılım için teşvik etmiyor.”*
- “Markanın potansiyel müşterilerine ulaşmak amaçlı kullandığı bir çalışma bana çekici ve samimi gelmiyor. Özellikle herhangi bir KSS projesinde o*

sorunun gerçekten bir sosyal sorumluluk olup olmasına da dikkat ediyorum aslında.”

- “Katılmıyorum çünkü samimi değiller. Örneğin; hiçbir şekilde kâr amacı gütmeyeceğini söyleyen Greenpeace’in tüm projeleri samimiyetsiz geliyor. Çünkü ben onların birilerinin çıkarı için çalışmadığına ve kâr amacı gütmeyeceğine inanmıyorum. Eğer Greenpeace’tekiler tavuk çiftliklerine karşı çıkıyorlarsa o zaman tavuk çiftliklerinden dolayı zarar gören birilerinin çığırkanlığını yaptığını düşünüyorum.”*
- “İlgi duyuyorum ama katılım göstermedim çünkü katılmak mümkün değil böyle bir alternatif sunulmuyor. Profesyonel eğitimcilerle yapılıyor.”*
- “İlgi duyuyorum ama güvenmiyorum. Bu nedenle de katılım göstermiyorum.”*
- “Yapılması gereken projeler ama iletişimine harcanan para soru işaretleri yaratılıyor.”*
- “Çalışma şartları, zaman sıkıntısı, kişisel tembellik.”*
- “Sosyal sorunlarla ilgilenen kulüplere girdim ama devamı gelmedi. Benim olmasını istediğim bir konuya ve firma da damardan girdiyse ben zaten yer alırım.”*

Soru 5: Bir KSS projesine katılmanız için projenin hangi sosyal sorunlara dokunması gerekiyor?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Çocuklar çünkü ben çocukların geleceğimiz olduğunu düşünüyorum.”*
- “Kız çocuklarının eğitimi”*
- “Çevre.”*
- “Eğitim.”*
- “Yoksulluk.”*
- “Hayvan hakları.”*

- “Toplumsal sağlığı koruyacak, özellikle ruh sağlığını destekleyecek projelere katılabilirim.”*
- “Açıkçası hayvanlar da önemli ama hayvan haklarıyla ilgili bir projede yer almam öncelikle açıkçası, hayvanları severim o ayrı. Kimsesizleri önceliklendiririm.”*
- “Çevre. Biz tarıma yönelik çalışmalar yürüttükçe birçok soruna da çözüm bulacağız.”*
- “Kadına karşı şiddet.”*
- “Sağlık.”*
- “Milli değerleri koruma konusunda.”*
- “Bірçok sorun var toplumda spesifik şu sorun diyemem.”*

Soru 6: Katılmadığınız ama ilgi duyduğunuz KSS projeleri var mı? Varsa bu proje/projelere neden ilgi duyuyorsunuz?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Ağaç dikim projelerinde olmak istedim ama ayrılması gereken ekstra zaman ayırmadım. Yeteri kadar istememin ötesinde devlet vb. kurumların bunu görmesi gerekiyor, devlet kamu yapmalı onlar çözüm bulmadığında ben aktif görev almalıyım bu nedenle de bir adım geri duyuyorum.”*
- “Çevre ile ilgili projeler hep aklımın köşesinde ama önceliklendiremedim.”*
- “Vodafone Kırmızı Işık. Bunun dışında da projeler var aslında ama şu an hatırlamıyorum.”*
- “Aklıma gelmiyor.”*
- “Aktif olarak çalışma yürütmediğim proje var birkaç tanesi bilişimle ilgili. Bizim yaş grubuna uygun olmadığı için önceliklendirmedik ama belki daha üst yaş grupları için faydalı projeler olabilir. Bu projede gönüllü ayrıca çalışabilirdim bence güzel bir projeydi ama daha farklı önceliklerim olduğu için yer almadım. Bilişim de önemli...”*

- *“Depremden sonra Kızılay’ın vb. hızlıca yardım topladığı projeler var. Onlara katılmadım ama onlar muhtemelen bir sorunun çözümüne hizmet ediyordu. Yardımın doğru yere gittiğinde emin olamadığım için katılmadım.”*
- *“TEMA’nın çalışmalarına genel olarak çok ilgi duyuyorum katılmasam da... Kısıtlı kaynakların doğru yönetilmesi, farkındalık yaratılması, HES projelerine yönelik çalışmalar. Sürdürülebilir tarım ile ilgili çalışmalar vb.”*
- *“İHH’nın katarak hastalarının ameliyatlarını yaptığı proje var. Afrika’da çok kolay çözümünü olan bir rahatsızlıkla ilgili bir şey. Yapılamadığı için kör alan bir sürü kişi var. 5 dakikada tedavisi yapılan bir hastalık. Belirli ülkelerde İHH yardım çalışması yaptı ve Türk doktorlarla gidip insanların katarak ameliyatı yaparak görmesini sağlamıştı bu proje benim çok ilgimi çekmişti. Bu projenin gerçekten samimi olduğuna inandığım için ilgimi çekti. Yani siyasi bir algısı olabilir ama bu yardımın insanların gözünü açmak dışında ne gibi bir kazanç getirir diye düşündüğümde buna bir cevap bulamıyorum. Kazancı olamaz. İnsanlara gerçekten yardım ettiklerini düşünüyorum. Türkiye’deki bir doktor burayı bırakıp hastalığın kol gezdiği bir yere parasız gidiyor. 5 dakika ile bir insanın hayatı değişiyor ve gözleri açılıyor. Burada hiçbir kurumun kar değil yalnızca sosyal fayda elde ettiğini düşünüyorum.”*
- *“TOG toplumsal cinsiyet eğitimi ile ilgili programı olduğunu duydum. Birilerini geliştirecek, eğitecek bir projeyse katılmak istiyorum. Feminist kulüpler var vs. Bu tip bir projenin içinde yer almayı düşünüyorum.”*
- *“Çocuk gelinler projesi buna güzel örnek. Katılmadım ama keşke bu konuda bir şeyler yapsaydım dediğim bir proje.”*
- *“Kardelenler, Baba Beni Okula Gönder.”*
- *“Nevşehir’de Rotaract Köyü projesi. Köyün okulu yoktu. Bu köy okulunu peyderpey inşa etmek için adım adım yol alındı. Bifiill görev almadım. Bizim dernek ilaç desteği gibi küçük destek verdi. Sonuçta çocuklar okula kavuştu.”*
- *“Rotaract’ların Eskişehir’de yürüttüğü bir projede zaman kısıttım nedeniyle yer alamadım. Evlerin içinde su yoktu. Norveç Bölgesindeki Rotoract’ların yardımı ile su sistemi yenilendi. Tuvaletler içeri alındı.”*
- *“Spesifik bir proje hatırlamıyorum.”*
- *“Katılmadığım ve ilgi duyduğum KSS projesi yok.”*

Soru 7: Sizce KSS projeleri başka alanlarda sivil aktivist hareketlere katılmanızda teşvik edici mi?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Evet. Çünkü bu projelerde farklı farklı insanlarla çalışıyorsunuz. Onların yaptığı yeni çalışmalara dahil oluyorsunuz. Onlar kendi kendine bir şeyler yapmışlar. Aynı sorun sizde de olabilir. Siz de aynı soruna hizmet edecek çözümü kendi şehrinizde deneyebilirsiniz. Ya da başka kurumlarla çalışıyorsunuz onların projelerini görebiliyorsunuz. Etkisi oluyor. Belki siz kendi projenize o insanları davet edebiliyorsunuz.”*
- “Bence KSS projeleri sivil aktivist hareketlere daha çok dikkat edilmesini sağlıyor olabilir. Bende bu şekilde bir neden sonuç ilişkisine neden olmadı ama bu ben ilgilenmediğim için olabilir. Örneğin; üniversitede bir anaokulunu boyamaya felan gitmiştik. Buradaki motivasyonum arkadaşlarımla olmaktı. Okulun teşvik etmesi de önemliydi.”*
- Pozitif olarak yararlı bence. Samimi bulmasam da bir sorun parmak basılıyor.”*
- “İkisi bence birbirinden ayrı bence.”*
- “Bunlar biraz yaş ilerledikçe zor olan şeyler... Belki en direk sorunun içinde olsam evet ama bizim toplumumuzda da olduğu gibi ilerde benim engelli bir çocuğum olsa bu soruna hizmet eden çalışmalarda daha aktif olarak yer alırdım. Ama biraz konuya nasıl yaklaştırıldığımızla ilgili. Genel olarak sorunların farkındayım, destek olmaktan mutluluk duyarım.”*
- “Evet, kesinlikle teşvik edici. Eğer sen bir sivil aktivist hareketin bir şeye yaradığını düşünüyorsan sen de kötüye giden bu sorunun çözümü için harekete geçebilirsin. Ben bu şekilde bir katılım göstermedim ama tetikleyici olduğunu düşünüyorum genel olarak.”*

- *“Oturup meydanlara çıkmak gibi bir şeyim yok. Seninkisi kaç santim gibi küçük balıkların avlanmamasına yönelik aktivist çalışmalara imza vererek katıldım. Evet teşvik ediyor.”*
- *“Sivil aktivist çalışmanın ülkemizde olmadığını düşünüyorum. Ülkemiz buna elvermiyor. Elbette bir şeyler yapmak istiyorsun ama kadına şiddeti kınayan kadın polisten bunun için yaptığı aktivist çalışmada şiddet görüyor. Bu nedenle aralarında bir bağlam olması güç.”*
- *“Bence soğutuyor. Şöyle ki örneğin Dünya Göz İHH'nın Afrika'da yürüttüğü katarak projesine destek verseydi. Ben Dünya Gözle ilgili iyi şeyler düşünmezdim. Ülker bu projeye destek olsaydı böyle düşünmezdim çünkü Ülker desteklediğinde projede bir kar paydası yok. Daha samimi gelirdi...”*
- *“Ben de böyle olmadı ama sivil aktivist harekete katılıp devam eden birçok arkadaşım var. Benim böyle spesifik bir örneğim olmadı ama teşvik edici olduğunu gördüm.”*
- *“Ben eskiden Greenpeace'de çalıştım. Sokakta kredi kartı toplayan çocuklardan biriydim. Aktivist olmak da gerekir bazen farkındalık artırmak için. Greepeace'çilerle ilgili en fazla farkında olduğumuz anlara bakalım kendilerini bir yere zincirledikleri, köprüye çıktıkları zaman bazen insanların bir konuda duyarlılık geliştirebilmesi için aktivist olman gerekir. Bu başka insanların hak ve özgürlüklerini kısıtlamak değil tabii.”*
- *“KSS çalışmaları daha soft, kontrollü oluyor. Sponsorların tedirginliğinde dolayı. O sivil bir hareketin oluşması için baş sağlayabilir ama bu projenin içeriğine bağlı.”*
- *“Evet başarılıysa teşvik ediyor.”*
- *“Evet. Mesela ben Eşcinsel olarak bu konuda, kadın haklarında bir çalışma olsa beni davet etse hiç düşünmeden katılırım.”*
- *“Hayır.”*

B. SİVİL AKTİVİZM EĞİLİMİ KONUSUNDA BİLGİ EDİNME

Soru 1: Geçmişte sivil aktivizm çalışmalarına katılım gösterdiniz mi?

Araştırma kapsamında soru yöneltilenlerde sekizi kadın sekizi erkek on altısı geçmiş dönemde sivil aktivizm çalışmalarına katıldığını belirtmiştir.

Araştırma kapsamında soru yöneltilenlerde beşi erkek dört kadın toplam onu ise geçmiş dönemde sivil aktivizm çalışmalarına katılmadığını belirtmiştir.

Soru 2: Evetse ne tarz çalışmalarda görev aldınız?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Eğitim, çevre alanında sivil aktivist hareketlerin içinde bulundum.”
- “Gezi Parkı olaylarının başından sonuna yer almıştım.”
- “Hayvan hakları ile ilgili yürüyüşlere katıldım.”
- “Teröre karşı yürümüştüm.”
- “TEMA Vakfında ve TURMEPA’da görev aldım. Türkiye’deki denizcilik faaliyetlerinin artması için yelkencilik sporuna karşı farkındalığın artmasına yönelik yürütülen sivil aktivist çalışmaların içinde bulundum.”
- “Greenpeace vb. çevre odaklı sivil toplum örgütlerinin çalışmalarına katıldım. Ayrıca toplumsal eşitsizlikle ilgili olduğumu düşündüğüm şeylere katıldım. Öncelikle temel insan hakları ve özgürlükleri konusunda yürütülen sivil aktivist hareketlerde görev aldım. Her türlü eşitsizlik benim için tepki gösterilmesi gereken bir şey... Rast geldiğim ya da farkında olduğum her şeye katılmaya çalışıyorum.”
- “Oy ve Ötesinde çalıştım” diyen üç kişi bulunuyor.
- “Kadına yönelik şiddet, çocuklara yönelik çalışmalarda örneğin Münevver Karabulut cinayeti ile ilgili sivil aktivist çalışmalarda yer almıştım. Terörle mücadeleye yönelik sivil aktivist çalışmaların içinde de bulundum.”
- “Aile Planlaması Derneği’nin yürüttüğü sivil aktivist çalışmaların içinde bulundum.”

- “TEGV’den Greenpeace kadar pek çok sivil aktivist hareketin içinde yer aldım.”*
- “Change.org’u takip ediyorum ve imza kampanyalarına katılıyorum.” Şeklinde iki kişi görüş bildiriyor.”*
- “Kişisel silahlanmaya hayır diyen sivil aktivist çalışmalara katıldım. Kaldığım öğrenci yurdunda konuya farkındalığı artıracak viral bir video çekmiştik. Silaha hayır yazan pankartlarla bir çalışmaydı. Bu video sosyal medyada post edilmişti.”*
- “Siyasi çalışmalar.”*
- “Rotaract, JCI toplumsal liderlik bilincinin aşılması.”*

Soru 3: Sivil aktivizm çalışmalarına katılım göstermeniz KSS projelerine karşı farkındalığınız oluşmasında veya KSS projelerine katılmanızda rol oynadı mı?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Evet kesinlikle artırdı. Örneğin ben üniversitede TEMA vakfının çalışmalarına katıldım. Onların üniversitede Genç TEMA vb. örgütlenmeleri var. Orada aktivist olarak görev aldım. Oradaki çalışmalar aracılığıyla HABİTAT ile tanıştım. Bir projede çalışırken kendinizi tanıtırken diğer yaptıkları işleri de anlatıyorlar sizin kafanızda bir şey oluşuyor ve ampul yanıyor ve siz de ben de bu alanda bir şeyler yapabilirim duygusunu hissediyorsunuz.”*
- “Ben sivil aktivizmle KSS projelerini farklı değerlendiriyorum. Sivil aktivist hareketlere katılanlar bir yola baş koyuyor ama sonra bağnaz tutumlar içine giriyor. Kendi savunduklarının karşındaki herhangi görüşle ilgili empati kurmadıklarını düşünüyorum. Sivil aktivist hareketler içinde çok fazla yer almamamın nedeni de bu. Yani mesela ben de hayvan haklarına dikkat etmek istiyorum ama içine girdiğimde bazı şeyleri bağnaz bir tutumla savunulması ve putlaştırılmasının çok yanlış olduğunu düşünüyorum. Bu ağaç veya herhangi bir başka sosyal sorunda da böyle. Markaların da biraz daha bir baba gibi sosyal sorunları sahiplenmesi gerektiğini düşünüyorum.”*

- *“Somut bir örnek veremem ama olmuştur.”*
- *“Mutlaka rol oynuyor. Zaten bu tarz çalışmalarda görev almış kişilerin bu tarz çalışmalarda da yer aldığını görüyorsunuz. Karşılıklı bir etkileşim söz konusu. Farklı alanlara yelken açmana neden oluyor. Sonuçta ben arkadaşımın görev aldığı bir projede yer alıyorum o benden etkilenip o yer alabiliyor ve bu şekilde geniş bir ağa dahil oluyorsun ve yapılan projelerden haberdar oluyorsun.”*
- *“Birbirini besliyorlar.”*
- *“Hayır bunu KSS'lere bağlayamam.”*
- *“Ben hiçbir sivil aktivist hareketin masum olduğunu düşünmüyorum. Genel olarak sivil aktivist çalışmaların siyasi veya ticari bir kaygı ile hareket ettiğini düşünüyorum. Unesco, Greenpeace gibi kurumların ya siyasi ya ekonomik bir tetikçilik yaptığını düşünüyorum samimi gelmiyor veya WWF... Şöyle bir örnek verebilirim, doğayı kaybetmemek üzerine çalışmalar yaptığını söylüyorlar. Emisyon salınımı üzerine Gambiya ile Amerika'nın emisyon salınımı elbette eşit değil. Bunlar kendi baskılarını Gambiya'ya sözleşmeye taraf yaparak kullanmaya çalışıyorlar ama Gambiya'nın zaten emisyon salınımı yok. Sen USA'ya güç yettiremediğin için Gambiya üzerinden konuya sahip çıkman çok gereksiz ve ticari. Gelişmekte olan ülkelere Gambiya'nın ne kadar az karbon salınımı yaptığını örnek vererek ilerlemeye çalışmak çok saçma. Greenpeace'nin okyanustan petrol çıkarmak için yaptığı eylemlerde aynı şekilde Suudi Arabistan'da petrol çıkarılmaya devam edilsin, hali hazırda başka kaynaklar kullanmasın diye yapıldı gibi geliyor. Suudi Arabistan'daki petrol şirketleri bunlara destek oluyormuş gibi geliyor. 13 cm'mle ilgili bir çalışma, balık boyu ile ilgili çalışmada samimi gelmiyor. Ekonomik ve siyasi tetikçilik yapıyorlar. Seçtikleri konular da insanların derinlemesine bilgi sahibi olamayacağı konuları seçiyorlar. Tavuk çiftlikleri, karbon emisyonunu artırıyor ayrıca bu çiftliklerde tavuklara zarar veriliyor dendiğinde bu işe Greenpeace ile birlikte karşı olanlar gerçekten buna neden oluyor mu diye derinlemesine araştırmıyor. Böyle bir motivasyonu yok insanların bu insanları kullanıyor. Tavuk yemeyin demek çözüm değil milyonlarca insan aç. Tavuk üretimi ucuz olabilmesi için endüstriyel olmak*

zorunda acaba tavuk yerine birileri soya üzerine yatırım yaptı da bundan dolayı mı tavuk çiftliklerine yönelik bir anti çalışma var diye düşünüyorum.”

- “Evet kesinlikle etkili benim katıldığım sivil aktivizm çalışması bu alandaki KSS'lere farkındalığı artırdı.”*
- “Elbette. İki taraflı bir şey. Gönüllü çalışmaların içine katıldıkça hep bir bağlam geliştiriyorsun.”*
- “Kesinlikle evet. Önceden mesela kurumların reklam amaçlı yaptığını düşünüyordum ama artık faydalı çalışmalar olduğunu düşünüyorum. Sivil aktivist çalışmaları gördükçe farkındalığım artıyor.”*
- “Muhakkak tetikliyordur. Gündem yaratmak için de önemli. Birbirini tetikliyor.”*
- “Evet duyarlılığını artırıyor.”*
- “Evet. Tüm Rotaract, JCI gibi STK'lara girdiğinizde KSS projelerine dair algınız açılıyor.”*

Soru 4: Hayırsa şu an katılım gösteriyor musunuz?

Aşağıdaki bulgu deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

Sivil aktivist çalışmalara şu an katılım gösteren bulunmuyor. 26 kişide bu soruya “Hayır” yanıtı veriyor.

Soru 5: Katılım göstermeyi düşünüyor musunuz?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- “Evet”*
- “Bence katılmak için önemli etmen insanın çevresindekiler. Mesela benim için diyelim bir arkadaşımın, bir yakınımın duymadığım sürede kendim tek başıma gidip şunu araştırayım da kayıt olayım demiyorum. Bir tanıdıktan duyup görüş alıp böyle giderim.”*

- *“Planladığım yoktu ama son günlerde çocukların erken yaşta evlendirilmesinin önünü açan yasa tasarısına dair ilerleme kararı alınsaydı, buna katılım gösterirdim. Bu benim ayrıca hassas olduğum bir konu. Üzerime düşeni yapmayı düşünüyordum eğer konu devam etseydi.”*
- *“Faydam dokunacağı bir şey olursa katılırım. Bana bir kanalla dokunduklarında ben bir aksiyon alırım aslında. Yani herhangi bir şeye denk gelmiyorum. Ben Unicef’in Greenpeace’in yaptığı yöntemden çok sıkılmış durumdayım. Beşiktaş-Kadıköy vapurlarının boşaldığı noktada her gün aynı insanların aynı şeyleri anlatmasından sıkılmış durumdayım insanlara ulaşmak için farklı kanallar bulmalarını bekliyorum. Bu sorunları biliyor musunuz diyorlar evet diyorum yanıt biz yine de anlatalım. Sonra kredi kartı bilgisi isteniyor. Sıkıyorlar. Oradaki herkes aynı sıkın tepkiyi veriyor bu da itici geliyor.”*
- *“Sokakta güvenliğim olursa neden olmasın.”*
- *“Şartlar elverirse.”*
- *“Doğa ve kız çocukları için yapılabilecek çalışmalarda yer almayı istemişimdir. Kendi şirketimde çalıştığım yerde konumumun artması bu tip çalışmalarda daha fazla yer almamı sağlayacak diye düşünüyorum.”*
- *“Bana hitap eden, herhangi bir siyasi açılımının olmadığına inandığım bir proje varsa yer alırım.”*
- *“Hayır, kendime bu tip şeyleri dert edinmiyorum çünkü.”*
- *“Samimi çalışmalar olursa neden olmasın.”*
- *Evet, Birleşik Haziran Hareketi, Kültür Sanat Birimindeydim. Beyoğlu kültürünü yaşatmak üzere çalışmalarda yer almıştım. Barış için KADEŞ diye bir serginin yapılmasında çalışmıştım. Bu tip çalışmalarda yer almayı düşünüyorum.”*
- *“Düşünmüyorum.”*
- *“Kafama yatanlara olabilir. Uç şeylere değil.”*
- *“Vaktim olursa gönüllü yer alırım ama ülkenin şartları bunda belirleyici. Şu an fiziksel güvenlik bir yana ideolojik farklılıklar da şu an ülkemizde çok rahatsız edici hale geldiği için zor.”*

C. SONUÇ

Soru 1: Buraya kadar konuştuklarımızdan benim anladıklarım şöyle:

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtlardan çıkarılan özetlerdir..

Siz liseden bu yana KSS projelerinde görev aldınız ve bir projede yer aldınız ve ardından kartopu etkisi ile bambaşka projelerden haberdar oldunuz. Bu çalışmalar içinde görev aldıkça KSS projeleri konusunda da farkındalığınızı arttı.

Sosyal sorunlar konusunda bir farkındalığa sahipsin ve onlarla ilgili teşvik edici bir çalışma gördüğünde bir şekilde dahil oluyorsun. Çevren bu konuda önemli bir motivasyon. Geçmişte sivil aktivizm çalışmalarına çok fazla katılmadın ama aslında çevrende birileri olsa katılabileceğini belirtiyorsun burada da çevrenin değil de daha çok çocuğa, yaşlılara yönelik çalışma olursa daha fazla katılım göstermeye motive olabileceğini belirtiyorsun.

Sosyal sorunlar konusunda farkındasın ama KSS projelerinin marka bazlı olduğunu düşünüyorsun. Samimi bulmuyorsun ama bir soruna samimi bir şekilde değinse ve çözüm sunduğunu hissetsen bu projelerin bir parçası olursun. Özellikle eğitim, çocuk istismarı gibi sorunların çözümünün bir parçası olmak istiyorsun. Sivil aktivist çalışmalara katılmışsın ama bu çalışmalarını KSS ile bağdaştırmıyorsun. Aslında sivil aktivist hareketler uçlarda yaşadığı için onların da bir parçası olmayı istemiyorsun.

Sosyal sorunlar konusunda duyarlılığı yüksek bir bireysin. Sosyal sorunların çözümünde rol oynayacak projelerin hayata geçirilmesinde liderlik etmişsin. Kendin hayata geçirdiğin projeler dışında KSS projelerinde yer almamışsın çünkü projelerin böyle bir imkân sunmadığını düşünmüyorsun ve KSS projelerini genellikle samimi bulmuyorsun. Sivil aktivist çalışmalar içinde yer almamışsın çünkü onların klasik yöntemlerinin de teşvik etmediğini düşünüyorsun. Sivil aktivist çalışmalarla KSS projeleri arasında bir bağ olduğunu ve karşılayıcı tetikleyici olduğunu düşünüyorsun. Sivil aktivist çalışmalarla KSS projeleri arasında bir bağ olduğunu ve karşılayıcı tetikleyici olduğunu düşünüyorsun. KSS projelerinin toplumsal fayda olduğunu düşünüyorsun. Kendi hayata geçirdiğin proje dışında Vodafone'nun Kırmızı Işık

Projesini biliyorsun. Çevreye karşı çok hassasın. Aslında teşvik edilsen, projeler sana gel çağrısı yapsa, samimi bir dille yaklaşırsa gönüllü çalışabileceğini düşünüyorsun.

Sosyal sorun konusunda farkındalığın var ve KSS projelerinin farkındalığı artırdığını düşünüyorsun ama aklına gelen spesifik bir proje yok. Aslında açık iletişim kursalar, katılım için teşvik etseler KSS projelerine dahil olursun.

KSS projelerine karşı farkındalığınız var ama katılım göstermiyorsunuz, eğer katılım için teşvik edilirdeniz bu projelerde rol oynamaya adaysınız. KSS projeleri ile sivil aktivist çalışmalar arasında pozitif bir ilişki olduğunu düşünüyorsunuz.

KSS projelerine dair farkındalığınız yüksek, bu tarz çalışmaların yararlı olduğunu düşünüyorsunuz. Katılım da gösteriyorsunuz. Maddi durumunuz iyileştikçe bu tarz çalışmalarda daha da fazla yer almayı planlıyorsunuz. Sivil aktivizm çalışmalarına katılım göstermenizin KSS projelerine karşı farkındalığınızı artırdığını düşünüyorsunuz ve aralarında pozitif bir bağlam olduğuna inanıyorsunuz.

Eğitimci olduğunuz için kurumlar tarafından size ulaştırılan pek çok KSS projesinin içinde eğitmen olarak rol oynamışsınız. KSS projelerine karşı farkındalığınız ve mesleğinizden dolayı katılımınız yüksek. KSS projelerini doğru uygulanırsa faydalı buluyorsunuz. Sivil aktivist çalışmaların içinde de yer alıyorsunuz ve KSS ile sivil aktivist çalışmalar arasında pozitif etkileşim olduğunu düşünüyorsunuz.

Markanın çalışmasına katılmıyorsun ama genel olarak sosyal sorunlara temas edecek çalışmaların içinde bulunuyorsun.

İletişim alanında çalıştığınız için KSS projelerinin her zaman içinde yer almışsınız. Katılım gösterdiğiniz ve ilgi duyduğunuz projeler var. Sosyal sorunların çözümünde KSS projelerinin pozitif etkisi olduğunu düşünüyorsunuz. Sivil aktivizm çalışmalarda bulunmuşsunuz. Bu tip çalışmalarla KSS projelerinin birbirini beslediğini düşünüyorsunuz.

KSS projelerini çok çıkar amaçlı ve samimi yetsiz buluyorsunuz bu da katılımınızı ve projelere karşı farkındalığınızı, ilginizi negatif etkiliyor. Kurumların sosyal sorunları dert ediniyormuş gibi görünüp diğer taraftan çalışanlarına kötü davranması vb sorunlara yol açtığına inanıyorsun. Sivil aktivist çalışmalarla KSS arasında bir bağlam olmadığını düşünüyorsun.

KSS projelerine karşı farkındalığınız var ama maalesef samimi bulmadığınız için bir katılım söz konusu değil. Aslında bu tarz çalışmaların artması gerektiğini

düşünüyorsunuz ama daha samimi projelerle. KSS projeleri ile sivil aktivist çalışmalara katılım veya tam tersi bir ilişkinin olmadığına inanıyorsunuz.

KSS projelerini takip ediyorsun ama samimi bulmuyorsun. Gerçekten soruna hitap ettiğinde takip ediyorsun. Sivil aktivist çalışmalar da senin için çok çıkar amaçlı bu nedenle bu tarz çalışmaların içinde yer almıyorsun. KSS projeleri başka alanlarda sivil aktivist hareketlere katılmanızda hiçbir zaman teşvik edici olmuyor hatta konuya karşı sizi soğutuyor. Özellikle bir kar paydası gözlemliyorsanız.

KSS projelerine karşı farkındalığınız yüksek ama markaların projeleri katılıma teşvik edecek kurguda yapmadığını bu nedenle gönüllü çalışmadığınızı belirtiyorsun. Nedene Bağlı Pazarlama örneklerine rastladığında ürün satın almayı tercih ediyorsun. Sivil aktivizm çalışmalarının bu alandaki KSS'lere farkındalığı artırdığını düşünüyorsun.

KSS projeleri ile sivil aktivist çalışmalar arasında bir bağ kurmuyorsun aktif çalışan görevli olmasan da projelere elindeki imkanlar çerçevesinde katkı sunuyorsun. Eğitim senin önceliklendirdiğin sosyal sorunların başında geliyor.

KSS projelerini yakından takip ediyorsun ve katılımın da yüksek. Bu tarz çalışmalarını faydalı da buluyorsun. Sana göre sivil aktivist çalışmalarla KSS arasında bir bağlam var. Gönüllü çalışmaların içine katıldıkça hep bir bağlam geliştiriyorsun.

KSS projeleri konusunda bir fikre sahipsin ama bu tip çalışmalara karşı farkındalığın yok alanın sağlık olduğu için Kızılay'ın kan toplaması vb çalışmalarda ilgin yükseliyor ama bu genel anlamda bu çalışmalarda katılımını etkilemiyor.

KSS çalışmalarına karşı farkındalığın var ama gönüllü görev almamışsın ama katkı sunabileceğin imkanlar yaratıldığında destek olmuşsun. Sivil aktivist çalışmalara karşı da duyarlısın ve KSS ile birbirini desteklediğini düşünüyorsun

KSS projelerine karşı farkındalığın yüksek katılım da gösteriyorsun. Projelerin daha fazla gençlerin ilgisini çekecek onların katılımını teşvik edecek şekilde kurgulanması gerektiğine inanıyorsun. Sivil aktivist çalışmalarla KSS'ler arasında birbirini tetikleyici bir bağlam olduğunu düşünüyorsun.

Kurumsal sosyal sorumluluğun net olarak ne olduğunu bilmiyorsun, tanımını yaptıktan sonra aklına gelen çalışmalar olsa da bu alan karşı farkındalığın ve duyarlılığın yok. Bu tarz çalışmaları samimi bulmadığın için ilgini çekmiyor. Sivil aktivist çalışmalarla da hiç ilgilemiyorsun.

KSS çalışmalarını, firmaların kendi isimlerini duyurmak için hayata geçirdiği çıkar amaçlı çalışmalar olarak görüyorsun. Bu nedenle samimi gelmiyor, güvenmiyorsun ve katılım da göstermiyorsun.

KSS çalışmalarına hakimsin ama katılım göstermiyorsun. Çünkü projelerin sana göre böyle bir teşvik mekanizması yok. Ayrıca bu tarz çalışmalarda işin kendisinden çok iletişimine para harcanması seni rahatsız ediyor bunun değiştirilmesi gerektiğini düşünüyorsun. Çevrende sevdiğin insanların olduğu gruplarda, taraftar grupları gibi yürütülen projelere katılıyorsun. Sivil aktivizm çalışmalarına katılım göstermen KSS projelerine karşı duyarlılığını artırıyor.

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının ne olduğuna dair net bir tanım yapamıyorsun senin için yardım çalışmaları bu başlık altına giriyor. Zaman sıkıntın nedeniyle katılım gösteremiyorsun ama duyarlı olduğu bazı sosyal sorunlara karşı farkındalığın yüksek bu alandaki projeleri de takip etmeye çalışıyorsun. Gülben Ergen'in yürüttüğü KSS projesini biliyorsun çünkü çocuklar senin için özel bir alan projede ünlünün de olması bu projeye dair farkındalığını artırmış.

KSS çalışmalarını biliyorsun ama spesifik projeler aklına gelmiyor çünkü bu tip çalışmaların ticari kaygılarla yapıldığına inanıyorsun. Sivil aktivist çalışmaların içinde bulunmamışsın ve bu alanda bir şeyler yapmayı düşünüyorsun. KSS ile sivil aktivist çalışmalar arasında sana göre bir bağlam yok.

KSS çalışmalarına hakimsin eğer kurum veya ürün ile doğru ilişkilendirilen bir çalışmaysa ilgini çekebiliyor. Bugüne kadar siyasi alandaki sivil aktivist çalışmalara katılım göstermişsin ama eğer sosyal sorunlara dair bir sivil aktivist çalışmanın içinde olsaydın bunun seni KSS projelerine teşvik edeceğini düşünüyorsun.

Sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarında aktif görev almışsın bu da senin KSS projelerine karşı farkındalığını ve katılımı artırmış. Bu tarz çalışmaları faydalı buluyorsun ama kamunun bu alanda aktif rol almasının da önemli olduğuna inanıyorsun. Sana göre KSS projeleri başka alanlarda sivil aktivist hareketlere katılmada teşvik edici.

Soru 2: Sizin eklemek istediğiniz başka noktalar olabilir mi?

Aşağıdaki bulgular deneklerin görüşme sürecinde verdikleri yanıtların doğrudan aktarımıdır.

- *“Biraz daha yeni dönem KSS projelerinin tamamen PR ve halkla ilişkiler etkinliğine kaydığını düşünüyorum. Sadece uygulandığı yerdeki insanlara dokunan işler değil de bir defaya mahsus olarak bir şey yapılsın da biz onun gazetede haberini yapalım, PR’da kullanalım gibi... Bir daha uğranılmayan pek çok proje var bu da neyden kaynaklanıyor. Çünkü özel sektör tek başına yaptığında bu kadar yapabiliyor. Çünkü onların odaklandığı ana bir alan var. Örneğin bir eğitim veriyor gerisi gelmiyor. Ama bunun içine STK dahil edildiğinde bir proje sürdürülebilir hale geliyor devamlılığı oluyor. Örneğin HABİTAT olarak farklı alanlarda eğitimler veriyoruz sonra eğitim verdiğimiz insanlarla iletişimimizi sürdürüyoruz. Bu bizim işimiz. Biz onların ihtiyacı olduğunda yardımcı oluyoruz. Ama özel sektörde düzenlenen bir projede bir kişi bir seferlik eğitimden sorumlu oluyor o bitince o defteri kapatıyor yeni bir alanda başlıyor. Bu tarz projeleri samimi görmüyorum. Belediye Başkanı veya firma şu kadar öğrenciye kışlık kıyafet dağıttık diyor mesela o onu basında kendini göstermek için yapıyor bunun sosyal bir faydası yok. Kendi itibarını yukarı çekmek, insanların gözünde güzel görünmek için yapıyor. Ama bunun faaliyet gösterdiği topluma hiçbir faydası olmuyor. Bu nedenle sürdürülebilir olması lazım. Y kuşağı sürdürülebilirliğe önem veriyor. Örneğin HABİTAT’ın 6 yıldır sürdürdüğü paramı yönetebiliyorum isimli bir proje var. Bu projede 6 yıldır görev yapan gönüllülerimiz var veya bizim şu an Minik Parmaklar Geleceği Programlıyor da gönüllü olan bir arkadaşımız var, HABİTAT’ın 12-13 yıldır gönüllüsü, kendi işi var ama hafta sonunu bize ayırıyor. Çünkü çocuklarla, gençlerle çalışmayı bilişim alanında onlara destek olmayı seviyor. Bazen işyerinden izin alıyor hala 12-13 yıldır heyecanla devam edebilmesinin nedeni sürdürülebilir olması, topluma gerçekten hizmet etmesi çok önemli. Dünyada da bu yönde olduğunu görüyoruz çalışmaların. Salim Kadıbeşgil’in Son Oyun isimli bir kitabı var. Orada da bahsediyor KSS’nin geldiği noktayı. Özel sektör şöyle bakıyor*

bugün burada bir Bakan veya Milletekilli var, burada sırf o orada olduğu için bir şey yapmak ama sonra o gidince boş kalıyor. Mesela geçmişte benimde içinde olduğum böyle çalışmalar oldu. Bir bilgisayar sınıfı açıldı sonra ilerleyen dönemde bu bilgisayarlar çöp oldu. Süreklilik olmadı. Yakın dönemde de SOMA'da da benzer durum yaşandı. Pek çok insan gitti bir şeyler yapıldı, vaatlerde bulunuldu. Ama sonra insanlar geri döndükten sonra bu alanlar atıl olarak kaldı oradaki insanlara da bir fayda sağlamadı. Onu yapan kurumun o anki itibarına hizmet etti yalnızca.”

- *“Benim gördüğüm çalışmaların çoğu samimiysiz geliyor. Afrika'daki çocuklara yardım için ünlüler gidiyor o çocuklara 2 poz çekilip yayınlamak için. Proje bu değil...”*
- *“Mühendis olsam belki sosyal sorunlar ve KSS projeleri konusunda haberdar bile olmazdım ama mesleğim dolayısıyla fikir sahibi oluyorum. Yine ilerleyen günlerde biri bir çalışmaya davet etse gitmem o konuyla ilgili belki üzülürüm ama sorunu çözmek için bir yürüyüşe vb. katılmam.”*
- *“Sivil aktivist çalışmalara katıldım ama KSS çalışmalarında gönüllü görevli çalışmadım çünkü genelde proje kurgusu böyle olmuyor. Yardım için mesaj atıyorum. Kotondan ürün alıyorum ama KSS'lerde gel beraber çalışalım gibi bir teşvik görmedim. STK'lar genelde gönüllü çalışmaya teşvik ediyor.”*

3.6. Verilerin Analizi ve Yorumu

Araştırmanın bu bölümünde görüşme formu ile elde edilen veriler “betimsel analiz” yöntemiyle analiz edilecektir. Betimsel analiz yaklaşımında veriler önceden ortaya konulan temalara göre özetlenmekte ve yorumlanmaktadır. Veriler önce sistematik şekilde betimlenmektedir. Daha sonra bu betimlemeler neden sonuç ilişkileri de irdelenerek yorumlanacaktır. Araştırmayı gerçekleştiren kişi tarafından yorumlar arasında ilişkilendirme bir bağlam geliştirme ve geleceğe dönük tahminlerde bulunma da olabilir. Araştırmaya katılan kişilerin yorumlarını ortaya koymak amacıyla doğrudan alıntılar da yapılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2005)

Bu çalışma sonucunda elde edilecek verilerin; Türkiye'de y kuşağına mensup bireylerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarıyla ilgili algısını, farkındalığını ve

KSS projelerine katılımına olan eğilimlerini ortaya koymak, bu kuşağın kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına katılımını teşvik edecek projelerin nasıl olması gerektiğine dair fikirlerini ortaya koymak, Y kuşağına mensup bireyin sivil aktivist hareketlere karşı tutumu ile KSS projelerine karşı farkındalığı arasındaki ilişkiyi irdelemek açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

3.6.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ne Olduğuna Dair Görüşler

Araştırmaya katılan y kuşağı mensuplarından gelen yanıtlar doğrultusunda bu kuşağın kurumsal sosyal sorumluluğa dair görüşleri ortaya konmuştur. KSS'yi kurumların kaynaklarını, kendileri dışında toplumun menfaatleri içinde kullanması olarak tanımlayan Frederick, bu alanda 3 ana fikrin göze çarptığını öne sürerek yöneticinin fikrinin halkın emanetçisi olması, kurumsal kaynaklar için yarışan taleplerin dengesi ve kurumsal hayırseverlik yani işletmelerin iyi şeyleri desteklemesidir. (Frederick, 2006). Alınan yanıtlar doğrultusunda Y kuşağına göre kurumsal sosyal sorumluluk; kurumların kar etmek dışında toplumun yararına yapmış olduğu çalışmalar, sosyal sorunların çözümüne ilişkin hayata geçirdiği projeler, faaliyet gösterdiği toplumda yardıma ihtiyacı olan kişilere yönelik çalışmaları, kurumların kaynaklarını kendileri dışında toplumun menfaatleri için de kullanmasıdır.

Y Kuşağı Mensubu Mine Kapıcıoğlu'ndan gelen cevap:

“Kurumsal sosyal sorumluluk bence bir kurum olarak sosyal sorunlara karşı gösterebildiğimiz duyarlılık içinde bulunduğumuz aktiviteler, üstlendiğimiz veya yaptığımız çalışmalardır.”

Y Kuşağı Mensubu Mustafa Kemal Teköz'den gelen cevap:

“Herhangi bir kurumun sosyal bir sorun ya da olay, iyi ya da kötü olabilir, örneğin kız çocukları bir ülkede okula gidemiyor olabilir onların okula erişimini artırabilir. Ya da örneğin bir ülkeden önemli bir el sanatları alanı varsa o alanı destekleyici kararlar alması. Var olan bir kurumun faaliyet gösterdiği toplumdaki herhangi bir sosyal sorunla ilgili kâr amacı gütmeyen projeler gerçekleştirmesidir.”

Y Kuşağı Mensubu Hazal Kaya'dan gelen cevap:

“Şirketlerin faaliyet gösterdikleri ülkelerde eksik olan yanları düzeltmek alanda hayata geçirdiği projelerdir.”

Y Kuşağı Mensubu Meral Dinçer’den gelen cevap:

“Yardıma muhtaç olan ailelere, çocuklara yardımda bulunmak”

Öte yandan kurumsal sosyal sorumluluğu, kurumların kendi iletişimleri yapmak için yürüttüğü çalışmalar olarak gören görüşler de mevcuttur.

Y Kuşağı Mensubu Uğurcan Bıkmaz’dan gelen cevap:

“KSS, markaların kendi marka ve kurumsallık olgusunu ön plana çıkarmak için kullandığı bir reklam biçimidir.”

Y Kuşağı Mensubu Uğurcan Bıkmaz’dan gelen cevap:

“Şirketlerin bir yandan kendi reklamını yapıp bir yandan da sosyal projelere destek olması.”

Paydaş teorisi modeli üzerinden kurumsal sosyal sorumluluğun ne olduğu tartışan Pedersen, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına kurumların paydaşları arasındaki diyalogu geliştirebilecek bir fırsat olarak vurgu yapmaktadır. (Pedersen, 2006) Y kuşağı mensupları arasında bu görüşe vurgu yapan yorumlar bulunmaktadır.

Y Kuşağı Mensubu Oğuzhan Barboros’tan gelen cevap:

“Firmaların ya da derneklerin kendilerini halka daha yakınlaştırmak için yaptığı çıkar amaçlı eylemler, projeler. Onlar çıkar amaçlı olmadığını söylüyor ama çıkar amaçlı.”

Y Kuşağı Mensubu Enes Güray’da gelen cevap:

“İnsanların müşterilerinin gözünde markayı sempatik hala getirmek için, marka sadakati artırmak için yürüttüğü çalışmalar. Kâr amacı gütmeyen toplum için yapılan çalışmalar.”

Y Kuşağı Mensubu Seda Kutsal’dan gelen cevap:

“Şirketlerin topluma yararlı bir şeyler yapabilme çabası ve kendini medyada veya halk gözü önünde konumlandırma çabası.”

Howard R. Bowen, işletmelerin toplumun değerleri ve arzu edilen hedefleri açısından politikaları takip etmesi, karar vermesi ya da izlemesini kurumsal zorunluluk olarak belirtmiştir. (Bowen, 1953) Y kuşağı mensupları da kâr amacı

güden her kurumun toplumdan aldığını yine o topluma vermesi gerektiği ve kar etmek dışında toplumun menfaatini de düşünmek zorunda olduğu belirtmektedir.

Y Kuşağı Mensubu Kaan Kutsal'dan gelen cevap:

“Her kurumun yapması gereken zorunlu olan toplumdaki aldığını topluma iade etmesi gereken çalışmalar.”

Y Kuşağı Mensubu Cahide Karav'dan gelen cevap:

“Bir işletmenin faaliyet gösterdiği toplum içerisinde bir şekilde katkı sağlaması.”

3.6.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Hakkında Fikirlerine Dair Görüşler

Yapılan görüşmeler sonucunda Y kuşağına mensup kişilerin kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ilişkin çeşitli görüşleri elde edilmiştir. Bir taraf olumlu bir bakış açısına sahiptir. Porer ve Kramer'in belirttiği gibi işletmelerin toplumsal fayda için kolektif faaliyet potansiyelini harekete geçirebileceği, sosyal sorunlar konusunda çözüm üreterek rekabette avantaj kazanabileceği ifade etmektedir. (Porter & Kramer, 2002)

Y Kuşağı Mensubu İsmail Metin'den gelen cevap:

“Birçok proje var aslında bu konuda...Hepsine genel olarak baktığımızda farklı noktalardan insanların çeşitli ihtiyaçlarına çözüm getiriyor veya insanların hayatlarına küçük dokunuşlar yapılıyor. Örneğin kadınlara yönelik bir çalışmada onların ticari bilgilerinin, girişimcilik kabiliyetlerinin geliştirilmesi, hayatlarını nasıl yönlendirebileceği konusunda onlara yön veren çalışmalar. Çocuklara veya gençlere yönelik çalışmalar da buna bir örnek. Onların hayatında bir değişim fark yaratabilen çalışmalar. Bir proje ile KSS ile hayatını değiştiren hayatına yön veren birçok proje, başarı hikayesi var.”

Y Kuşağı Mensubu Cansu Küçük'ten gelen cevap:

“Faydalı çalışmalar olduğunu düşünüyorum.”

Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri kapsamında yürütülen projelerin samimi olmadığına, çıkar amaçlı yürütüldüğüne dair görüşler de görülmektedir.

Y Kuşığı Mensubu Ömer Tekgül'den gelen cevap:

“KSS'nin ilk moda olduğu dönemde güzel projeler çıkıyordu şimdi aşırı klişe oldu ve ekstra bir üretkenlik yok. İkinci bir konuda kurumlar ya da markalar KSS projesi yapıyormuş gibi KSS projeleri yapıyorlar. 3-5 büyük firmanın çalışması dışında yapılan çalışmaları samimi bulmuyorum.”

Y Kuşığı Mensubu Cahide Karav'dan gelen cevap:

“Aslında KSS dediğimde insanlar bunu bir çıkar gözeterek yapmıyorlar. Tanımı gereği bir çıkar yok fakat çok çıkar kokuyor bütün KSS projeleri...”

Y Kuşığı Mensubu Tülay Şen'den gelen cevap:

“Genelde çıkarı olmadan böyle işlere girmiyor. Köklü firmalar Koç, sabancı vs tabiki bütçe ayırıyor ama diğerleri yapmak zorunda olduğu için yapıyor, fayda odaklı değil...”

Y Kuşığı Mensubu Hakan Pekdur'dan gelen cevap:

“Tanım doğrultusunda düşündüğümde çoğunluğun samimiyetsiz bir şekilde imaj için yaptığı çalışmalar gibi... Çoğunluğu prestij için yapılıyor.”

Kurumların reklam amaçlı olarak kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları hayata geçirdiği, yapılan çalışmanın iletişimine işin kendisinden daha çok para harcandığına dair de eleştirel görüşler alınmıştır.

Y Kuşığı Mensubu Mustafa Kemal Teköz'den gelen cevap:

“KSS Projelerini samimiyetle yapıldığında faydalı olduğunu düşünüyorum ancak kurumların yapmış oldukları sosyal sorumluluk projelerini duyurmak için harcadıkları reklam bütçesinin sosyal sorumluluktan daha fazla bir bütçe çıkardığını hissediyorum. Dolayısıyla samimi gelmiyor.”

Y Kuşığı Mensubu Enes Güray'dan gelen cevap:

“Çoğu insanın gözünde iyi bir ilzenim bırakır. Biz bu bölümde okuduğumuz için farklı görüyorum. Turkcell işinde de bu örnek var. Yapılan işten daha fazla iletişime harcama yapılıyor. Bu bana yapmacık geliyor.”

Y Kuşığı Mensubu Kaan Öztemur'dan gelen cevap:

“Başarısı tartışılır. Markalar kendi kurum stratejisi ile paralel çalışmalar yürütmeli. Genellikle bağışlar yani yardımseverlik çalışmaları ile kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları karıştırılıyor. Nakdi ya da aynı, basında duyurmak için yapılıyor birçoğu. Bağış ve yardım altında toplanmalı bağış çalışmalar. Markalar ayrı ayrı

birçok çalışma yapıyorlar ama bunu da doğru bulmuyorum. Bugün hepimizin aklına Turkcell Kardelenler, TEB Tenis, İş Bankası satranç için yürüttüğü çalışmalar geliyor. Tek projeyi sahiplenip sürekli kılmak önemli yoksa yardım projesine dönüyor. Türkiye’de bu alan eksik çalışılıyor, bilinç düşük. Bağış ile KSS karıştırılıyor”

Y Kuşağı Mensubu Hazal Kaya’dan gelen cevap:

“Doğru uygulandığında, kendilerini biz bunu yapıyoruz demeden yaptıklarında ortaya güzel şeyler çıkıyor. Bazen bu konuda çalışmalar yürüten şirketler kendilerini çok fazla ön plana çıkarıyor. Asıl yaptıkları şeyi tam olarak göstermiyor.”

Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde sürdürülebilirliğin Y kuşağı açısından önemli bir değerlendirme kriteri olduğu gözlenmektedir.

Y Kuşağı Mensubu Hazal Kaya’dan gelen cevap:

“Hem yol göstericilik anlamında hem de etkisinin ulaşması anlamında bu çalışmalar önemli ve sürdürülebilir olmalı.”

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının kurumun hedefleri ile örtüşen çalışmalar olması gerektiği görüşler arasındadır.

Y Kuşağı Mensubu Aslı Arbel’den gelen cevap:

“Şirketlerin, SWOT analizine göre güçlü yanlarını daha fazla kullanıp, toplumsal bir faydaya çevirdikleri an başarılı sosyal sorumluluk projeleri hayata geçebilir.”

Y Kuşağı Mensubu Oğuzhan Barbaros’tan gelen cevap:

“Ben ürünle bağdaşan bir proje gördüysem yapılan yardım dikkatimi çektiyse ben o ürünü gider alırım. Firmayı kendime yakın görebiliriz. Mesela 15 Temmuz olayı. Biri gidip bu konuya ilişkin kampanya yapıyor ben de burada negatif bir düşünceye sahipsem ona göre düşünüyorum o firma ve kurum hakkında.”

Y Kuşağı Mensubu Kaan Öztumur’dan gelen cevap:

“Markalar kendi kurum stratejisi ile paralel çalışmalar yürütmeli.”

Kurumlar tarafından yürütülen bağış çalışmaları ile kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin birbirine karıştırıldığı belirtilmektedir. KSS projelerinin hayata geçirilmesinde izlenen yöntemler ile ilgili ise Kotler ve Lee KSS projelerinin tasarlanmasında 6 yöntem üzerinde dururken bir yönetimi Sosyal Amaç Teşvikleri yani bağışlar olarak belirtmektedir. (Kotler & Lee, 2006)

Y Kuşağı Mensubu Kaan Öztumur’dan gelen cevap:

“Genellikle bağışlar yani yardımseverlik çalışmaları ile kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları karıştırılıyor. Bağış çalışmaları bağış ve yardım altında toplanmalı. Markalar ayrı ayrı birçok çalışma yapıyorlar ama bunu da doğru bulmuyorum. Tek projeyi sahiplenip sürekli kalmak önemli yoksa yardım projesine dönüyor.

3.6.3. Akla Gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerine Dair Görüşler

Eğitim alanında akla Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Turkcell Kardelenler
- İş Bankasının Karne Günü
- Eğitim alanında TEGV’in projeleri var. Onlar aktif çalışmalar yürütüyor.

Kültür, sanat, tarih, spor alanında akla Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Cif’in Topkapı Sarayını temizlemesi

Kaybolmak üzere olan bazı el sanatlarının gelişmesi ve alt nesillere öğretilmesi ile ilgili çalışmalar

- İş bankası Bir Usta Bin Usta: Anadolu’da işin ehli ustaları desteklemesi
- Eti’nin çocuk tiyatrosu
- Opet’in tarih temalı projesi
- İş Bankası satranç
- TEB Tenise destek

Kadına yönelik akla Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Vodafonen’un Kırmızı Işık Projesi iki defa belirtiliyor.
- Kömürün ismi, sabunun misisi
- Koton markası yazın Şile bezi kumaşa etnik desenli bluzlar çıkarmıştı. Bu Güneydoğu’daki kadınlara el işçiliği ile yapmışlar.

Çocuklara yönelik akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Koç, Boyner, Eczacıbaşı Grubunun Doğu Anadolu’da yaptığı kadınların, kız çocuklarının eğitimi için yaptığı çalışmalar
- Sanko Holding İçeride Çocuk Var
- İpana’nın anaokulu açma projesi
- Türk Üniversiteli Kadınlar Derneği “Çocuk Gelinler” projesi
- Boyner’in nar Projesi, kız çocukları eğitime kazandırmakla ilgili.

- Toplum Gönülleri Vakfı-TOG'un hapisshanede doğan veya bir şekilde küçük yaşta hapisshaneye giren çocuklara yönelik yürütölen bir projesi
- Baba Beni Okula Gönder,
- Gülben Ergen'in Çocuklar Gülsün Diye

Çevreye yönelik akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Ekolojik okuryazarlık projeleri
- TEMA ile çevre duyarlılığı projeleri
- Falım'ın Sakız Ağaçlarını koruması
- Domestos'un İlkokulların Tuvaletlerini temizlemesi
- Aldığımız her bir Domestos'un belirli bir gelirinin okulların tuvalet temizliğine harcaması
- OPET için Temiz Tuvalet Projesi

Engellilere yönelik akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Görme engellilere yardımlar
- Türk Telekom'un KSS projelerinde Engelsiz TİVİBU.
- Bilişim alanında akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri
- Bilişimle ilgili projeler vb.
- QNB Finansbank'ın Microsoft ile yürüttüğü Minik Parmaklar Geleceği Programlıyor
- Microsoft'un Bilenler Bilmeyenlere Bilgisayar Öğretiyor projesi
- Sağlık alanında akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri
- Kızılay'a kan bağışısı şirket projeleri
- Şahin sucuklarınının Kızılay Kan Bağışısı çalışması
- Bazı firmaların meme kanseri ile ilgili çalışmaları
- Mavi kapakların birikiminin felçlilere gitmesi

Toplumsal konulara yönelik akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Koç Meslek Lisesi Memleket Meselesi
- Belediyenin hayanlara su ve yemek verme konusunda bilinçlendirme çalışmaları
- Bursa Mudanya Belediyesi'nin Zeytin Dalı isimli bir projesi: Geliri düşük insanlara yardım
- Benetton'un ırk ayrımcılığına yönelik yürüttüğü proje

3.6.4. Bildikleri KSS projelerine Dair Görüşler

Yapılan görüşmeler sonucunda, y kuşağının takip ettiği KSS projeleri ile ilgili çeşitli görüşler elde edilmiştir. Bir kısmı yapılan projeleri eğer doğru kurgulanırsa faydalı bulmaktadır. Kadınlara ve çocuklara yönelik projelerin daha fazla akılda kaldığı da söylenebilir.

Y Kuşağı Mensubu İsmail Metin'den gelen cevap:

"Farklı farklı birçok proje var. Çocuklara, kadınlara vb...Beni en çok etkileyen KSS projelerine baktığımda ben de çeşitli KSS projeleri yürütüyorum. 'Vodafone'un Kırmızı Işık Projesi' vardı. Kadına şiddeti önlemeye yönelik... Bir ödül de almıştı. Beni en çok etkileyen projeler arasında yer alıyor. Çok iyi kurgulanmış bir projeydi ve olaya farklı bir boyuttan bakıyordu. Bir mobil uygulama ile ortaya çıkmaları veya o proje kapsamında kadınlara ulaşma noktasında uyguladıkları yöntemler, erkeklerin youtube da izlemedikleri makyaj videolarının önüne proje ile ilgili duyurular girmeleri, burada seçilmiş youtuber veya blogger kadınların takip ettiği, Derya Baykal gibi kadın programlarını projenin duyurusunda kullanmaları, bunun kurgusu ve ulaştığı nokta beni etkilemişti. Sadece bir mobil uygulama olarak çıkmıştı. Telefonunuza indirdiğinizde yalnızca fenerdi ama alt yapısı çok farklıydı. Bu proje devam ediyor mesela, şu an farklı bir şekilde proje devam ediyor. Biz bunu yapıyoruz diye bağırıyor Vodafone ama bu projeyi de bir taraftan yürütüyor. Çok doğru kadınlara ulaşıyor."

Y Kuşağı Mensubu Ömer Tekgül'den gelen cevap:

"Vodafone'nun projesi günümüze uyarlanmış dijital bir proje ve herkese ulaşılabilir bir projeydi. Bu projede hoşuma giden insanlara ulaşma sistemleriydi. Blogger'ların makyaj videoları içine gömdükleri projeyi anlatan bilgilendirici çalışmalar çok başarılı."

Y Kuşağı Mensubu Hazal Kaya'dan gelen cevap:

"Türkiye'de özellikle kadın ve çocuklarla ilgili projeler doğru projelendirilirse etkili oluyor. Turkcell'in Kardelenler Projesiyle okuyup belki evlendirilecekken iş hayatına entegre olmuş kızlar var."

Y Kuşağı Mensubu Kaan Öztemur'dan gelen cevap:

“Turkcell Kardelenler, TEB Tenis, İş Bankası satranç için yürüttüğü çalışmalar geliyor. Turkcell Kardelenler- Unutulmaz. Ülkenin baş gündeminde olan konuyu sahiplenip çözüm odaklı çalışmalar yapılması çok etkileyici. Sonuçlarını görebildiğimiz STK’ları ve kamuyu da içine alan iyi bir projeydi.”

Sosyal sorumluluk projelerinde kurumun bilgi birikimini kullanmasının önemi de görüşler arasındadır. Y Kuşağı mensupları yapılan projelerin başa indirgenmemesi gerektiğine dair görüşler de paylaşmıştır.

Y Kuşağı Mensubu Hazal Kaya’dan gelen cevap:

“Doğru işler yapılırsa Kardelenler gibi Koton’un yazın satışa sunduğu Güneydoğu’daki kadınlara el işçiliği ile yaptırarak onlara kazanç sağlayan Şile bezi kumaşa etnik desenli bluzlar gibi... Bu bölgede el emeği üreten bir sürü kadın var. Bu kadınların hem sosyal hayata hem de ekonomik hayata entegrasyonu için önemli. Başka kurumlara da örnek olabilecek bir proje. Hem kadın emeğini hem cinsiyet eşitsizliğini gösteren bir projeydi. Basında çok yer almadı. Markaya bütünleştiği için basın reklam gibi algıladı sanırım. Bu kadınlar emeklerini o bölgenin dışında tüm Türkiye’de satma imkânı buldu”

Y Kuşağı Mensubu Aslı Arbel’den gelen cevap:

“Sosyal sorumluluk yalnızca maddi bir bağış değildir. Bir kurumun bilgi birikimini bir yere aktarması da sosyal sorumluluktur. İnsanlara balık tutmayı öğretmek, tüketenden üreten bir topluma dönüştürebilmek vb. İnsanların hayatlarında katma değer yaratacak işler sosyal sorumluluk projesi oluyor.”

Bir kısım hayata geçirilen birtakım projelerin yalnızca çıkar amaçlı olduğunu düşünmektedir.

Y Kuşağı Mensubu Cahide Karav’dan gelen cevap:

“Yani çok çıkar odaklı gelebiliyor genellikle. Örneğin Starbucks diyor ki benden aldığın kahvenin miktarını Etiyopya’daki kahve ağaçlarının korunması için kullanacağım diyor. Fakat aldığım 7 dolarlık kahvenin 0.5 sentini buna harcıyor yani bu bazen kandırma üzerine olabiliyor.”

Y Kuşağı Mensubu Tülay Şen’den gelen cevap:

“Kurumlar genelde çıkarı olmadan böyle işlere girmiyor. Köklü firmalar Koç, Sabancı vs. tabiki bütçe ayırıyor ama diğerleri yapmak zorunda olduğu için yapıyor, fayda odaklı değil...”

Elde edilen veriler çerçevesinde, sosyal sorumluluk projelerinin doğru kurgulanmasının projeye olan ilgiyi artırdığı söylenebilir. İşletmelerin faaliyet gösterdiği alanla ilgili hayata geçirdiği çalışmalar akılda kalmaktadır. Türkiye'nin köklü işletmelerinin hayata geçirdiği çalışmaların fayda odaklı olduğu düşünülürken, birçok kurumun da çıkar amaçlı bu tarz çalışmaları hayata geçirdiği belirtilmektedir.

3.6.5. KSS Projelerinde Görev Alıp Almadığına Dair Görüşler

Y kuşağı mensuplarından alınan yanıtlar incelendiğinde, KSS projelerinin yanı sıra sosyal sorunların çözümüne yönelik kişisel çabalarıyla yürüttükleri çalışmalar olduğu belirtilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerine gönüllü çalışan olarak katılımın yanı sıra, maddi bağış yoluyla projelere destek olanların da olduğu görülmektedir. Üniversite döneminde kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında yer alınmaya başlandığı, yakın çevrenin teşviki olması halinde katılımın arttığı söylenebilir.

Y Kuşağı Mensubu Mert Hacıemiroğlu'ndan gelen cevap:

“Bu tarz projeler üniversitede görev aldım. Festivallerde o stantlarda temsilen orada bulundum. İnsan özellikle o yaşlarda gönüllü çalışmayı isteyerek yapıyor. Çok da keyif almıştım. İnsanların o yaşlarda bir işe yaradığını fark etmesi anlamında önemli”

Y Kuşağı Mensubu Hazal Kaya'dan gelen cevap:

“Türkiye Aile Planlaması Derneği'nde üniversitedeyken görev aldım. Erken cinselliğin zararları, vücut gelişimine zararları, aile planlaması nasıl olmalı, erken yaşta çocuk doğurmanın zararları gibi konularda çalışan bir STK'ydı.”

Y Kuşağı Mensubu Hakan Pekdur'dan gelen cevap:

“Üniversitede arkadaşlarımla kendi aramızda toplanıp kimsesiz çocukları ziyaret ediyorduk. Kişisel olarak yaptığım bir şey vardı. Van'daki deprem sonrasında çocuklara elbise göndermiştim.

Y Kuşağı Mensubu Nihan Baran Teköz'den gelen cevap:

“Şirketimin projesine katılmadım ya da herhangi bir şirketin projesine katılmadım. Kendim üniversitede ya da Kırıkkale’de yerelde yapılan çalışmalarda yer aldım elbet teki güvenilir bulduğum çalışmalardı.”

Y Kuşağı Mensubu Sinem Ümeyiş’ten gelen cevap:

“Üniversite döneminde okulun Sosyal Yardım Kulübüne Üyeydim. Maddi durumu yetersiz öğrencilere üniversite iş birliği ile ders veriyorduk. Burada markaların bir katkısı yoktu. Bilgi Üniversitesi ile ortak bir projeydi. Kuştepe bölgesinde maddi durumu yetersiz öğrencilere ders vermiştik bende coğrafya dersi vermiştim sınava hazırlanan öğrencilere.”

Y Kuşağı Mensubu Cahide Karav’dan gelen cevap:

“Fiziksel olarak yer almadım. Ama belki o sırada kampanya olan Cif örneğinde olduğu gibi Cif alayım bir miktarı da paramın sosyal sorumluluğa gitsin demiş olabilirim. Ama birebir katılmadım.”

Y Kuşağı Mensubu Emre Sönmezoğlu’nda gelen cevap:

“Aktif görev almadım ama firmaların aracı olduğu projelere katıldım. Gönüllü değil ama destek oldum maddi olanaklarım doğrultusunda.”

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına gönüllü katılımın ağırlıkla üniversite yıllarında olduğu ardından maddi bağışlarla projelere destek olmaya devam edildiği belirtilmektedir.

3.6.6. KSS Projelerine Katılanların İlgili Projelerde Onları Yer Almaya İten Motivasyonlarına Dair Görüşler

Araştırmaya katılan ve KSS projelerine katılım gösteren Y kuşağı mensuplarının geneli, bu konuyla ilgili fayda sağlamak motivasyonunu belirlemektedir.

Y Kuşağı Mensubu İsmail Metin’den gelen cevap:

“Bir fayda sağlamak. Yaptığımız işlerle yaşadığımız topluma, kente bir fayda sağlamak motivasyonu ile başladım. Aynı zamanda sosyal sorumluluk projeleri ile bir şeyi değiştirebileceğinizi de görüyorsunuz. Neyi değiştirebilirsiniz, yaptığımız çalışma ile sadece bilinçlendirme değil de aktivistik olarak da düşünebilir. Örneğin bir çevre problemi vardır, ona karşı durmak, onunla ilgili oradaki insanların ona mecbur olmadan farklı şekilde de bunun çözülebileceğini görmeleri sağlamak.

Yaşadıkları kentte ne olursa olsun bunu değiştirebileceklerini görmelerini sağlamak. Etrafına fayda sağlayarak yapabilecekleri motivasyonu ben de o şekilde sağladım.”

Y Kuşağı Mensubu Dicle Kalyoncuoğlu’ndan gelen cevap:

“İşe yarama duygusu. Bir çorbada tuzum olsun. Birinin gözünde bir gülümseme yaratabilme motivasyonu. İnsanı içten içe motive eden şey başka birinin gülümsemesidir bence. O yüzden günün sonunda mesela biz kitap topluyoruz. Bir çocuk o kitap ona ulaştığında bundan mutluluk duyacaksa bu çok önemli. Geçen hafta Van’a monta ayakkabı gönderdik mesela. Şimdi Van’da bir çocuğun üşümeyeceği bilmek gerçekten çok önemli bir motivasyon. Çünkü bir kişi başlattığında tabana yayılıp daha çok kişiye ulaşabilir diye düşünüyorum.”

Bağış imkânı sunulduğunda katılımın kolay olması nedeniyle ilginin arttığı söylenebilir. Bununla birlikte y kuşağı tarafından bağışların KSS projelerinin bir parçası olarak görüldüğü, KSS projelerinin bağış çalışmaları ile sınırlandırılmaması gerektiğini ifade ettiğinin de altı çizilmelidir.

Y Kuşağı Mensubu Mert Hacıemiroğlu’ndan gelen cevap:

"Bir işe yarama iç güdüsü. Daha henüz bir yerde çalışmıyorsun, eğitimin yok, ailene bir katkı olmuyor. Ama gerçekten yardıma ihtiyacı olan birine çok da kendinden bir şey vermeden aslında gerçekten ihtiyacı olan birine kolay bir şekilde yardımcı olabiliyorsun bu bir okul boyamak da olabilir. Sınıfların yenilenmesi de olabilir. Haftalıklarını artırdıklarıyla bir şeyler yapması da olabilir. Bir tuğla ya da koca bir okul olması fark etmez çünkü damladıkça göl olur. Şu an yer alamıyorum. Çünkü zamanım az. Ama şu tip şeyler çok faydalı oluyor. Şuraya sms atın 10 TL vb. bu benim en efektif katıldığım yardımlaşma metodu. Çok yüksek kazançlarımız olmadığı için ayda 500-1000 TL çekilmesi çok şey değil ama... Örneğin Haiti’de deprem olduğunda oraya yardım için mesaj atmak için çok büyük meblağlar olmadığı ve katılım çok kolay olduğu için hemen katılabiliyorum. Onun dışında sahiden düşündüğüm şeyler var ama işte büyük şehirde yaşamının getirdiği zorluklar nedeniyle çok da yer alamıyorum.”

McGlone ve diğerleri tarafından 2011 yılında yapılan y kuşağındaki kişilerin kurumsal sosyal sorumluluk projesi üreten firmalara karşı davranışlarını ele alan çalışmada belirtildiği gibi y kuşağındaki kişiler gönüllü çalışma konusunda Y kuşağından olmayanlara göre daha isteklidirler ve gönüllü olmaya teşvik eden faktör

ailedir. Araştırmaya katılan y kuşağı üyesi öğrencilerin çalışabiliriz dedikleri firmaların gönüllülük ilkesine bağlı olarak kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları gerçekleştiren firmalar olduğu ortaya konmuştur. (McGlone, Spain, & McGlone, 2011) Görüşülen y kuşağı üyelerinin de sosyal sorunla ilgili haberdar edildiklerinde bu sorunun çözümüne ilişkin bir çaba sarf ettikleri söylenebilir.

Y Kuşağı Mensubu Emre Sönmezoğlu'dan gelen cevap:

“Yardımcı olmaya iten motivasyon şu aslında, sonuçta ben daha çok eğitim ve okul odaklı projelere destek oldum ağırlıkla çünkü ülkede ciddi bir potansiyelimiz var insan olarak. Bu potansiyeli maddi olanaksızlıklardan dolayı kullanamamak bana adil gelmiyor. İnsanların potansiyellerini kullanabilecekleri yardımı yapabilirsem faydam olur diye düşünüyorum. Mesela doğu bölgelerinde eğitime erişimde zorluk yaşan çocuklar var. Bu çocukların varlığını bilmek yeterli bir motivasyon.

KSS projelerine katılım gösteren y kuşağı üyelerinin projelere katılımında kişisel ilgi alanlarının, kendi yaşadıkları benzer sorunlara çözüm bulma motivasyonunun katılımında belirleyici olduğu söylenebilir.

Y Kuşağı Mensubu Sinem Ümeyiş'ten gelen cevap:

"Kendi kişisel sebeplerim vardı. Ben de üniversite hazırlık döneminde maddi sıkıntılar yaşadım. Burslu dersaneye gittim ama gidememe ihtimalim vardı. Gönül borcu gibi düşündüm. O yaşta bir çocuğun sorumluluğunu bilep sınava girip ihtiyacı olduğunu düşündüğü bir alanda ders almaya çalışması güzel bir çaba.

Y Kuşağı Mensubu Mine Kapıcıoğlu'ndan gelen cevap:

“Motivasyonum zaten kişisel olarak ilgilendiğim konular. Ben zaten çevre ile çocuklarla ilgiliyimdir. Mesleki olarak da vicdani olarak ilgilendiğim konular daha çok kişisel ilgilendiğim alanlar olduğu için.”

Y Kuşağı Mensubu Hazal Kaya'dan gelen cevap:

“Zaten ben şu anda kadın araştırmaları ve sinemanın birleştiği konuda bir yüksek lisans yapıyorum. Küçük yaşlarda evlendirilen kız çocuklarının hem psikolojik olarak hem de doğumda fizyolojik olarak sıkıntılar yaşadığı gördüm. Liseden bir arkadaşım da erken yaşta evlenmişti ve hamile kaldı çok küçük yaşta. Bu nedenle tüm hamileliğini yatarak geçirdi. Çünkü düşürme tehlikesi vardı. Çünkü bu organlarının tamamının gelişimi tamamlanmadan hamile kalmasında dolayı böyle

oldu. Böyle örnekler çevremde de çoktu. Önüme böyle bir fırsat çıkınca görev almak istedim.”

Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde özellikle çalışanların sosyal sorunların çözümüne ilişkin bir şeyler yapması teşvik edildiğinde sorumluluk aldığı, çalışmaların da bu şekilde kurgulanmasının önemine vurgu yapılmaktadır.

Y Kuşağı Mensubu Aslı Arbel’den gelen cevap:

“Hesap verilebilirlik, insanları sorumluluk bilinci aşılama. Yaptığı çalışmanın etkisi görmek kişinin bağlılığını daha fazla artırıyor. Mesela Turkcell Kardelenler Projesinde her gazeteciyle bir kız çocuğunu eşleştirdi. Bir şeyin sorumluluğunu aldığın zaman en küçük detaya kadar ilgileniyorsun. Çalışanlara sorumluluk bilinci aşılması önemli. Örneğin; Microsoft insanları sorumlu hissettirmek ve sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmalarını teşvik etmek için herkese yıllık izninin yanında 3 gün istedikleri STK’da çalışmaları için izin verdi. Zamanım yok demek gibi bir lüksümüz yok. Kurumum beni destekliyor.”

3.6.7. Yer Almayanların Nedenlerine Dair Görüşler

Y kuşağı üyelerinden alınan yanıtlar incelendiğinde, samimi olmadığını düşünmeleri, reklam amaçlı yapıldığına inanmaları kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katılmamalarına neden olmaktadır.

Y Kuşağı Mensubu Uğurcan Bıkmaz’dan gelen cevap:

“Çok samimi bulmadığım ve daha çok marka koktuğu için katılmadım.”

Y Kuşağı Mensubu Ömer Tekgül’den gelen cevap:

“Kendi yaptığım dışında KSS projelerinde yer almadım. Çünkü öyle bir imkan veya fırsat olmadı. Ben de araştırma yapmadım ama aynı zamanda kurumlar samimi KSS projeleri yapmadıkları için ilgili insanlara ulaşamıyor diye düşünüyorum.”

Y kuşağı mensupları önlerine çıkan KSS projelerine katılım için teşvik edilmediklerine dair görüş bildirmişlerdir.

Y Kuşağı Mensubu Akın Eralp’ten gelen cevap:

“Sanırım biraz asosyalim bu konuyla ilgili. Aslında asosyal değilim ama sanırım bu konuda bana böyle bir çalışma için teklif gelmediğinden ben de böyle bir etkinlikte bulunmamışumdur. Normalde her türlü etkinliğe zaman ayırıyorum çünkü.”

Çevrenin önemli bir etken olması güven duygusunu artırıyor.

Y Kuşağı Mensubu Cansu Küçük'ten gelen cevap:

"Aslında genelde sonradan çevremde görev alanları gördükçe ben de yer almalyım dedim. Ne yapılabilir ki? Kâr amacı güden kuruluşların çalışmaları çok reklam odaklı geliyor. Annemler LÖSEV vb. STK'ların çalışmalarına katılmışlardı. Ben mesleki olarak faydalı olabilir miyim diye düşündüm ama sonra profesyonel beslenme uzmanı istihdam ettiler. Eskiden çok ticari bakıyordum. Ama şimdi faydalı çalışmalar olduğunu görüyorum."

Projelerin siyasi görüşler içerdiği bunun da katılımı olumsuz etkilediği belirtilmektedir.

Y Kuşağı Mensubu Mustafa Kemal Teköz'den gelen cevap:

"Her proje bir siyasi görüş taşıyor. Greenpeace çalışmasında yer almayı tercih ettiğimde bir duruş sergiliyorsun. Herkesi içine alan bir çalışma olmuyor. Ben de hiç kimsenin tarafında durmamak için hiçbir çalışmada görev almıyorum"

Kişisel imkansızlıklar da katılımı olumsuz etkileyen nedenler arasında gösterilmektedir.

Y Kuşağı Mensubu Enes Güray'dan gelen cevap:

"Şartlar beni KSS projelerine katılmaya teşvik etmiyor. Ben de peşinde koşmuyorum. Özel bir ilgim yok bu alana"

Y Kuşağı Mensubu Meral Dinçer'den gelen cevap:

"Çalışma şartları vs."

Sorunların çözümü konusunda teşvik edilmediklerini belirtilmektedir.

Y Kuşağı Mensubu Emre Sönmezoğlu'nda gelen cevap:

"Gönüllü olarak çalışmadım direk projede ama bunun bir nedeni yok. Denk gelmedi. Böyle aktif gözümün önünde ihtiyaç olsaydı dahil olabilirdim."

Y Kuşağı Mensubu Hanife Akçakale'den gelen cevap:

"Çünkü çevremde maruz kalmıyorum. Maruz kalsam kafamda canlandırırım."

Yer Almaları İçin Teşvik Edecek Motivasyon Unsurlarına Dair Görüşler

Y kuşağı mensuplarına KSS projelerinde yer almaları için onları teşvik edecek motivasyonlar sorulduğunda samimi projeler yapılarak gerçekten bir sorunun çözümüne odaklanmaları, bir iletişim aracı olarak değil toplumsal sorumluluk

misyonu ile çalışmalarını yürütmeleri tavsiye edilirken, katılım konusunda kurumların bir fırsat yaratmadığına dair de bir eleştiride bulunmaktadır.

Y Kuşağı Mensubu Uğurcan Bıkmaz'dan gelen cevap:

“Çok marka-reklam odaklı olmaması. Kurumsal markaların KSS projelerinin çok fazla katılıma açık olduğunu düşünmüyorum daha çok kurum içinde katılımı teşvik ettiğini gözlemliyorum. Dışardan katılım sağlayabilmemiz için bir imkân sunduklarını düşünmüyorum. Yani mesela beni teşvik ve davet etmiyor ve belki de katılmam için beni rahatsız etmesi gerekiyor bence. Sizin de tuzunun olsun gibi bir şey görmedim.”

Y Kuşağı Mensubu Seda Kutsal'dan gelen cevap:

“Daha kolay ulaşılabilir olması gerekiyor. Katılmak için koşturmam gerekiyor. Daha rahat ulaşabilsem bu projelere katılırım, genel olarak sosyal medya üzerinden internet üzerinden elimi taşın altına koyabileceğim küçük şeyler olsa yaparım aslında.”

Y Kuşağı Mensubu Mine Kapıcıoğlu'ndan gelen cevap:

“Ben projenin işi yaradığını gerçekten sonuçlanacağını bilerek çalışmayı isterim. Hadi böyle bir şey ortaya atalım gibi değil de bu işe herkes elbirliğiyle bir sonuca ulaştırma bilinci ile hareket ediyorsa ben zaten motive oluyorum.”

Önemli bir yorumda KSS projesi hayata geçiren kurumların tüm çalışanlarını değil çalışanların görev tanımına göre bazı çalışanların bu projelerde yer almasını teşvik ettiğine dair bir eleştiriler de alınmıştır.

Y Kuşağı Mensubu Nihan Baran Teköz'den gelen cevap:

“Bence bu motivasyonla ilgili değil bir tek bizim birçok çalışmadan haberimiz yok. Kurumlar çalışmalar yapıyor bitiriyor, kurumda bunu takip edenler biliyor. Kurumlar genel iç duyuru ile destek istemesi gerekiyor ama duyuru yapmıyorlar. En çok bence buradaki algı çalışanın pozisyonuna kara vermesi. Sanki çalışanın pozisyonuna göre KSS projesine katılması uygun veya değil gibi bir kategorilendirme yapıyor. Buradan bugün bu kadar adam çekersem operasyonum eksik kalır. Bu projeden sadece kurumsal iletişim haberdar olması yeterli gibi bakılıyor. İstesen de katılmıyor. Beşiktaş Çarşısı'nın mavi kapak toplayıp engelli sandalyesi temin etmesi, Van depreminden sonra sahaya atkı atması vb. bunu duyuruyorlar insanı katılmaya teşvik ediyor Çarşısı örneğin ama aynı şeyi kurumlar

için söyleyemem birçok projeden proje bitince haberdar oluyorduk. Böyle olmamalı.”

Gelen yanıtlar incelendiğinde, Y kuşağını KSS projelerinde yer alması için projelerin samimi olması çok önemlidir. KSS projelerine katılım göstermeyen Y kuşağı üyeleri projelerde gönüllü görev alınması için teşvik edilmediklerini, projelerin böyle bir kurguyla yapılmadığı düşünmektedir.

3.6.8. Toplumda Gözleledikleri Sosyal Sorunlara Dair Görüşler

Y kuşağının yaşadıkları toplumda gözleledikleri toplumsal soruna dair ortak görüşleri mevcuttur. Eğitim en fazla bahsi geçen sorunlar arasında yer almaktadır. Kadına karşı şiddet, çocuk istismarı, çevre, engelliler, göç, eşcinseller, hayvan hakları ve mülteciler de bahsedilen sorular arasında yer almaktadır.

Y Kuşağı Mensubu İsmail Metin'den gelen cevap:

“Ben iki yıldır çocuklarla ve eğitim alanında çalışıyorum. Benim gözlemlediğim en büyük sorun ki belki klişe olacak ama eğitim. Türkiye’de en büyük sorunlardan biri. Hatta yapılan pek çok KSS projesi de eğitim alanında yapılıyor. Biz şunu eğitelim o da onu eğitisin, bu olsun gibi bir bakış açısı var. Bence en büyük sorun eğitim. En alt kademedden ilkokuldan üniversiteye kadar çok ciddi bir eğitim sorunu var. Birçok insan var üniversite eğitimi almış ama kendi alanı ile ilgili bile alakalı olmayan veya üniversitede okurken o alanı idrak edememiş ve düzgün bir eğitim almamış ve örneğin ileride öğretmen olmuş veya bir işi yapan bilinçsiz insanlar var. Bir üniversitede Bilgisayar Mühendisliği okuyor mesela ama yazılım konusunda bir fikri yok. Öğretmenlik okuyor mesela ama sonra o formasyonu tam tamamlayamamış ya da konuya hâkim değil ya da aldığı eğitim ona yeterli değil, sadece sınavları geçmiş, o yüzden bu kişinin daha sonra başkalarını eğiteceğini düşündüğünüzde bunun nasıl bir domino taşı gibi arka arkaya gittiğini düşünün...Bilinçli ellerden çıkmayanlar ileride farklı sonuçlar doğuruyor.”

Y Kuşağı Mensubu Mustafa Kemal Teköz'den gelen cevap:

“Yaşadığımız toplum sorunlar açısından çok zengin. Bundan bir 10 yıl öncesine kadar kadınların eğitim imkanlarına ulaşamaması bizim için en büyük sorunların başında gelirken bugün kadınların evden çıkıp parka gidememesi gibi sorunlar

yaşıyoruz. Eğitimde fırsat eşitliği ile ilgili ciddi sorunlar var. Özellikle çocuklar için informal eğitim alanlarının kısıtlanması ve daralması sonucu (yani herhangi bir müfredat amaç doğrultusunda bir araya gelen insanların bulunmuş olduğu alanlar, okul, bilgisayar kursu, futbol okulu vb. informal eğitim alanı ise mahalle, aile vb) oluşan sorunlar. Bugün insanların sokağa karşı duyulan güven problemi nedeniyle ve gelişen teknoloji nedeniyle çocuklar evlere hapsolmuş durumda böyle olmayanlar da zaten sokakta arkadaşlık geliştirebilecek bir ortamı bulamıyor. Ben bunun sosyolojik olarak ciddi bir sorun olacağını düşünüyorum. Çünkü çocuklar sadece formal alanda eğitim alıyorlar. Kısıtlanmış ve belirli bir alana bağlanmış eğitim alabiliyorlar. Bununla ilgili ne yapılırsa yapılsın bunun formal alana gireceği için faydasız olacağını düşünüyorum. Ama bu gibi eğitim amacıyla desenlenmiş birçok yere de birçok çocuğun ulaşmasının sorunlu olduğunu düşünüyorum. Spor da başka alanlarda olabilir. Çocukların okulun haricinden kendilerini keşfedecekleri yeni alanların yaratabilmesi ve bu alanların oluşturulmasının bu ülkenin geleceği için önemli olduğunu düşünüyorum.”

Y Kuşağı Mensubu Kaan Öztemur’dan gelen cevap:

“Kadına karşı şiddet. Kadınlar toplumumuzda hakkettiği noktada değil. Eşcinsel cinayetleri. Kızların okutulmaması, çocuk gelin. Çocuklara cinsel istismar.”

Y Kuşağı Mensubu Mine Kapıcıoğlu’ndan gelen cevap:

“Bir sürü psikolojik sıkıntılarımız var. Göç çok büyük bir problem özellikle yaşadığımız şehirde... Küçük şehirlere buraya ekonomik beklentilerle gelip ziyan olmuş, kendilerine bir hayat kuramamış bir sürü öğrencim var bunun ciddi bir problem olduğunu düşünüyorum çünkü bu insanlar kendilerine bir şekilde yer edinmedikleri için toplum arasında sorunlu bireylere dönüşüp etraflarına da zarar verecek potansiyele sahip oluyorlar.”

Y Kuşağı Mensubu Cahide Karav’dan gelen cevap:

“Genel olarak insana yönelik şiddet, sadece kadına ve çocuğa yönelik değil insana yönelik, hayvana yönelik şiddet. Toplumsal eşitsizlik, nefret suçu, insanların ahlaksız oluşu ve genel olarak eğitilmiş olmamız.”

Y Kuşağı Mensubu Ömer Tekgül’den gelen cevap:

“Dünyada en büyük sorun çevre bence, çok kötü kullanıyoruz ve hiçbir şey kalmayacak diye korkuyorum. Küresel ısınma vb. ama bunun için de şu an da bir şey

yapmamız çok zor gibi görünüyor çünkü çok fazla insan var. Artık çok alıştığımızı düşünüyorum her şeyin azına örneğin elektrik tüketimini azaltmak çok zor görünüyor. Onun dışında da Türkiye olarak veya üçüncü dünya ülkelerinde en büyük sorun eğitim yine çocuklar çok geri planda mesela bize ilginç geliyor ama anne babaları bile okuma yazma bilmeyen çocuklar var. Mültecilerle ilgili bir sorun var. Ülkemizde çok fazla varlar.”

Y kuşağı mensuplarının toplumsal sorunlar karşısında farkındalığı olduğu söylenebilir. Ortak dile getirilen sorunların başında eğitim gelirken Y kuşağı mensuplarından Mine Kapıcıoğlu göç sorununa dikkat çekerek bu sorunun çözümüne dair bir aksiyon alınmaması halinde toplum içindeki sorunlu bireylerin sayısı artarak yine topluma zarar vereceğini savunmaktadır. Bununla birlikte Y Kuşağı üyesi Ömer Tekgül, dünyada en büyük sorunun çevre olduğunu özellikle yanlış kullanımdan kaynaklı olarak doğal kaynakları tükettiğimizi düşünmektedir.

3.6.9. Bildikleri Sosyal Sorunlarla İlgili Farkındalıklarının Oluşmasında KSS Projelerinin Rolüne Dair Görüşler

Sosyal sorunlarla ilgili farkındalıklarının oluşmasında KSS projelerinin rolüne dair görüşler ikiye ayırmak mümkündür. Bir grup sosyal sorunlara dair farkındalığın oluşmasında rolü olduğunu belirtmiştir. Y Kuşağı Mensubu Mert Hacıemiroğlu farkındalığın oluşmasında rolü olduğunu düşünmekle birlikte katılım için de teşvik edici fırsatlar yarattığını vurgulamaktadır. Diğer grup ise tam tersi yönünde görüş vermiştir. Y Kuşağı Mensubu Cemre Deniz Kazak kurumlar tarafından yürütülen projelerin STK'ların hayata geçirdiği projelerden daha önemli bulduğunu çünkü kurumların gücü nedeniyle ulaşacakları kitlenin çok daha büyük olduğu görüşündedir.

Y Kuşağı Mensubu Cemre Deniz Kazak'dan gelen cevap:

“Katılmak da bir motivasyon unsuru ama büyük markaların bu işe el atması, evet hem onlara bir reklam olarak geri dönüyor olabilir hem de sosyal sorunlar onlar sayesinde gündem gelip belki de bizlerin konu hakkında haberdar olmamızı sağlıyor. Örneğin sen herhangi bir sosyal sorunla ilgilenmiyorsun ama Turkcell kullandığın için onun dokunduğu bir sorundan haberdar oluyorsun ve sadece ve sadece Turkcell

kullandığın için yoksa normalde bu konu ilgini çekmiyor hiç duymamış olabilirsin. Bu sende acaba mı? Böyle bir sorun mu var farkındalığını oluşturuyor. Bir marka veya kullandığın bir ürün sayesinde bir sorundan haberdar oluyorsun. Mesela Bingo'da bir şeyler yapıyordu diye hatırlıyorum. Belki bir soruna ben kendim direk temas edemesem de mesela bir yerde görmedim ama ürünler markalar ön plana çıkardığında haberdar oluyorum bu nedenle markaların bir şeyler yapması çok önemli. Bence markaların yaptığı çalışmalar bir STK'nın yaptığından daha önemli çünkü markaların birçok kullanıcısı varken STK'lar küçük bir topluluk olabilir. Markaların birçok reklam kanalı olduğu için onun yürüttüğü bir proje sayesinde bir sosyal sorun olduğu her yerde karşına çıkabilir. Firmaların sosyal sorunlara daha çok önem vermesi gerekiyor.”

Y Kuşağı Mensubu Mert Hacıemiroğlu'ndan gelen cevap:

“Şöyle eğer hiçbir yerde bir şey olmasaydı farkındalığımız olmazdı. Ne kadar sosyal medyada olsa da bazı şeylerle ilgili farkındalığımız görmeden olmuyor. Dolayısıyla nerde ne var. Ne sıkıntı var öğrenmek anlamında bu tarz çalışmalar faydalı oluyor. Bana mesaj gelmese ben de şuraya bir mesaj atayım, bağış yapayım demem. Dolayısıyla önemli...”

Y Kuşağı Mensubu Aslı Arbel'den gelen cevap:

“Teknolojinin Kadın Liderleri isimli bir proje hayata geçirdim. Açıkçası kadın erkek eşitsizliği üzerine her gün düşünen ve kafa yoran biri değilim ama böyle bir şeyin eksikliğini hissettiğim için böyle bir proje yapmaya karar verdim. Bence sosyal sorumluluk projeleri hissedilen eksiklikleri tamamlamak için yapılıyor. Mülteci konusu mesela izlediğim haberlerle farkındalık yarattı ama ardından kurumların yaptığı çalışmalar da bunu tetikledi. Öte yandan doğal kaynakların kısıtlılığı ile ilgili de haberle, belgesellerle benim ilgimi çekti.”

Y Kuşağı Mensubu Emre Sönmezoğlu'ndan gelen cevap:

“Etkili oluyor. Sonuçta biz her ne kadar bir şeylerin var olduğunu bilsek de bu projeler spesifik sorunları görmemizi sağlıyor. Mesela Capitol AVM'nin projesi vardı. Sinema gösterimi öncesi projenin reklamını yaptılar. Trakya'da bir okulun yaşadığı zorlukları anlatan bir film çekmişler. Ayakkabıları olmadan okula giden öğrenciler vardı filmde ben gördüm ve direk yardımcı olmaya karar verdim. Net olarak gördüğümde ve nasıl yardımcı olabileceğimi bildiğimde çok rahat bu projeye

destek oldum. Ayrıca projeye yaptığın yardımın sonucunu görebiliyordun. Oradaki öğretmenle iletişim kurmanı sağlıyorlar. İstedğin kişiye ulaştığını net bir biçimde görüyorsun.”

Y Kuşağı Mensubu Hanife Akçakale'den gelen cevap:

“Hayır. Maneviyat daha çok bu yönde farkındalığımı artırdı.”

Y kuşağı üyelerinden gelen yanıtlar incelendiğinde, KSS projelerinin sosyal sorunlarla ilgili farkındalığı artırdığı görüşünün yanı sıra böyle bir etkisinin olmadığını düşünenlerin de olduğu söylenebilir. KSS projelerinin yanı sıra medyanın da sorunlar konusunda farkındalığı artırmada etkili olduğu ortak görüşler arasındadır. KSS projelerinin genelde herkes tarafından bilenen sosyal sorunların çözümüne ilişkin projeler hayata geçirildiği bugüne kadar haberdar olunmayan bir sorunu ortaya koymadığı da belirtilmektedir.

3.6.10. KSS Projelerinin Sosyal Sorunlara Karşı Farkındalığı Artırıp Artırmadığına Dair Görüşler

Araştırmaya katılan Y kuşağı mensuplarının bir kısmı KSS projelerinin sosyal sorunlara dair farkındalığı artırdığını ifade ederken bir grup artırmadığı görüşündedir.

Y Kuşağı Mensubu Uğurcan Bıkmaz'dan gelen cevap:

“Bu reklam amaçlı kullanılıyor ve daha geniş bir kitlenin duymasına imkân sağlıyor. Olan sorunu aklımızda pekiştirmemize olumlu bir etkisi var.”

Y Kuşağı Mensubu Aslı Arbel'den gelen cevap:

“Evet, farkındalığı artırıyor ama tek başına yeterli değil. Oscarlı oyuncu Leonardo DiCaprio'nun oldukça önemli isimler ile, oldukça önemli konulara değindiği belgeseli... Küresel ısınma ve doğa hakkında görüşlerini dile getirerek bu konuda ne denli ciddi olduğunu göstermişti. National Geographic'in giderek yaşlanan ve tükenen dünya ile ilgili yaptığı belgeseller ve yenilenebilir enerji üstüne yapılan haberler bende hakikaten sürdürülebilir hayat ile ilgili soru işaretleri ve farkındalık yaratmaya yardımcı oldu. Bir şeyler yapma itiyor.”

Y Kuşağı Mensubu Sinem Ümeyiş'ten gelen cevap:

“Bence evet. Aralarında doğru orantı var. Meslek Liseleri ilgili Koç’un projesi mesela normalde hiç ilgimizi çekebilecek bir alan değil ama projeden sonra bu soruna ilişkin farkındalığım arttı diyebilirim. Türkiye için bunun önemini, işsiz üniversiteliler vb. Bu sorunu proje sayesinde kurguladım.”

Y Kuşağı Mensubu Cahide Karav’dan gelen cevap:

“Genelde ana akım veya karşı akım medyadan duyduklarım kendi gözlemlerim, derslerde gördüklerim vb. benim konuya duyarlılığımı artırdı. Yoksa herhangi bir sosyal sorumluluk projesi değil.”

Y kuşağı mensuplarından alınan yanıtlar incelendiğinde kurumların kendi iletişimlerini yapmak için bir fırsat yaratmakla birlikte gerçekten sorunların çözümünde de yer aldığı aynı zamanda sorunla ilgili farkındalığı artırdığı belirtilirken, medyanın farkındalığı artırmada daha büyük rol oynadığı da savunulan görüşler arasındadır. KSS projelerinin sosyal sorunlara dair farkındalığı artırmada tek başına yeterli görülmediği medyaya da bu noktada önemli görevler düştüğüne inanıldığı alınan yanıtlar doğrultusunda söylenebilir.

3.6.11. Artırmadığını Düşünenlerin Nedenlerine Dair Görüşler

KSS projelerinin sosyal sorunlara olan farkındalığı artırmadığını düşünen y kuşağı üyelerinin çeşitli nedenleri olduğu belirtilmektedir.

Y Kuşağı Mensubu Cahide Karav’dan gelen cevap:

“Samimiyetsiz olması ve en büyük neden bunu yapanın yine kapital güçler olması ve bunu yapanın bir işletme olması. Varlık sebebi kar gütmek olan bir şirket olması. Kendileri çok fazla kar ederken işçilerine kötü muamelede bulunması, mobing yapması vs. Ama başka şekilde de toplumsal sorunu kendilerine dert edinmiş gibi görünüp içlerinde pek çok sorunun kaynağı olması gibi nedenlerle artırmadığını düşünüyorum.”

Y Kuşağı Mensubu Hakan Pekdur’dan gelen cevap:

“Bence bir yetersizlik var orada. TV8’de bir program vardı. Yardım topluyoruz bahanesiyle gelen tüm yardımların üzerine yatmışlardı. Van depreminde de aynı oldu. Kıyafetler depremzedeler yerine teröristlere gitti vs. İnsanlar kime nasıl güvenebileceğini bilemiyor. Direk içinde olmazsam içimden bir şey yapmak

gelmiyor. Güvenemiyorum. Ya da örneğin kadına şiddette bir kadını çıkarıyorlar konuşturuyorlar. Sonra o gidip birkaç kadınla konuşuyor vb. aşırı samimiyetsiz. İnsanın hiç inanası gelmiyor.”

Y Kuşağı Mensubu Ömer Tekgül'den gelen cevap:

“Çünkü sade, anlaşılır projeler yapılmıyor. Çok karmaşık projeler yapılıyor. Ulaşmak istediği tabana inemiyor. Gerçekten ulaşması gereken doğru kanalla gitmiyorlar.”

Alınan yanıtlar incelendiğinde hayata geçirilen projeler samimi bulunmadığı için bunun farkındalığı artırmada da bir etken olmadığı düşünülmektedir. Kâr amacı güden bir kuruluşun özünde sosyal sorununun çözümüne dair bir misyon edinmesinin samimiyetsiz bulunması, kurumların hayata geçirdiği sosyal sorumluluk projeleri olsa da başka bir taraftan kendilerinin farklı sorunlar yarattığı savunulmaktadır. Ayrıca projelerin sade ve anlaşılır yapılmamasının da hedef kitlenin farkındalığı artırmada olumsuz bir etken olduğu altı çizilen nedenler arasındadır.

3.6.12. Farkındalığı Artıracak KSS Projelerine Dair Öneriler

Y kuşağına farkındalıkları artıracak KSS projelerine dair önerileri sorulduğunda samimi olması, projenin iletişiminin projesinin önüne geçmemesi, interaktif olması gibi görüşler alınmıştır.

Y Kuşağı Mensubu Cemre Deniz Kazak'dan gelen cevap:

“Dediğim gibi büyük markaların yardımı çok önemli bence, liderlik etmesi çok doğru olur bence. Bu benim için değil tüm insanlar için geçerli örneğin Instagram da Colgate'i görüyorum mesela o bir şey yaptığından onunla ilgili bilgiye daha kolay ulaşabilirim, reklam olarak marka kendisine de bunu kullanabilir. Hem firma için hem de sosyal sorumluluk için bu tip çalışmalar çok önemli. Ulaştığı insan sayısını en yukarı taşımak böyle olur bence.”

Y Kuşağı Mensubu Dicle Kalyoncuoğlu'ndan gelen cevap:

“Görünür olmalı. Görmediğin bir şeyi tartamazsın ve tartamadığın için de içinde alamazsın bir de güvenilir olmalı. Attığım taş ürküttüğüm kuşa geçecek mi. LÖSEV hastane yapıyor mesela hastane olduğunda insanlar bu konu hakkında bilgi sahibi

oluyorlar. Ya da biz Darülşafaka'ya yardım ediyoruz mesela hangi okullarda nerede olduğunu görebiliyorsun yardım ettiğin çocuğun bunları göstermeli projeler hem iletişimi doğru yapılması hem de sonucu iyi ortaya koymalı. Ayrıca amaç ilişkisini kurmalı. Darülşafaka Başarı Yolu gibi bir video ile yapılan yardımlarla yaptığı çalışmayı 1-2 dakikada anlatıyor örneğin. Bunu bağışlarına yolluyor. Sonra da sosyal medya hesaplarından paylaşıyor. Milli kütüphane mesela sesli hale geldi engelliler için. Sosyal medyada bunun iletişimi yapılıyor. Kanallarda bu konuları sahipleniyor. Kamu spotları arttı. Onların da duyarlılığı arttı.”

Projelerde güven unsurunun altı çizilerek ortaya konulan çalışmanın sonuçlarının iletişiminin yapılmasının katılımı etkilediği belirtilmiştir. Y Kuşağı Mensubu Mert Hacıemiroğlu'ndan gelen cevap:

“Bu ince bir çizgi. Mesela bazen biri arıyor engelsiz çizgi gazetesinden arıyoruz diye vb. tekerlekli sandalyeli bir çocuğa yardımcı olacaksınız diyor vb. İnsan bunun gerçekliğini sorguluyor. Karşı tarafın gerçekten böyle bir şeye ihtiyacı olup olmadığını sorguluyor. Bir yandan da hiç tanımadığın birisi senden ciddi miktarda para istiyor. Yani özetle senin tamamen vicdanına dokunarak bu kampanyaya katılmamı istiyor. Bu çok rahatsız edici bir şey bu şekilde olmaması gerektiğini söyleyebilirim. Gerçekten en güzel şu daha önce yapılan yardımların etkisini olumlu örneklerle açıklayan ufak bir tanıtım filmi veya video görüntüsü bu tarz kampanyalara katılmamı çok destekler.”

Y Kuşağı Mensubu Emre Sözmezoğlu'nda gelen cevap:

“Daha görsel olmalı, sorunu bize net bir şekilde göstermeli. Gerek video ile gerekse başka çalışmalarla net olarak o projenin nereye dokunduğunu bize göstermeli. Gerçekten yardım edecek eden olan insanların yardımın gideceğine emin olabilmeli. Ben bir projeye destek olurken kafamda olan en spesifik soru acaba benim yardımım doğru yere ulaşacak mı yoksa bir yere kaynayacak mı? Bunu ister istemez düşünüyorsun. Capitol AVM örneği vermiştim orada mesela bu soru işareti direk gideriyorlardı. Bu interaktivite sağlanmalı muhakkak. O zaman daha etkili olur.”

Projelerin sorunun çözümüne dair yapılması gerek çalışmalar konusunda bilgilendirmesi gerektiği belirtilmektedir. Y Kuşağı Mensubu Mustafa Kemal Teköz'nden gelen cevap:

“Samimi olmalı, dozajında iletişim yapılması önemli bunun yanı sıra sorundan bahsetmek yerine o sorunun çözümü ile ilgili yapılan hamlelerin duyurulması önemli bence insanlar zaten birçok sorunun farkındalar. Sorunla ilgili kendilerine sürekli bir şey söylendiğinde o sorunu görmezden gelme yoluna gidebiliyorlar. Sigara içenlerin sigaranın zararlarına ilişkin afişlere duyarsızlaşması gibi. Çünkü zaten herkes sigaranın zararlı olduğunu biliyor. Ya da kız çocukları/kadınlar konusunda bu cinsin birçok şeye geç eriştiği veya erişmekte sorun yaşadığını hepimiz biliyoruz. Çocukların kendileri için bir eğitim alanı, sosyal çevre oluşturamadığından herkesin haberi var. Bunu aşmak için ne gibi önlemler alınması gerektiğini ya da aldığını söylemesi bence daha doğru.”

Kurumların kurumsal sosyal sorumluluk projesi hayata geçirmenin yanı sıra sahiplenecekleri alanla ilgili her adımda aynı sorumluluk bilinciyle hareket etmesinin önemi üzerinde de durulmuştur. Y Kuşağı Mensubu Ömer Tekgül'den gelen cevap:

“Dokunaklı olsun, samimi, içten bir dil kullanmalı. Bir örnek vermek istiyorum. HES yapan bir firmanın sosyal medyasını yapmak üzere gitmiştim. HES yapıyorlar ama Genel Müdür sosyal medyada çevreci olduğunu göstermek istediğini belirtti. Böyle yapıldığı için KSS'ler bir sonucu olmuyor. Sen çevreci olacaksan ofiste kullandığın yazıcıya, ışığa, ızalasyona kadar her şey çevreci olmalı. Bu nedenle işi de almadım.”

Projelerin konvansiyonel iletişim araçlarının yanı sıra dijital kanallarda iletişiminin yapılması, ünlülerin projelerde gönüllü yer almasının da farkındalığı artırdığı belirtilmektedir. Y Kuşağı Mensubu Cansu Küçük'ten gelen cevap:

“Çevremdeki kişiler ve kurumlarında rolü büyük. Ya da bir TV Show'unda yardım toplanması mesela. Ünlülerin destek olması mesela farkındalığımı artırıyor.”

Y Kuşağı Mensubu Sinem Ümeyiş'ten gelen cevap:

“Kardelen projesi Turkcell'in mesela o da belki iletişime projenin kendisinden daha çok para harcadı belki. Ama baktığında günlük yaşantımız içinde Doğu'daki çocukların okula gidişi ile ilgili bir şeyi sorgulamıyorsun. Bu nedenle iletişim kıymetli. Sadece rekabetin birbirini görmesi değil insanların farkındalığının artırılması için de iletişim önemli. Daha görünür olmalı projeler... Markalar iletişimde şekilde değiştiriyorsa biz gençlerin bulunduğu dijital mecralarda bizi aktivasyona geçirecek alanlarda olması. Bizim takip ettiğimiz influencerlar kanalıyla bize ulaşması. Basın toplantısı demode. Özendirecek çalışmalar yapılmalı. Şirket

çalışanlarına yönelik çalışmalar, şirket motivasyon etkinlikleri gibi kurgulansa mesela bunlar önemli.”

Y Kuşağına farkındalıkları artıracak KSS projeleri için önerileri sorulduğunda projenin iletişiminin ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. TV'nin yanı sıra dijital iletişim kanallarının hem projenin iletişimi hem de projeye katılımı teşvikte önemli olduğu belirtilmektedir. Projenin iletişimde ünlülerin, kanaat önderlerinin kullanımı ilgiyi artırdığı savunulmaktadır. Projelerin sonuçlarının paylaşılmasının çalışmaların samimi olduğuna dair bir algı yarattığı da ortak görüşlerden biridir.

3.6.13. İlgi Duydukları KSS Projeleri ve Nedenlerine Dair Görüşler

Y kuşağına ilgi duydukları KSS projeleri ve nedenleri sorulduğunda bir kısmı spesifik projelerle örnekler vermiştir. Bir kısmı da direkt kurum ve proje adının aklına gelmediğini ama ilgi duydukları çalışmaları anlatmıştır.

Y Kuşağı Mensubu İsmail Metin'den gelen cevap:

“Daha çok kadın girişimciliği veya yerel halkın katılım gösterebildiği projelerse daha fazla ilgi duyuyorum. Tepeden inme projeler değil. Bu projeler daha başarılı yerelin ihtiyaçları orada yaşayan halktan daha iyi oranın sorunlarını kimse bilemez. Oradaki ihtiyaçlara göre hayata geçirilmesi daha doğru aksi halde oturduğun yerden bilmediğin bir dünya ile ilgili akıl vermiş olursun.”

Y Kuşağı Mensubu Ömer Tekgül'den gelen cevap:

“Vodafone'nun projesi günümüze uyarlanmış dijital bir proje ve herkese ulaşılabilir bir projeydi. Bu projede hoşuma giden insanlara ulaşma sistemleriydi. Blogger'ların makyaj videoları içine gömdükleri projeyi anlatan bilgilendirici çalışmalar çok başarılı.”

Y Kuşağı Mensubu Akın Eralp'den gelen cevap:

“İş Bankasının karne günü kitap dağıtması Kitap dağıtmanın çok güzel ve mantıklı bir proje olduğunu düşünüyorum. Aklımda da kaldı. Destek açısından da çok güzel. Çocukların merakla bir bankaya girmesi çok ilginç ve karne karşılığı kitap alması çok hoş bir örnek.”

Y Kuşağı Mensubu Sinem Ümeyiş'ten gelen cevap:

“Koç Meslek Lisesi Memleket Meselesi projesi çok kapsamlı bir çalışmaydı. Gündem yaratan, amacını dışına çıkararak meslek liseleri konusunda farkındalık yaratıp oradaki çocukların bir mesleğe girmesini sağlayan büyük bir projeydi. Sonra el değiştirdi kendi yolunu aldı gitti. Boyner’in nar Projesi, kız çocukları eğitime kazandırmakla ilgili. Turkcell’in Kardelen Projesi. TOG’un dezavantajlı, hapisanede doğan veya bir şekilde küçük yaşta hapishaneye giren çocuklara yönelik yürütülen bir proje var. Bu genel olarak sorunlu bir alan olduğu için oraya sponsor olma konusu zordu. HSBC bir ara destek vermişti ama TOG kendi bu çalışmayı yürütüyor. Hapishaneden çıktıkların adaptasyonlarını sağlayabilmeleri için yürüttükleri bir çalışmaydı. Hem hobi kazanmaları hem de sosyal alanlarda yer alabilmelerini teşvik eden bir projeydi. Sanırım adı ‘Aynı Gökyüzüne Bakıyoruz’du. Saydıklarım ilgimi çekiyor. Hapishanedeki çocuklara yönelik çalışmalar çok ilgimi çekmişti. Hiç bilmediğim bir sorundu. Annesi orada olduğu için orada büyümek zorunda kalan çocuklar var mesela...”

Y Kuşağı Mensubu Cansu Küçük’ten gelen cevap:

“Kâmil Koç’un bir kampanyası vardı mesela otobüs bileti alırken ödeme sekmesinde Koruncağa 1 lira katkıda bulunabileceği gördüm ve hemen katıldım. Yaratıcı olduğunu düşünüyorum. Küçük bir çaba ile önemli bir şey yaptım.”

Verilen yanıtlar incelendiğinde, Y kuşağının çocuklara ve kadınlara dokunan projelere ne kadar önem verdiği anlaşılmaktadır. Projelerde çözümüne hizmet edilen sosyal bir sorunun net bir şekilde ortaya konması ve çözümü için atılan adımların hedef kitlede farkındalığı artırdığı ve ilgiyi yükselttiği söylenebilir.

3.6.14. KSS Projelerinde Yer Alanların Yer Alma Motivasyonlarına Dair Görüşler

Y kuşağı mensupları KSS projelerinde yer alma motivasyonları ile ilgili genelde fayda sağlamak motivasyonu ile harekete geçtiklerini ifade etmişlerdir. Y Kuşağı Mensubu Aslı Arbel bireylere sorumluluk bilinci yüklemenin önemine ve kurumların çalışanlarını teşvik etmesinin önemine değinmiştir. Kurumların da çalışanlarını sorumluluk duymaya motive edebileceğinin altını çizmiştir. Tüm bunlarla birlikte

bireylerin kişisel ilgi alanları da projelerde yer alma konusunda insanları motive etmektedir.

Y Kuşağı Mensubu İsmail Metin'den gelen cevap:

“Bir fayda sağlamak. Yaptığınız işlerle yaşadığınız topluma, kente bir fayda sağlamak motivasyonu ile başladım. Aynı zamanda sosyal sorumluluk projeleri ile bir şeyi değiştirebileceğinizi de görüyorsunuz. Neyi değiştirebilirsiniz, yaptığınız çalışma ile sadece bilinçlendirme değil de aktivistik olarak da düşünebilir. Örneğin bir çevre problemi vardır, ona karşı durmak, onunla ilgili oradaki insanların ona mecbur olmadan farklı şekilde de bunun çözülebileceğini görmeleri sağlamak. Yaşadıkları kentte ne olursa olsun bunu değiştirebileceklerini görmelerini sağlamak. Etrafına fayda sağlayarak yapabilecekleri motivasyonu ben de o şekilde sağladım.”

Y Kuşağı Mensubu Aslı Arbel'den gelen cevap:

“Hesap verilebilirlik, insanları sorumluk bilinci aşlamak. Yaptığı çalışmanın etkisi görmek kişinin bağlılığını daha fazla artırıyor. Mesela Turkcell Kardelenler Projesinde her gazeteciyle bir kız çocuğunu eşleştirdi. Bir şeyin sorumluluğunu aldığı zaman en küçük detaya kadar ilgileniyorsun. Çalışanlara sorumluk bilinci aşılması önemli. Örneğin; Microsoft insanları sorumlu hissettirmek ve sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmalarını teşvik etmek için herkese yıllık izninin yanında 3 gün istedikleri STK'da çalışmaları için izin verdi. Zamanım yok demek gibi bir lüksümüz yok. Kurumum beni destekliyor.”

Y Kuşağı Mensubu Hazal Kaya'dan gelen cevap:

“Benim için kadın konusu çok hassas ben de bir kadın olarak hem çocukların hem kadınların yaşadığı sorunlara hizmet edecek çalışmalar yapak benim için motive edici. Yani ülkemizde o kadar önemli sorunlar var ki bunları çözme arzusu yeterli bir motivasyon. Aynı zamanda motive olmamaya da neden oluyor.”

Y Kuşağı Mensubu Emre Sönmezoğlu'ndan gelen cevap:

“Yardımcı olmaya iten motivasyon şu aslında, sonuçta ben daha çok eğitim ve okul odaklı projelere destek oldum ağırlıklı çünkü ülkede ciddi bir potansiyelimiz var insan olarak. Bu potansiyeli maddi olanaksızlıklardan dolayı kullanamamak bana adil gelmiyor. İnsanların potansiyellerini kullanabilecekleri yardımı yapabilirsem faydam olur diye düşünüyorum. Mesela doğu bölgelerinde eğitime erişimde zorluk yaşan çocuklar var. Bu çocukların varlığını bilmek yeterli bir motivasyon.”

Y kuşağı mensuplarından gelen yanıtlara bakıldığında sorundan haberdar edildiklerinde ve ne yapmaları gerektiği konusunda yönlendirildiklerinde sorunun çözümü için sorumluluk üstlendikleri söylenebilir.

3.6.15. Projenin Alanının Projede Görev Almada Etkisine Dair Görüşler

KSS projelerinde yer alan Y kuşağı mensuplarına projenin alanının projede görev almalarına olan etkisi sorulduğunda kişisel ilgi alanlarının, geçmişte yaşadıkları sorunların görev alma motivasyonunu etkilediğini belirtirken, aynı zamanda projenin alanından bağımsız sosyal sorunların çözümüne ilişkin aksiyon almanın önemine inandıklarını belirtilmektedir.

Y Kuşağı Mensubu İsmail Metin'den gelen cevap:

“Kişiyeye göre değişir ama ben sosyal sorumluluğun içinde olurum hangi alanda olursa olsun topluma bir fayda sağlamayı isterim diyen de var ama genelde bir alan seçiliyor. Sadece çocuklara bir şey yapmak veya çevre beni motive eder diyenler de oluyor. Ağırlıkla gençler bir alan seçiyor. Gönüllü çalışırken alan seçiyordum genelde çevre alanındaki projelerde yer alıyordum. Vaktim olduğunca bu alanda çalışmalar yapmaya devam ediyorum. Aktivist olarak da çalışmalara katılıyorum profesyonel yaptığım işten bağımsız olarak KSS projelerine gönüllü destek veriyorum. Amatör ruhumu koruyorum. Hafta sonu, mesai saatleri dışında gönüllüğü koruyorum. Başka projelere de zaman ayırabiliyorum. Örneğin; Boğaziçi Üniversitesinin bir öğrenci kulübünün lise öğrencilerine yönelik bir çalışması var hafta sonu onların eğitimine destek vereceğim. Bu tarz çalışmalara zaman ayırmaya çalışıyorum.”

Y Kuşağı Mensubu Mert Hacıemiroğlu'ndan gelen cevap:

“Mesela engelli çocukların hazırladığı bir tiyatro... Onların yaptığı bir şeye gitmek katılmak elbette ki çok güzel ama mesela bir Fazıl Sayın konser verip gelirini engellilere bağışlaması biletin fahiş bir fiyatta olması ödenebilecek bir şey...Çok sevdiğiniz birini izlemeye gidiyorsunuz evet bilet çok pahalı ama desteğin nereye gittiğini biliyorsunuz beni daha çok bu tarz çalışmalar cezbediyor.”

Y Kuşağı Mensubu Nihan Baran Teköz'nden gelen cevap:

“Aslında burada bir alan söylemek çok zor çünkü bu bir hobi gibi bir şey değil maalesef bir konuda toplumun kanayan bir yararı olduğunu düşünüyorsan zaten gerçekten bir şey yapmamız gerekiyor. Bunu kategorize edemezsin. İmkânın varsa şartların uygunsu bir şeyi yaparsın. Burada bir alan ayrımı yok.”

Y Kuşağı Mensubu Sinem Ümeyiş’ten gelen cevap:

“Alandan çok zamanın ve şartların el vermesi önemli ama kendi ilgi alanıyla ilgili bir sorun görev almada etkili. Özel hayatla bağlantılı olması kişinin aksiyona geçmesi için tetikleyici. Benim örneğimde olduğu gibi.”

Gelen yanıtlara bakıldığında, projenin alanından çok projenin gerçekten bir sorunun çözümüne hizmet etmesinin önemli olduğu belirtilmektedir.

3.6.16. KSS projelerine İlgili Duymayanların ve Katılım Göstermeyenlerin Nedenlerine İlişkin Görüşler

KSS projelerine ilgi göstermelerine rağmen samimiyetsiz buldukları için katılım göstermedikleri belirtilmektedir. Ayrıca projenin iletişiminin projenin önüne geçmemesi tavsiye edilmektedir. Kişinin sosyal sorunları sahiplenmesi için öncelikle kendisinin belirli bir noktada kendi sorunları aşmış olmasının önemine dair görüşler de bulunmaktadır.

Y Kuşağı Mensubu Mustafa Kemal Teköz’den gelen cevap:

“Özellikle herhangi bir KSS projesinde o sorunun gerçekten bir sosyal sorumluluk olup olmamasına da dikkat ediyorum aslında. Markanın potansiyel müşterilerine ulaşmak amaçlı kullandığı bir çalışma bana çekici ve samimi gelmiyor. Hiçbir şekilde kâr amacı gütmeyeceğini söyleyen Greenpeace’in tüm projeleri samimiyetsiz geliyor. Çünkü ben onların birilerinin çıkarı için çalışmadığına ve kâr amacı gütmeyeceğine inanmıyorum. Eğer Greenpeace’tekiler tavuk çiftliklerine karşı çıkıyorlarsa o zaman tavuk çiftliklerinden dolayı zarar gören birilerinin çığırkanlığını yaptığını düşünüyorum. Samimiyetsizlik olduğunda o işten soğuyorum.”

Y Kuşağı Mensubu Enes Güray’dan gelen cevap:

“Yapılması gereken projeler ama iletişimine harcanan para soru işaretleri yaratılıyor.”

Y Kuşığı Mensubu Uğurcan Bıkmaz'dan gelen cevap:

"Belki maddi durumum ve sosyal statüm daha farklı olsaydı kendim bizzat taşın altına koymak isterdim."

Y Kuşığı Mensubu Ömer Tekgül'den gelen cevap:

"İlgi duyuyorum ama katılım göstermiyorum çünkü samimi değilim."

Y Kuşığı Mensubu Tülay Şen'den gelen cevap:

"İlgi duyuyorum ama güvenmiyorum. Bu nedenle de katılım göstermiyorum."

Gelen yanıtlara bakıldığında KSS projelerine katılım göstermeyenlerin projeleri yeterli samimiyette bulmadıkları belirtilmektedir.

3.6.17. KSS Projesine Katılmayanların Katılması İçin Projenin Hangi Sosyal Sorunlara Dokunması Gerektiğine Dair Görüşler

KSS projesine katılmayanların katılması için projenin hangi sosyal sorunlara dokunması gerektiğine dair görüşler ikiye ayrılmaktadır. Bir grup herhangi bir alan belirtemeyeceklerini ifade ederken bir grup ise eğitim, kadınlar, çocuklar, çevre gibi önceliklendirdiği alanlar olduğunu belirtmektedir.

Y Kuşığı Mensubu Seda Kutsal'dan gelen cevap:

"Eğitim, yoksulluk, doğa ve hayvan hakları."

Y Kuşığı Mensubu Meral Dinçer'den gelen cevap:

"Kadın ve çocuk."

Y Kuşığı Mensubu Cahide Karav'dan gelen cevap:

"Alan söyleyemem."

3.6.18. Katılmadıkları Ama İlgi Duydukları KSS projeleri ve Neden İlgi Duyduklarına Dair Görüşler

Katılmadıkları ama ilgi duydukları KSS projeleri ve neden ilgi duyduklarına dair görüşleri incelendiğinde kamunun öncelikle üstlenmesi gerektiğini düşünmeleri, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar tarafından hayata geçirilmiş olması gerektiğine dair çeşitli görüşler bulunmaktadır.

Y Kuşığı Mensubu Ömer Tekgül'den gelen cevap:

“Ağaç dikim projelerinde olmak istedim ama ayrılması gereken ekstra zaman ayırmadığım. Yeteri kadar istememin ötesinde devlet vb. kurumların bunu görmesi gerekiyor, devlet kamu yapmalı onlar çözüm bulmadığında ben aktif görev almalyım bu nedenle de bir adım geri duyuyorum.”

Y Kuşağı Mensubu Mustafa Kemal Teköz'den gelen cevap:

“İHH'nin katarak hastalarının ameliyatlarını yaptığı proje var. Afrika'da çok kolay çözümü olan bir rahatsızlıkla ilgili bir şey yapılamadığı için kör alan bir sürü kişi var. 5 dakikada tedavisi yapılan bir hastalık. Belirli ülkelerde İHH yardım çalışması yaptı ve Türk doktorlarla gidip insanların katarak ameliyatı yaparak görmesini sağlamıştı bu proje benim çok ilgimi çekmişti. Bu projenin gerçekten samimi olduğuna inandığım için ilgimi çekti. Yani siyasi bir algısı olabilir ama bunun insanların gözünü açmak dışında bu için ne gibi bir kazancı olabilir diye düşündüğümde buna bir cevap bulamıyorum. Kazancı olamaz. İnsanlara gerçekten yardım ettiklerini düşünüyorum. Türkiye'deki bir doktor burayı bırakıp hastalığın kol gezdiği bir yere parasız gidiyor. 5 dakika ile bir insanın hayatı değişiyor ve gözleri açılıyor. Burada hiçbir kurumun kar değil yalnızca sosyal fayda elde ettiğini düşünüyorum.”

Yanıtlara bakıldığında kamunun da sorumluluk üstlenmesinin arzu edildiği görülmektedir. Kâr amacı güden bir kuruluş herhangi bir sosyal sorumluluk projesi hayata geçirecekse kesinlikle o alanda bir kar paydasının olmaması tavsiye edilmektedir.

3.6.19. KSS Projelerinin Başka Alanlarda Sivil Aktivist Hareketlere Katılımda Teşvik Edici Olup Olmadığına Dair Görüşler

KSS projelerinin başka alanlarda sivil aktivist hareketlere katılımdaki etkisine dair görüşler üçe ayrılmaktadır. Bir grup aralarında pozitif ilişki olduğunu, bir grup böyle bir ilişki olmadığını bir grupta ikisinin birbirinden ayrı şeyler olduğunu ifade etmektedir.

Y Kuşağı Mensubu İsmail Metin'den gelen cevap:

“Evet. Çünkü bu projelerde farklı farklı insanlarla çalışıyorsunuz. Onların yaptığı yeni çalışmalara dahil oluyorsunuz. Onlar kendi kentin bir şeyler yapmışlar örneğin

aynı sorun sizde de olabilir. Siz de aynı soruna hizmet edecek çözümü kendi şehrinizde deneyebilirsiniz. Ya da başka kurumlarla çalışıyorsunuz onların projelerini görebiliyorsunuz. Etkisi oluyor. Belki siz kendi projenize o insanları davet edebiliyorsunuz.”

Y Kuşağı Mensubu Seda Kutsal’dan gelen cevap:

“İkisi bence birbirinden ayrı bence.”

Y Kuşağı Mensubu Mustafa Kemal Teköz’den gelen cevap:

“Bence soğutuyor. Şöyle ki bu bahsettiğim proje özelinde alırsam Dünya Göz İHH’nın projesine destek verseydi. Ben Dünya Gözle ilgili iyi şeyler düşünmezdim. Ülker bu projeye destek olsaydı böyle düşünmezdim çünkü proje ile bir kar paydası yok. Daha samimi gelirdi...”

Y Kuşağı Mensubu Dicle Sönmezoğlu’ndan gelen cevap:

“Ben eskiden Greenpeace’de çalıştım. Sokakta kredi kartı toplayan çocuklardan biriydim. Aktivist olmak da gerekir bazen farkındalık artırmak için. Greepeace’çilerle ilgili en fazla farkında olduğumuz anlara bakalım kendileri bir yere zincirledikleri, köprüye çıktıkları zaman bazen insanların bir konuda duyarlılık geliştirebilmesi için aktivist olman gerekir. Bu başka insanların hak ve özgürlüklerini kısıtlamak değil tabii.”

Y Kuşağı Mensubu Sinem Ümeyiş’ten gelen cevap:

“Daha soft, kontrollü oluyor KSS çalışmaları. Sponsorların tedirginliğinde dolayı. O sivil bir hareketin oluşması için baş sağlayabilir ama bu projenin içeriğine bağlı.”

Gelen yanıtlara bakıldığında Y kuşağı için KSS projeleri başka alanlarda sivil aktivist hareketlere katılmada teşvik edici olabilir de olmayabilir de. Bir sosyal sorunla ilgili farkındalık oluşturabilmek için kurumsal sosyal sorumluluk projelerini yanı sıra sivil aktivist çalışmaların da yapılması önerilmektedir. Ayrıca KSS projelerinin kurumların itibarını olumsuz etkilememesi için daha kontrollü yapıldığı, bir sivil aktivist çalışmaya dönüşmesi gibi bir beklenti ile kurgulanmadığı ama yine de sivil aktivist bir hareketin oluşması için ilk adımlar olabileceği söylenebilir.

3.6.20. Geçmişte Sivil Aktivizm Çalışmalarına Katılım Gösterip Göstermediklerine Dair Görüşler

Görüşülen Y kuşağı mensuplarının çoğunluğu geçmişte sivil aktivist çalışmalara katılım göstermiştir. Bununla birlikte sivil aktivist çalışmaları da samimi bulmadıkları için katılmadıklarını ifade edenler de bulunmaktadır.

3.6.21. Geçmişte Sivil Aktivizm Çalışmalarına Katılım Gösterenlerin Ne Tarz Çalışmalarda Görev Aldıklarına İlişkin Görüşler

Görüşülen Y kuşağı mensupları ilgi alanlarına göre çeşitli sivil aktivist çalışmalara katılım göstermiştir.

Y Kuşağı Mensubu Mert Harciemiroğlu'ndan gelen cevap:

“TEMA Vakfında görev aldım. TURMEPA’da görev aldım. Türkiye’deki denizcilik faaliyetlerinin artması için yelkencilik sporu ile ilgilenmiştim vb... Şu an da Tema ve TURMEPA’ya üyeyim ama aktif olarak çalışmalarında yer almıyorum.”

Y Kuşağı Mensubu Mine Kapıcıoğlu'ndan gelen cevap:

“Greenpeace vb. çalışmalar katılmışlığım var. Ayrıca toplumsal eşitsizlikle ilgili olduğunu düşündüğüm şeylere katıldım. Öncelikle temel insan hakları ve özgürlükleri konusunda görev aldım. Her türlü eşitsizlik benim için tepki gösterilmesi gereken bir şey... Rast geldiğim ya da farkında olduğum her şeye katılmaya çalışıyorum.”

Y Kuşağı Mensubu Nihan Baran Teköz'nden gelen cevap:

“Kadına yönelik şiddet, çocuklara yönelik çalışmalarda örneğin Münevver Karabulut cinayeti ile ilgili sivil aktivist çalışmalarda yer almıştım. Terörle mücadele de bence bir sosyal sorumluluk. Bu tarz eylemlere katıldım”

Y Kuşağı Mensubu Dicle Sönmezoğlu'ndan gelen cevap:

“Başta da bahsettiğim gibi TEGV’den Greenpeace kadar pek çok sivil aktivist hareketin içinde yer aldım. Mor Çatı için de bir şeyler yaptım. TEGV’de İngilizce eğitimi vermekten, spor aktivitelerine destek olmaya kadar pek çok çalışmada görev aldım.”

Y Kuşığı Mensubu Aslı Arbel'den gelen cevap:

“Oy ve Ötesinde çalıştım.”

Y Kuşığı Mensubu Sinem Ümeiş'ten gelen cevap:

“Hazırlıktayken kişisel silahlanma ile ilgili bir gündem vardı Türkiye’de. Biz de yurttan viral bir video çekmiştik. Silaha hayır yazan pankartlarla bir çalışmaydı. Bu video sosyal medyada post edilmişti. Ayrıca Change.org çalışmalarına katılıyorum.”

Alınan yanıtlar incelendiğinde KSS projelerin ilgi duyan, katılım gösteren Y kuşığı üyelerinin geçmişte sivil aktivist çalışmaların içinde buldukları söylenebilir.

Sivil Aktivizm Çalışmalarına Katılım Göstermenin KSS Projelerine Karşı Farkındalığa ve Katılıma Etkisine Dair Görüşler

Y kuşağına sivil aktivizm çalışmalarına katılım göstermelerinin KSS projelerine karşı farkındalıklarının oluşmasında veya KSS projelerine katılmalarındaki rolü sorulduğunda bir grup olumlu etkisi olduğunu belirtmektedir.

Y Kuşığı Mensubu İsmail Metin'den gelen cevap:

“Evet kesinlikle artırdı. Örneğin ben üniversitede TEMA vakfının çalışmalarına katıldım. Onların üniversitede örgütlenmeleri var, genç TEMA vb. orada aktivist olarak görev aldım. Oradaki çalışmalar aracılığıyla HABİTAT ile tanıştım. Bir projede çalışırken kendinizi tanıtırken diğer yaptıkları işleri de anlatıyorlar sizin kafanızda bir şey oluşuyor ve ampul yanıyor ve siz de ben de bu alanda bir şeyler yapabilirim duygusunu hissediyorsunuz.”

Y Kuşığı Mensubu Uğurcan Bıkmaz'dan gelen cevap:

“Ben sivil aktivizmle KSS projelerini farklı değerlendiriyorum. Sivil aktivist hareketlere katılanlar bir yola baş koyuyor ama sonra bağınaz tutumlar içine giriyor. Kendi savunduklarının karşındaki herhangi görüşle ilgili empati kurmadıklarını düşünüyorum. Sivil aktivist hareketler içinde yer almamamın nedeni de bu. Yani mesela ben de hayvan haklarına dikkat etmek istiyorum ama içine girdiğimde bazı şeyleri bağınaz bir tutumla savunulması ve putlaştırılmasının çok yanlış olduğunu düşünüyorum. Bu ağaç veya herhangi bir başla sosyal sorunda da böyle. Markaların da biraz daha bir baba gibi sosyal sorunları sahiplenmesi gerektiğini düşünüyorum.”

Y Kuşığı Mensubu Mine Kapıcıoğlu'ndan gelen cevap:

“Mutlaka rol oynuyor. Zaten bu tarz çalışmalarda görev almış kişilerin bu tarz çalışmalarda da yer aldığını görüyorsunuz. Karşılıklı bir etkileşim söz konusu. Farklı alanlara yelken açmana neden oluyor. Sonuçta ben arkadaşımın görev aldığı bir projede yer alıyorum o benden etkilenip o yer alabiliyor ve bu şekilde geniş bir ağa dahil oluyorsun ve yapılan projelerden haberdar oluyorsun.”

Y Kuşığı Mensubu Mustafa Kemal Teköz'den gelen cevap:

“Ben hiçbir sivil aktivist hareketin masum olduğunu düşünmüyorum. Genel olarak sivil aktivist çalışmaların siyasi veya ticari bir kaygı ile hareket ettiğini düşünüyorum. Unesco, Greenpeace gibi kurumların ya siyasi ya ekonomik bir tetikçilik yaptığını düşünüyorum samimi gelmiyor veya WWF... Şöyle bir örnek verebilirim, doğayı kaybetmemek üzerine çalışmalar yaptığını söylüyorlar. Emisyon salınımı üzerine Gambiya ile Amerika'nın emisyon salınımı elbette eşit değil. Bunlar kendi baskılarını Gambiya'yı sözleşmeye taraf yaparak kullanmaya çalışıyorlar ama Gambiya'nın zaten emisyon salınımı yok. Sen USA'e güç yetiremediğin için Gambiya üzerinden konuya sahip çıkmak çok gereksiz ve ticari. Gelişmekte olan ülkelere Gambiya'nın ne kadar az karbon salınımı yaptığını örnek vererek ilerlemeye çalışmak çok saçma.

Greenpeace'nin okyanustan petrol çıkarmak için yaptığı eylemlerde aynı şekilde Suudi Arabistan'da petrol çıkarılmaya devam edilsin, hali hazırda başka kaynaklar kullanmasın diye yapıldı gibi geliyor. Suudi Arabistan'daki petrol şirketleri bunlara destek oluyormuş gibi geliyor.

13 cm'ne ilgili bir çalışma, balık boyu ile ilgili çalışmada samimi gelmiyor. Ekonomik ve siyasi tetikçilik yapıyorlar. Seçtikleri konular da insanların derinlemesine bilgi sahibi olamayacağı konuları seçiyorlar. Tavuk çiftlikleri, karbon emisyonunu artırıyor ayrıca bu çiftliklerde tavuklara zarar veriliyor dendiğinde bu işe Greenpeace ile birlikte karşı olanların bu çiftler gerçekten buna neden oluyor mu diye derinlemesine araştırmıyor. Böyle bir motivasyonu yok insanların bu insanları kullanıyor. Tavuk yemeyin demek çözüm değil milyonlarca insan aç. Tavuk üretimi ucuz olabilmesi için endüstriyel olmak zorunda acaba tavuk yerine birileri soya üzerine yatırım yaptı da bundan dolayı mı tavuk çiftliklerine yönelik bir anti çalışma var diye düşünüyorum.”

Y Kuşığı Mensubu Sinem Ümeyiş'ten gelen cevap:

“Muhakkak tetikliyordur. Gündem yaratmak için de önemli. Birbirini tetikliyor.”

Verilen yanıtlar incelendiğinde sivil aktivizm çalışmalarına katılım göstermeyle KSS projelerine karşı farkındalığın oluşması ve katılımın olması arasında pozitif ilişki olduğuna dair ortak görüşleri yer almaktadır. Y Kuşığı Mensubu Uğurcan Bıkmaz ise ikisinin birbirinden ayrı olduğunu belirterek sivil aktivist hareketlerin de kendi alanlarında bağınaz görüşler taşıdığını belirtmektedir. Y Kuşığı Mensubu Mustafa Kemal Teköz ise sivil aktivist hareketleri de samimi bulmadığını bu nedenle de KSS projelerine karşı farkındalığa ve katılıma etkisi olmayacağını ifade etmektedir.

3.6.22. Sivil Aktivist Çalışmalara Şu An Katılım Gösterip Göstermediklerine Dair Görüşler

Geçmişte sivil aktivist çalışmalarda bulunmayanlar şu an da herhangi bir çalışmada aktif görev almamaktadır.

3.6.23. Gelecekte Sivil Aktivist Çalışmalara Katılım Gösterip Göstermeyeceklerine Dair Görüşler

Gelecekte sivil aktivist çalışmalara katılım gösterip göstermeyeceklerine dair görüşler çeşitli görüşler bulunmaktadır.

Y Kuşığı Mensubu Cemre Deniz Kazak'ndan gelen cevap:

“Bence katılmak için önemli etmen insanın çevresindekiler. Mesela benim için diyelim bir arkadaşımın, bir yakınımın duymadığım sürede kendim tek başıma gidip şunu araştırayım da kayıt olayım demiyorum. Bir tanıdıktan duyup görüş alıp böyle giderim.”

Y Kuşığı Mensubu Uğurcan Bıkmaz'dan gelen cevap:

“Planladığım yoktu ama son günlerde çocukların erken yaşta evlendirilmesinin önünü açan yasa tasarısına dair ilerleme kararı alınsaydı, buna katılım gösterirdim. Bu benim ayrıca hassas olduğum bir konu. Üzerime düşeni yapmayı düşünüyordum eğer konu devam etseydi.”

Y Kuşığı Mensubu Ömer Tekgül'den gelen cevap:

“Faydam dokunacağı bir şey olursa katılırım. Bana bir kanalla dokunduklarından ben bir aksiyon alırım aslında. Yani herhangi bir şey denk gelmiyorum. Ben Unicef'in Greenpeace'in yaptığı yöntemden çok sıkılmış durumdayım. Beşiktaş-Kadıköy vapurlarının boşaldığı noktada her gün aynı insanların aynı şeyleri anlatmasından sıkılmış durumdayım insanlara ulaşmak için farklı kanallar bulmalarını bekliyorum. Bu sorunları biliyor musunuz diyorlar evet diyorum yanıt biz yine de anlatalım. Sonra kredi kartı bilgisi isteniyor. Sıkıyorlar. Oradaki herkes aynı sıkın tepkiyi veriyor bu da itici geliyor.”

Y Kuşığı Mensubu Sinem Ümeiş'ten gelen cevap:

“Vaktim olursa gönüllü yer alırım ama ülkenin şartları bunda belirleyici. Şu an fiziksel güvenlik bir yana ideolojik farklılıklar da şu an ülkemizde çok rahatsız edici hale geldiği için zor”

Verilen yanıtlar incelendiğinde çevrenin teşvik edici olduğu, klasik yöntemlerden vazgeçilerek katılıma teşvik etmek için farklı yolların denenmesi gerektiği, ülkenin şartlarının da gelecek sivil aktivist çalışmalara katılımlarını etkileyeceği belirtilmektedir.

3.7. Araştırmanın Değerlendirilmesi

1950'li yıllarda akademik araştırmaların yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile ilgili Frederick, kurumların sahip olduğu kaynakları toplumun faydası için kullanması olarak tanımlamıştır. (Frederick, 2006). Frank Abraham profesyonelleşmenin yalnızca kar elde etmek değil aynı zaman çalışanlarını, müşterilerini ve halkını da düşünmek olduğuna vurgu yapmıştır. (Abrams, 1951) Bowen işletmelerin politikalarını oluştururken toplumun değerlerini göz ardı etmemesini kurumsal zorunluluk olarak belirtmiştir. (Bowen, 1953) Y kuşığı da akademik literatürde altı çizilen noktalarda belirtildiği gibi işletmelerden toplum yararına hareket etmesini, faaliyet gösterdiği toplumun sosyal sorunlarına karşı duyarlı olarak sosyal sorunların çözümüne yönelik aksiyonlar almasını beklemektedir. Paydaş teorisi modeline göre kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları kurumların paydaşları arasındaki diyalogu geliştirebilecek bir fırsat olarak

görülmektedir. (Pedersen, 2006) Y kuşağı kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının bu yönüne de vurgu yaparak kurumların bu tarz çalışmaları paydaşlarına ulaşmada bir fırsat olarak kullandığını ifade etmektedir. Öte yandan kurumsal sosyal sorumluluğu, kurumların ve markaların kendi iletişimlerinde bir fırsat olarak değerlendirdiğine ve bir sosyal fayda üretmediğine dair eleştiriler de bulunmaktadır. Y kuşağının bir kısmına göre kurumsal sosyal sorumluluk projeleri faydalı çalışmalar olabildiği gibi sosyal sorunların çözümüne odaklanmayarak kâr amacı güden çalışmalar da olabilmektedir. Bu da projelerin güvenilirliğini olumsuz etkilemektedir. Kurumsal iletişimin bir parçası olarak da konumlandırılan, sorunun çözümünden uzaklaşarak sadece iletişimi yapılan çalışmalar eleştirel bir dille ele alınmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının yardımseverlik çalışmalarıyla karıştırıldığı bu tarz çalışmaların kendi içinde ayrıştırılması yapılan bağış çalışmalarının kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin bir parçası olarak konumlandırılması gerektiği ifade edilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluk projelerinde sürdürülebilirlik de altı çizilen ve projelerin değerlendirilmesinde öncelikli kriterler arasında sayılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin alanı ile ilgili ise bir grup kurumun hedefleri ile örtüşen çalışmalar olması gerektiğini belirtse de bir grup da kurumun kendi alanından tamamen bağımsız sadece bir sosyal sorunun çözümüne hizmet edilmesinin samimiyeti artırdığı görüşündedir.

Eğitim alanında akılda kalan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri:

- Turkcell Kardelenler
- İş Bankasının Karne Günü
- Eğitim alanında TEGV'in projeleri var. Onlar aktif çalışmalar yürütüyor.

Kültür, sanat, tarih, spor alanında akla Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Cif'in Topkapı Sarayını temizlemesi

Kaybolmak üzere olan bazı el sanatlarının gelişmesi ve alt nesillere öğretilmesi ile ilgili çalışmalar

- İş bankası Bir Usta Bin Usta: Anadolu'da işin ehli ustaları desteklemesi
- Eti'nin çocuk tiyatrosu
- Opet'in tarih temalı projesi
- İş Bankası satranç
- TEB Tenise destek

Kadına yönelik akla Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Vodafone'un Kırmızı Işık Projesi X 2
- Kömürün isisi, sabunun misisi
- Koton markası yazın Şile bezi kumaşa etnik desenli bluzlar çıkarmıştı. Bu Güneydoğu'daki kadınlara el işçiliği ile yapmışlar.

Çocuklara yönelik akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Koç, Boyner, Eczacıbaşı Grubunun Doğu Anadolu'da yaptığı kadınların, kız çocuklarının eğitimi için yaptığı çalışmalar
- Sanko Holding İçeride Çocuk Var
- İpana'nın anaokulu açma projesi
- Türk Üniversiteli Kadınlar Derneği "Çocuk Gelinler" projesi
- Boyner'in nar Projesi, kız çocukları eğitime kazandırmakla ilgili.
- Toplum Gönülleri Vakfı-TOG'un hapisanede doğan veya bir şekilde küçük yaşta hapisaneye giren çocuklara yönelik yürütülen bir projesi
- Baba Beni Okula Gönder,
- Gülben Ergen'in Çocuklar Gülsün Diye

Çevreye yönelik akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Ekolojik okuryazarlık projeleri
- TEMA ile çevre duyarlılığı projeleri
- Falım'ın Sakız Ağaçlarını koruması
- Domestos'un İlkokulların Tuvaletlerini temizlemesi
- Aldığınız her bir Domestos'un belirli bir gelirinin okulların tuvalet temizliğine harcaması
- OPET için Temiz Tuvalet Projesi

Engellilere yönelik akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Görme engellilere yardımlar
- Türk Telekom'un KSS projelerinde Engelsiz TIVIBU.

Bilişim alanında akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Bilişimle ilgili projeler vb.
- QNB Finansbank'ın Microsoft ile yürüttüğü Minik Parmaklar Geleceği Programlıyor
- Microsoft'un Bilenler Bilmeyenlere Bilgisayar Öğretiyor projesi

Sağlık alanında akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Kızılay'a kan bağıışı şirket projeleri
- Şahin sucuklarının Kızılay Kan Bağıışı çalışması
- Bazı firmaların meme kanseri ile ilgili çalışmaları
- Mavi kapakların birikiminin felçlilere gitmesi

Toplumsal konulara yönelik akla gelen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

- Koç Meslek Lisesi Memleket Meselesi
- Belediyenin hayvanlara su ve yemek verme konusunda bilinçlendirme çalışmaları
- Bursa Mudanya Belediyesi'nin Zeytin Dalı isimli bir projesi: Geliri düşük insanlara yardım
- Benetton'un ırk ayrımcılığına yönelik yürüttüğü proje

Yapılan projeleri eğer doğru kurgulanırsa faydalı bulanlar olduğu gibi kurumsal sosyal sorumluluk projelerini genel olarak faydasız ve samimiyetsiz çalışmalar olarak kategorilendirenler de bulunmaktadır. En çok akılda kalan projelerin ağırlıkla kadınlara ve çocuklara yönelik projeler olduğu söylenebilir. Y kuşağının bir kısmı kurumların kendi faaliyet gösterdiği alandaki tecrübelerini ortaya koyabileceği çalışmalar beklerken bir kısım bu şekilde ilerlenmesini samimiyetsiz bulmaktadır. Özellikle bağıış düzeyindeki çalışmaların kurumsal sosyal sorumluluk çalışması olarak anlatılmasının rahatız edici olduğunu iddia etmektedir. Bir kısım hayata geçirilen birtakım projelerin yalnızca çıkar amaçlı olduğunu düşünmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde gönüllü olarak görev yapan Y kuşağı üyelerinin yanı sıra maddi bağıış yoluyla projelere destek olanlar da bulunmaktadır. Ağırlıkla üniversite yıllarında kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında yer alınmaktadır. Yakın çevrenin teşviki olması halinde katılım ve ilginin arttığı belirtilmektedir.

KSS projelerine katılım gösteren Y kuşağı mensuplarının geneli, bu konuyla ilgili fayda sağlamak, işe yarama duygusunu yaşamak motivasyonu ile hareket ettiğini ifade etmektedir. Gönüllü katılımdan çok nedene bağılı pazarlama kategorisindeki KSS çalışmalarına katılım göstermektedir. Kişisel ilgi alanlarının veya kendi yaşadıkları sorunların çerçevesinde KSS projelerine katılım gösterilmesi ağırlıktadır.

Y kuşağı çalıştığı kurumda benzer çalışmalara katılım için teşvik edildiğinde yer almaya gönüllü olduğunu belirtmektedir.

KSS projelerine katılım göstermeyenlerin nedenleri samimiyetsiz bulmaları, reklam amaçlı yapıldığına inanmalarındır. Y kuşağı mensupları akıllarında kalan, takip ettikleri KSS projelerine katılım için teşvik edilmediklerini iddia etmektedir. Ayrıca bu tarz projelerin siyasi görüşler içermesi de katılımları olumsuz etkilemektedir. Katılım göstermeyenlerin bir kısmı da sosyoekonomik statülerinin belirleyici rolüne dikkat çekmiştir.

Y kuşağı mensupları kurumlara samimi projeler yaparak gerçekten bir sorunun çözümüne odaklanmalarını, bir iletişim aracı olarak değil toplumsal sorumluluk misyonu ile çalışmalarını yürütmeleri tavsiye ederken kurumların y kuşağın projelerine katılımı için bir fırsat yaratmadığını belirttiği eleştirisi de bulunmaktadır.

Görüşülen Y kuşağının sosyal sorunlara karşı farkındalığı yüksektir. Kadına karşı şiddet, çocuk istismarı, çevre, engelliler, göç, eşcinseller, hayvan hakları ve mülteciler de bahsedilen sorular arasında yer almaktadır.

Bir grup sosyal sorunlara dair farkındalığın oluşmasında KSS projelerinin rolü olduğunu belirtirken, katılım için de teşvik edici fırsatlar yarattığı vurgulanmaktadır. Diğer grup ise tam tersi yönünde görüş vermiştir. Medyanın da sosyal sorunlar konusunda farkındalığı artırdığı ortak görüşler arasındadır. KSS projelerinin herkesin gündeminde olan sosyal sorunlara temas ettiği bilinmeyen bir soruna yönelik bir farkındalık yaratmadığı da iddialar arasındadır.

KSS projelerinin toplumsal sorunlarla ilgili herhangi bir farkındalık yaratmadığına inanan y kuşağı üyeleri nedenlerini belirtirken kâr amacı güden bir kuruluşun sosyal sorununun çözümü ile ilgili bir sorumluluk sahibi olmasını samimiyetsiz bulunması, kurumların sosyal sorumluluk projelerin hayata geçirirken bir yanda da farklı sorunlar yarattığı savunulmaktadır. Ayrıca projelerin sade ve anlaşılır yapılmamasının da hedef kitlenin farkındalığı artırmada olumsuz bir etken olduğu altı çizilen nedenler arasındadır.

Y kuşağına farkındalıkları artıracak KSS projelerine dair önerileri sorulduğunda samimi olması, projenin iletişiminin projesinin önüne geçmemesi, interaktif olması gibi görüşler alınmıştır. Bunun yanı sıra sosyal sorunun ve çözümünün hedef kitlenin farkındalığını artıracak platformlarda duyurulması ayrıca yapılan çalışmanın

sonuçlarının paylaşılmasının KSS projelerine karşı farkındalığı artırdığı belirtilmiştir. Sosyal sorunun ne olduğunu değil bu sorunun çözümüne ilişkin neler yapıldığının anlatılmasının bu noktada altı çizilmiştir.

Kurumların kurumsal sosyal sorumluluk projesi hayata geçirmenin yanı sıra sahiplenecekleri alanla ilgili her adımda aynı sorumluluk bilinciyle hareket etmesinin önemi üzerinde de durulmuştur.

Y kuşağı projelerin iletişimde geleneksel mecraların yanı sıra ağırlıkla dijital kanalların kullanılmasının farkındalığı artırdığı ayrıca ünlü kullanımının da etkili olduğunu ifade etmektedir.

Y kuşağına ilgi duydukları KSS projeleri ve nedenleri sorulduğunda bir grup spesifik projelerle örnekler verirken bir kısmı da direk kurum ve proje adının aklına gelmediğini ama ilgi duydukları çalışmaları örneklendirmiştir. Çocuklara ve kadınlara dokunan projelere ilginin yüksek olduğu söylenebilir.

KSS projelerinde yer alanların yer alma motivasyonları genelde fayda sağlamaktır. Kurumların çalışanlarını teşvik etmek noktasında etkili olduğu tüm bunlarla birlikte kişisel ilgi alanları da projelerde yer alma konusunda y kuşağını motive etmektedir. Y kuşağının sorundan haberdar edildiklerinde ve yönlendirildiklerinde sorunun çözümü için sorumluluk üstlendikleri söylenebilir.

Y kuşağı ilgi alanları, kendi içinde bulunduğu sorunların çözümüne ilişkin aksiyonlar içeren projelerde yer aldığını belirtirken projenin alanından çok projenin gerçekten bir sorunun çözümüne hizmet etmesinin önemine vurgu yapmaktadır.

KSS projelerine ilgi duymayanlar ve katılım göstermeyenler samimiysiz bulunmaktadır. Projenin iletişiminin projenin önüne geçmemesi önerilmektedir. Y kuşağına göre sosyal sorunların çözümüne ilişkin bir aksiyon alabilmek veya bu konuyu önceliklendirmek için kişinin belirli bir sosyoekonomik statüde olması gerektiği belirtilmektedir.

KSS projesine katılmayanlarda bir grup herhangi bir alan belirtemeyeceklerini ifade ederken bir grup ise eğitim, kadınlar, çocuklar, çevre gibi önceliklendirdiği alanlar olduğunu belirtmektedir.

Kamunun sorumluluk alması gerektiğini düşündükleri alanda hayata geçirilen kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ilgi duymalarına rağmen katılmadıklarını

ifade etmektedir. Kurumun kar sağladığı alanla ilgili bir çalışma yürütmesi de ilgiyi artırsa bile projelere katılım oranını olumsuz etkilemektedir.

KSS projelerinin başka alanlarda sivil aktivist hareketlere katılımındaki etkisine dair görüşler üçe ayrılmaktadır. Bir grup aralarında pozitif ilişki içinde olduklarını, bir grup böyle bir ilişki olmadığını, bir grupta ikisinin birbirinden ayrı şeyler olduğunu belirtmektedir. Sosyal sorunlarla ilgili farkındalığı artırmada KSS projelerinin tek başına yeterli olmadığı bu alanda yapılacak sivil aktivist çalışmaların da önemli olduğu belirtilmektedir.

Y kuşağı mensuplarının sivil aktivist çalışmalara ilgisinin ve katılımının yüksek olduğu söylenebilir. İlgi alanlarına göre çeşitli sivil aktivist çalışmalara katılım gösterenler ilerleyen yıllarda bu alanda hayata geçirilen sosyal sorumluluk projelerine ilgi ve katılım gösterdiğini ifade etmektedir. Sivil aktivist hareketleri de samimi bulmayanlar sivil aktivist çalışmalarının KSS projelerine karşı farkındalığa ve katılıma etkisi olmayacağını belirtmektedir.

Sivil aktivist çalışmalara katılım göstermeyen y kuşağı üyeleri şu an da böyle çalışmalar içinde yer almaktadır. Gelecekte sivil aktivist çalışmalara katılım gösterip göstermeyeceklerine dair görüşler farklı görüşler ifade edilmiştir. Çevrenin, gündeme gelen konunun onlar için öneminin, sivil aktivist çalışmanın insanlara ulaşma yönteminin, ülke şartlarının sivil aktivist çalışmaya katılımı belirleyici olacağı ifade edilmektedir.

SONUÇ

20. yüzyılda kapitalizmin “Bırakınız geçsinler, bırakınız yapsınlar” yaklaşımı doğal kaynakların hesapsızca tüketilmesine neden olurken nüfusun ve gelir dağılımındaki eşitsizliğin her geçen gün artması da 21.yüzyılda dünyayı yaşanmaz hala getirmiştir. 2016 yılında en zengin 64 iş adamının dünya nüfusunun yarısı kadar servetinin olduğunu açıklayan yardım kuruluşu Oxfam, 2017 yılında raporunu revize ederek dünyanın en zengin 8 milyardierinin sahip olduğu servetin dünyanın yarısının yani 3,6 milyar nüfusun sahip olduğu varlığa eşit olduğunu açıklamıştır. Dünya çapından hızla artan küresel sosyal eşitsizliğin nedenini siyasi ve ticari alanlardaki yanlış ilerlemelere bağlayan Oxfam, işletmelerin ve hükümetlerin kendi aralarında iş birliği yaparak toplumsal sorumluluk almaları gerektiğine dikkat çekmektedir. (www.oxfam.org, 2017)

Her geçen gün artan sosyal sorunlarla bugün yalnızca devletlerin mücadele edilebilmesi mümkün gözükmemektedir. Bu noktada iş dünyasının toplumsal sorunlarla mücadelede sorumluluk üstlenmesi elzemdir. Aksi halde işletmelerin varlığını sürdürmede başarısız olacaklarına kesin gözüyle bakılmaktadır. Bu nedenle bugün kâr amacı güden tüm kuruluşlar iş yapış süreçlerini yeniden ele alarak sosyal sorumluluklar üstlenmektedir. Özel sektör, sivil toplum örgütleri ve kamu el ele vererek toplumsal sorunlar için çözüm geliştirmek için çaba sarf etmektedir. Bugün sosyal sorunlarla ilgili sorumluluk almayan işletmelerin paydaşları tarafından cezalandırıldığı bir dönem yaşanmaktadır. Bu nedenle karşılaştığı skandallarla mücadele edebilmek, güven inşa edebilmek için iş dünyası kurumsal sosyal sorumluluğu daha fazla gündemine almaktadır. Bu çalışmada da Türkiye’de 25 milyon bireyden oluşan ve ülkemizin gerek sosyal gerekse ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayan Y kuşağının, sosyal sorunlara karşı farkındalığı ve sosyal sorunların çözümüne katılımlarında kurumların yürüttükleri sosyal sorumluluk projelerinin rolü ortaya konularak bu bulgular üzerinden kurumların Y kuşağının KSS projelerine katılımını artırmak için neler yapabileceğine cevap aranmıştır. Bu amaçla Türkiye’de y kuşağının sosyal sorunların çözümüne katılımlarında KSS projelerinin rolünü anlayabilmek için y kuşağı mensuplarının görüşlerini alınmış bu değerlendirmelerden yola çıkarak, işletmelerin hayata geçirdiği KSS projelerinde dikkat etmesi gereken noktalar, y kuşağının katılımını artırmak için hayata

geçirebileceği çalışmalara dair önerilerde bulunmak için bir araştırma hayata geçirilmiştir.

Araştırmanın örneklemini üniversite mezunu hem kadın hem erkeklerden oluşan y kuşağına mensupları (1981-2002 arası doğumlu olan) oluşturmaktadır. Nitel araştırma desenlerinden biri olan “olgu bilim” ile hayata geçirilen araştırmada; veriler, niteliksel ölçme araçlarından görüşme yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma kapsamında 13’ü kadın 13’ü erkek farklı yaş, mesleklerden KSS projelerine karşı farkındalığı olan veya olmayan, KSS projelerin katılmış veya katılmamış, geçmişte sivil aktivist çalışmalarda bulunmuş veya bulunmamış farklı profillerdeki y kuşağı mensuplarıyla birebir görüşmeler gerçekleştirilerek derinlemesine veriler elde edilmiştir.

Yapılan araştırma, Türkiye’de y kuşağının sosyal sorunların çözümüne katılımlarında KSS projelerinin rolünü ortaya koymaktadır. Buna göre:

Y kuşağının sosyal sorunlara karşı farkındalığı yüksektir. İşletmelerin toplumsal sorunlarla mücadelede sorumluluk alması gerektiğini düşünmektedirler.

Sosyal sorunların gerçekten çözümünde rol oynayacak projeler hayata geçirilmesi onlar için önemlidir. Aksi halde samimi projeler üretilmediğini bu tarz çalışmaları da takip etmediklerini belirtmektedirler. Kurumlar hayata geçirecekleri sosyal sorumluluk projelerinde gerçekten bir sosyal sorunun çözümüne hizmet etmeye dikkat etmelidir. Y kuşağının KSS projelerinden bir diğer önemli beklentisi sürdürülebilir projeler hayata geçirilmesidir.

Projelerin kurgusunun basit ve sade yapılması, erişilebilir projeler tasarlanması gerekmektedir.

Kurumlar yalnızca sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirmemelidir. Risk yönetiminde, maliyet tasarrufuna, sermayeye ulaşmadan, müşteri ilişkileri yönetimine, insan kaynakları yönetiminde ve insan kaynaklarının yeteneklerini geliştirmeye kadar iş modellerinin temeline sosyal sorumluluğu yerleştirmeli ve sosyal sorumlu davranışlar geliştirmelidir. KSS projelerini çıkar amaçlı ve samimiyetsiz bulan y kuşağı üyeleri katılım da göstermemektedir. Kurumların sosyal sorunları dert ediniyormuş gibi görünüp bir tarafta farklı sorunların yaratıcısı olması eleştirilmektedir.

Sosyal sorumluluk üslenen işletmelerin yaptıkları çalışmaların iletişimde dikkat etmesi beklenmektedir. KSS projelerinin iletişiminin projenin önüne geçmesi engellenmelidir.

KSS projelerine bir defa katılımın gösterenler kart topu etkisiyle başka projelerde de görev almaktadır. Y kuşağı hayata geçirilen projelerin gönüllü katılımı teşvik edecek şekilde kurgulanmadığını belirtmektedir. KSS çalışmalarına katılımı artırmak için y kuşağını projelerde gönüllü çalışmaya teşvik edecek mekanizmalar geliştirilmelidir.

Çevre, KSS projelerinden haberdar olma ve katılım göstermede önemli bir motivasyondur. KSS projelerinde görev alan y kuşağı üyeleri farklı kişilerin de gönüllü olmasını teşvik etmeleri için motive edilmelidir. Özellikle üniversite yıllarında gönüllü çalışma oranı fazla olduğu için hayata geçirilecek KSS projelerinde üniversitelilerin katılımını kolaylaştıracak yöntemlerle ilerlenmelidir. Aslında y kuşağı üyeleri teşvik edilse, projelerde gönüllü yer almaya adaydır.

Sivil aktivist çalışmalara katılım gösterenlerin bir kısmı bu çalışmalarla aktivist çalışmaları birbirinden ayırt ederken bir kısmı da ikisi arasında pozitif bir ilişki olduğunu düşünmektedir.

KSS projelerine katılım ile sosyal statü arasında doğrudan bir ilişki olduğunu düşünmektedirler. Sosyal statüleri artıca sosyal sorunların çözümüne katılımda daha fazla rol aldıklarını veya alacaklarını ifade etmektedirler.

KSS projelerinde kurumların kâr amacı güttüğü alanda çalışmalar yürütmesi projeye olan inancı olumsuz etkilemektedir.

Nedene bağlı pazarlama çalışmaları yürüten markaların tercih edildiği gözlemlenmektedir. Bu çalışmaların en kolay şekilde sosyal sorunların çözümüne katılım için teşvik edici olduğu ifade edilmektedir. Kurumlar ürünlerinden elden ettikleri karın bir kısmını sosyal sorumluluk çalışmalarına ayıracakları fırsatlar yaratmalıdır.

Projelerde ünlü kullanımı veya ünlülerin bir projeyi sahiplenmesi temas edilen sosyal soruna karşı farkındalığı artırmaktadır. Kurumlar daha fazla kişiye ulaşabilmek için kanaat önderleri ile çalışmalıdır.

KSS çalışmalarının ticari kaygıyla yapıldığını düşünen y kuşağı mensupları KSS ile sivil aktivist çalışmalar arasında bir bağlam olmadığını düşünmektedir.

İşletmelerin yaptığı bağış çalışmalarını kurumsal sosyal sorumluluk çalışması olarak tanımlaması y kuşağında rahatsızlık yaratmaktadır. Bağışlar kurumsal sosyal sorumluluk altında yapılan çalışmalardan bir olarak konumlandırılmalıdır.

Kurumlar, sosyal sorunlardan değil hayata geçirdikleri projelerle var olan sorunun çözümüne ilişkin neler yaptıklarından ve elde edilen sonuçlardan bahsetmelidir.

Y kuşağının ağırlıklı kullandığı mecra dijital iletişim kanallarıdır. Projelerin dijital iletişimde yaratıcı çalışmalar yapılması y kuşağının farkındalığını ve katılımını artırmaktadır.

Y kuşağının KSS projelerine katılımını teşvik etmek için faydalı olabileceğini hissetmeleri sağlanmalıdır. Bir işe yarama duygusu y kuşağının projelere katılımında önemli bir motivasyondur.

İşverenler çalıştıkları y kuşağı üyelerini gönüllü çalışmaya teşvik edecekleri fırsatlar yaratmalıdır. Çalışma saatlerinin bir bölümünü gönüllü çalışmalara ayırması sağlanabilir, katılabileceği sosyal sorumluluk çalışmaları konusunda bilgilendirilebilir. Ayrıca çalışanlar bağlı buldukları departmana göre KSS projelerinde görev alabilir veya alamaz olarak kategorilendirilmemelidir, pazarlamadan üretimde görev yapan kişiye çağrı merkezi çalışanına kadar her departmandan çalışan KSS projelerinde gönüllü çalışmaya teşvik edilmelidir.

Projelerde ortaya konan çalışmanın sonucunda ne olacağı doğrudan gösterilmelidir. İhtiyaç sahibinin kim olduğu, yapılacak yardımın gerçekten ihtiyaç sahibine ulaşım sağlayacağına dair bir güven mekanizması kurgulanması önemlidir.

KSS projeleri sosyal sorunlara karşı farkındalığı artırsa da tek başına yeterli görülmemektedir. Hayata geçirilen çalışmalarda sivil toplumun, medyanın da desteği alınmalıdır.

Y kuşağı kendi yaşadığı veya bulunduğu çevrede gözlemlediği soruların çözümünde daha fazla rol almaktadır.

Kurumlar kar sağladığı alanda değil, faaliyet gösterdiği alanın dışında kurumsal sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirmelidir.

Bu çalışma ile y kuşağını hedefleyen kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde dikkat edilmesi gereken noktalar ortaya konmuştur. Araştırma sonucunda elde edilen ve yukarıda da değinilen veriler; y kuşağının kurumsal sosyal sorumluluğa bakış açısı, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinden beklentileri, sivil aktivist çalışmalara

katılım eğilimi, KSS ile sivil aktivist çalışma arasındaki ilişkiyi tanımlama biçimini öğrenmek isteyen işletmeler için rehber konumundadır. Gelecekte yapılacak çalışmalar ve araştırılacak konuların belirlenmesinde bir alt yapı sunmaktadır. Türkiye'nin geleceğinde rol oynayacak 25 milyon bireyden oluşan y kuşağının kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında aktif rol alarak toplumsal birer fayda yaratması için daha fazla araştırma gerçekleştirilmesi ve yayın üretilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- (ATO), A. T. (2004, 10 10). *ATO'DAN AB KAPISINDA SİVİL TOPLUM DOSYASI*. 12 14, 2014 tarihinde Ankara Ticaret Odası (ATO): <http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=236> adresinden alındı (2017, Ocak 16). www.oxfam.org: (<https://www.oxfam.org/en/pressroom/pressreleases/2017-01-16/just-8-men-own-same-wealth-half-world>) adresinden alındı
- Abrams, F. K. (1951, March). Managements Responsibilities in a Complex World. *Harvard Business Review*, 29(3), 29-34.
- Ackerman, R. W. (1973). How companies respond to social demands. *Harvard Business Review*, 88-98.
- Aktan, Ç. C. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: İGİAD YAYINLARI.
- Aktan, Ç. C., & Şen, H. (1999). *Globalleşme, Ekonomik Kriz ve Türkiye*. TOSYÖV Yayınları.
- Antoni, G. D., & Sacconi, L. (2013). Social responsibility, activism and boycotting in a firm-stakeholders network of games with players conformist preferences. doi:<http://dx.doi.org/101016/j.sosec.2013.05.016>
- Archie , C. B., & Shabana, K. M. (2010, March). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 85-105.
- Blowfield, M., & Murray, A. (2008). *Corporate Responsibility a critical introduction*. Oxford University Press.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa, USA: The Federal Council of the Churches of Christ in America.
- Carroll, , A. B., & Schwartz, M. S. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three Domain Approach. *Business Ethics Quarterly*, 503-530.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 497-505.
- Carroll, A. B. (1987). In search of the Moral Manager. *Business Horizons*, 7-15.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 39-48.

- Commission, E. (2011). *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. Brussels: European Commission.
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 70-76.
- Dey, I. (2003). *Qualitative data analysis: A user friendly guide for social scientists*. Routledge.
- Donaldson, T. (1982). *Corporations and Morality*. Prentice-Hall.
- Ewen, S. (1996). *PR! A Social History of Spin*. A member of the perseus books group.
- Fleschner, S. (2008). Counseling Across Generations: Bridging the Baby. *Compelling Counseling Interventions*, 139-148.
- Frederick, W. C. (2006). *Corporation, be Good!: The Story of Corporate Social Responsibility*. Indianapolis: Dog Ear Publishing.
- Freeman, R. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. *Boston, Massachusetts: Pitman*, 46.
- Freeman, R. E. (2001). Stakeholder Theory of The Modern Corporation. *Perspectives in Business Ethics* Sie, 144.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility Of Business Is To Increase Its Profits. *The New York Times Magazines*, 57-63.
- Friedman, M. (2002). Capitalism and Freedom.
- Handy, C. (2002, December). What's a Business For? *Harvard Business Review*, 80(12), 49-55.
- Hodgson, G. (2006). What are institutions? *Journal of Economic Issues*, 1-21.
- Hyllegard, K. H., Yan, R.-N., Ogle, J., & Attmann, J. (2010, 08 10). The influence of gender, social cause, charitable support, and message appeal on Gen Y's responses to cause-related marketing. *Journal of Marketing Management*, 27:1-2, 100-123. doi:10.1080/02672571003683755
- İSMMMÖ. (2013). *Türkiye'nin Yaratıcı Geleceği / Y Kuşağı*. İSMMMÖ.
- Kartepe, S. (2008). Halkla İlişkilerde Güven Yaratma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergi*, 23.
- Keith, D. (1975). Five Propositions for Social Responsibility. *Business Horizons*, 18(3), 19-24.

- Kleiner, A. (1991). What Does It Mean to be Green. *Harvard Business Review*, 38–47.
- Kotler, P., & Lee, N. (2006).
- KOTLER, P., & Lee, N. (2008). (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Çev. Sibel Kaçamak*. İstanbul: MediaCat.
- Kurumu, T. D. (tarih yok). TDK:
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.56e58b0598aea3.19502412 adresinden alındı
- Lee, M.-D. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*(10), 53-73.
- Lehto, X. Y., Jang, S. S., Achana , F. T., & O'Lear. (2008). Exploring tourism experience sought: A cohort comparison of baby boomers and the silent generation. , 14(3),. *Journal of Vacation Marketing*, 237-252.
- Levitt , T. (1958). The Dangers of Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 41-50.
- Lindgreen, A., & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 1-7.
- Lower, J. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse*, 80-85.
- Lulewicz-Sas, A. (2013). *Corporate Social (ir)responsibility*. Białystok: Agencja Wydawnicza EkoPress Białystok. doi:ISBN 978-83-62069-35-4
- McCordle, M., & Wolfinger, E. (2010). Generations defined. *Ethos*, 8.
- McGlone, T., Spain, J. W., & McGlone, V. (2011). Corporate Social Responsibility and the Millennials. *Journal of Education for Business*, 86, 195-200.
doi:10.1080/08832323.2010.502912
- Monetle, D. R. (1990). *Applied Social Research*.
- Now, G. J. (2016, September 12). 10 biggest corporations make more money than most countries in the world combined. Londra, Offley Road, İngiltere.
<http://www.globaljustice.org.uk/news/2016/sep/12/10-biggest-corporations-make-more-money-most-countries-world-combined> adresinden alındı
- OXFAM. (2016). *An Economy For The 1%*. İngiltere: OXFAM.

- Özüpek, M. N. (2005). *Kurum imajı ve sosyal sorumluluk*. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Özüpek, M. N. (2008). Sosyal Sorumluluk. *Halkla İlişkiler, Tablet Yayınları*, 251–289.
- Patton, M. (1987). *Newbury Park, CA*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Pedersen, E. R. (2006). Making Corporate Social Responsibility Operable: How Companies Translate Stakeholder Dialogue into practice. 137-163.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002, December). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 80(12), 56-69.
- Prakash, S. S. (1975). Dimensions of corporate social performance: An analytical framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64.
- Robert, H., & Gray, E. (1974). Social Responsibilities of Business Managers. *Academy of Management Journal*, 135-143.
- Savaş, V. F. (1997). *İktisadın Tarihi, Liberal Düşünce Topluluğu*. İstanbul: Avcıol Matbaacılık.
- Smith, R. (2011). Defining Corporate Social Responsibility: A Systems Approach For Socially Responsible Capitalism. University of Pennsylvania.
- Strauss , W., & Howe , N. (1991). Generation Z.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research* . Newbury Park, CA: Sage.
- UNFPA Türkiye. (2014). 12 14, 2014 tarihinde <http://www.unfpa.org.tr/>: <http://www.unfpa.org.tr/v2/pages/posts/duenya-nuefusunun-durumu-raporu-2014-462.php> adresinden alındı
- Vural, Akıncı, B. Z., & Bat, M. (2013). *Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Wartick , S. L., & Cochran, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 10, 758-769.
- Werther Jr., W. B., & Chandler, D. (2006). *Strategic Corporate Social Responsibility Stakeholders in a Global Environment*. Sage Publications, Inc.
- Williams, C. K., & Page, A. R. (2011). Marketing to the Generations. *Journal of Behavioral*, 3-13.

Yamak, S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*2007. Beta Yayınları.

Yıldırım , A., & Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yıldırım, A., & Şimşek. , H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

EK-1

GÖRÜŞME FORMU

GİRİŞ 5 DAK

Katılımcıya kendinizi tanıttin ve sizi kabul ettiği için teşekkür edin.

Bu araştırmayı neden yaptığınızı kısaca açıklayın.

Görüşme prosedürünün ve görüşmeyi yapan kişinin rolünün açıklanması: Katılımcıya çeşitli sorular soracağınızı ve kişisel deneyimler ve görüşler ile ilgili olan bu görüşmenin bir bilgi testi olmadığını, soruların doğru ya da yanlış cevapları bulunmadığını, sizin katılımcının görüş ve deneyimlerini dinlemek için orada olduğunuzu belirtin.

Teyp kaydı için izin alın ve yapılan kaydın sadece raporlama amaçlı kullanılıp, üçüncü kişilerle paylaşılmayacağını, yayınlanmayacağını açıklayın.

Katılımcıdan kendisini tanıttirmasını isteyin.

Y Kuşağı Üyesini ve Sivil Aktivist Hareketlere Karşı Tutumunu Tanıma: 15 Dakika

KİŞİYİ TANIMA

- Adı Soyadı
- Kaç yaşındasınız?
- Mezuniyet düzeyiniz hakkında bilgi alabilir miyim? (lise, üniversite, vb.)

A.1. FARKINDALIK (Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını konusundaki bilgi sahipliği)

- Kurumsal Sosyal Sorumluluk sizce nedir?
- (Moderatör notu: Kişinin kendi tanımını yapmasına fırsat ver. Ardından tam tanım yap ki aynı çerçevede konuşulduğundan emin olunsun.)
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri konusunda fikrinizi öğrenebilir miyim?
- Aklınıza gelen KSS projeleri var mı? Varsa neler?

- Bildiğiniz bir KSS projesi varsa sizin bu proje ilgili düşüncelerinizi öğrenebilir miyim?

A.2.KATILIM

- Siz KSS proje/projelerinde görev aldınız mı?
- Eğer katıldıysanız sizi bu projede görev almaya iten motivasyon neydi?
- Yer almadıysanız nedenleri nelerdir?
- Yer almanız için sizi teşvik edecek motivasyon unsurları neler olurdu?

A.3.KSS'NİN SOSYAL SOSYAL SORUNLARIN FARKINDALIĞINA ETKİSİ

- Yaşadığınız toplumda gözlemlediğiniz sosyal sorunlar nelerdir?
- Eğer gözlemlediğiniz sosyal sorunlar varsa bunlarla ilgili farkındalığınızın oluşmasında kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin rolü oldu mu?
- KSS projelerinin sosyal sorunlara karşı farkındalığınızı artırdığını düşünüyor musunuz?
- Artırmadığını düşünüyorsanız sizce nedenleri neler?
- Sizin farkındalığınızı artıracak KSS projesi nasıl olmalı?

A.4.KSS'NİN SOSYAL SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE KATILIMINDA ETKİSİ

- Hangi KSS projelerine ilgi duydunuz/duyuyorsunuz? Nedenleri nelerdir?
- KSS proje/projelerinde yer aldıysanız sizi bu projenin bir parçası olmaya teşvik eden motivasyonlar neler oldu?
- Projenin alanı sizin projede görev almanızda etkili oldu mu?
- Eğer KSS projelerine ilgi duymuyorsanız ve katılım göstermiyorsanız nedenleri nedir?
- Bir KSS projesine katılmanız için projenin hangi sosyal sorunlara dokunması gerekiyor?

- Katılmadığınız ama ilgi duyduğunuz KSS projeleri var mı? Varsa bu proje/projelere neden ilgi duyuyorsunuz?
- Sizce KSS projeleri başka alanlarda sivil aktivist hareketlere katılmanızda teşvik edici mi?

SİVİL AKTİVİZM EĞİLİMİ KONUSUNDA BİLGİ EDİNME

(Moderatör notu: Burada kısaca kişinin sosyal aktivizm eylemlerine eğilimi ve kurumların KSS projelerinin onların bu tutumuna etkisi olduğunu düşünüp düşünmediğini anlamaya çalış.)

- Geçmişte sivil aktivizm çalışmalarına katılım gösterdiniz mi?
- Evetse ne tarz çalışmalarda görev aldınız?
- Sivil aktivizm çalışmalarına katılım göstermeniz KSS projelerine karşı farkındalığınız oluşmasında veya KSS projelerine katılmanızda rol oynadı mı?
- Hayırsa şu an katılım gösteriyor musunuz?
- Katılım göstermeyi düşünüyor musunuz?

(Moderatör notu: Önce spontane cevap vermesi için fırsat tanı, sonra eğer gerekirse irdele...)

(Moderatör notu: KSS çalışmalarından bahsederken “kendisinin bu projelere katılımından ve onu sosyal sorunları görmesi ve çözümü için aksiyon almasında teşvik edici olduğundan bahsetti mi, ne şekilde bahsetti dikkat et.)

C. SONUÇ 5 MİN

- Buraya kadar konuştuklarımızdan benim anladıklarım şöyle... (Moderatör notu: Sadece önemli noktaları/key pointler üzerinden giderek kısa bir özet yap.)
- Sizin eklemek istediğiniz başka noktalar olabilir mi?

Zamanınız ve katkılarınız için teşekkürler.