

DANIŞ NAVARO

İŞ DÜNYASINDA

ETİK VE ÇAKALLAŞMA

Neoliberal İş Dünyasında
Ahlakın Çöküşü



Remzi Kitabevi

İstanbul doğumlu Daniş Navaro, St. Michel Fransız Lisesi'nden mezun olduktan sonra İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonomi Bölümü'nde lisans derecesi, Fransa Orléans Üniversitesi'nde "24 Ocak Kararları Doğrultusunda Türkiye'de Uygulanan Para ve Bütçe Politikaları" adlı bitirme tezini sunarak makroekonomi alanında yüksek lisans derecesi almış, felsefe anabilim dalında İstanbul Maltepe Üniversitesi'nde "İnsansal Dünyada Yabancılaştırıcı Akıl ve Etik Akıl" adlı teziyle de doktora öğrenimini tamamlamıştır.

Çeşitli üniversitelerde yüksek lisans, *executive* MBA ve doktora programlarında, işletme ve felsefe alanında, çağdaş yönetim, liderlik, rekabet stratejileri, iktisat felsefesi, çalışma felsefesi, meslek etiği dersleri vermiştir.

Akademik çalışmaları felsefi antropoloji, varoluş felsefesi ve etik alanında yoğunlaşarak, özellikle insan ve iş dünyasını merkeze almış, kapitalizm ve iktisadi sistemler, iktisat felsefesi, sistem olarak işyeri, çalışma düşüncesi, yabancılaşma problemi ve iş etiği gibi konular üzerinde ilerlemiştir.

Daniş Navaro, aynı zamanda profesyonel iş dünyasında otuz yılı aşkın yöneticilik deneyimiyle hâlen çokuluslu bir kuruluşun Türkiye CEO'su ve yönetim kurulu başkanı olarak görev yapmaktadır.

Yazarın diğer kitapları:

Kariyer ve Varoluş, 1-5. baskı: Elma Yayınevi, 2014, 6. baskı: Remzi Kitabevi, 2018; *Career and Existence*, İngilizceye çeviren: Bora Koçar, Sosyal Yayınlar, 2022

İnsan Dünyasında Yabancılaştırıcı Akıl ve Etik Akıl, Sosyal Yayınlar, 2017

Şirket Quo Vadis?, Remzi Kitabevi, 2021

Dr. DANİŞ NAVARO

İŐ Dünyasında Etik ve Çakallaşma

Neoliberal İŐ Dünyasında Ahlakın Çöküşü



Remzi Kitabevi

İŞ DÜNYASINDA ETİK VE ÇAKALLAŞMA / Dr. Daniş Navaro

© Remzi Kitabevi, 2026

Her hakkı saklıdır.

Bu yapıtın aynen ya da özet olarak
hiçbir bölümü, telif hakkı sahibinin
yazılı izni alınmadan kullanılamaz.

Yayına hazırlayan: Eylül Duru

Kapak tasarımı: Ömer Erduran

ISBN 978-975-14-2287-3

BİRİNCİ BASIM: Mayıs 2026

Kitabın basımı 1500 adet yapılmıştır.

Remzi Kitabevi A.Ş., Akmerkez E3-14, 34337 Etiler-İstanbul

Sertifika No: 10705

Tel (212) 282 2080 Faks (212) 282 2090

www.remzi.com.tr post@remzi.com.tr

Baskı ve cilt: Seçil Ofset, 100. Yıl Mah., Matbaacılar Sitesi

4. Cad. No. 77, Bağcılar-İstanbul

Sertifika No: 44903 / Tel (212) 629 0615

Daha İyi

Daha Doğru

Daha Güzel

Daha Refah

*Toplumsal İyiyi
ve Mutluluđu Gözeten*

Bir İş Dünyası için

Koşulsuz Değer:

ETİK

İÇİNDEKİLER

Önsöz.....	9
Giriş.....	13

1. BÖLÜM, 27

Neoliberal İş Dünyasının Etik Açısından Durumu: Saha Notları.....	27
---	----

2. BÖLÜM, 90

Etik ve İş Dünyası	90
2.1 Etik Hakkında	90
2.2 Erdem Etiği.....	97
2.3 Ödev Etiği	105
2.4 Fayda Etiği	113
2.5 Araçsal Akıl – Etik Akıl	123

3. BÖLÜM, 140

İş Dünyasında Etik Çöküşün Tarihsel Seyri Defteri ve Etik'in Bulanıklaşması	140
3.1 Kapitalizmde İş Ahlakının Tarihsel Seyri ve Yapısal Unsurların Nitelik Değiştirilmesi.....	142
3.2 Neoliberal İş Dünyasında Etikler Sıralamasının Tersyüz Olması, Etik Bulanıklaşma ve Sonuçları.....	172

4. BÖLÜM, 201

İş Dünyasında Etik Çöküş: Çakallaşmalar ve Üç Göstergesi.....	201
4.1. Çakallaşma 1- “Akıllı (Rasyonel)”dan “Kurnaz”a: Bir Ahlak Sorunu Olarak Karakter Çürümesi ve Erdem Etiğinin Sonu	201

4.2. Çakallaşma 2- “Bireysel”den “Bireyci”ye: Bir Ahlak Sorunu Olarak Bireyciliğin Görünümleri ve Ödev Etiğinin Sonu	245
4.3. Çakallaşma 3- “Faydacı”dan “Çıkarıcı”ya: Bir Ahlak Sorunu Olarak Çıkarıcılık Bataklığı ve Fayda Etiğinin Çarpıtılması	297

5. BÖLÜM, 340

İş Dünyasında Etik Çöküş: Olası Sistemsel Nedenler	340
Sonsöz	369
Kaynaklar.....	381
Tablo Listesi	386
Ad Dizini.....	387
Konu ve Kavram Dizini	391

ÖNSÖZ

Şirketler genellikle mesleki veya bilimsel yanlışlardan, yanlış strateji ve örgütlenmelerden, pazarlama hatalarından, kötü yönetimlerden ve hatta beklenmedik derecede olumsuz pazar koşullarından batmaz. Bireyler de iş hayatında veya kariyerlerinde, yaptıkları profesyonel hatalardan dolayı yıkılmaz. Bunlar başa gelir, ama bunlarla bir şekilde ve genellikle başa çıkılır, biraz da azimle ve vazgeçmemekle doğru yol bulunur. Gerek şirketler gerek bireyler için asıl anlamda yıkıcı olan yaptıkları etik yanlışlardır, ahlakın yolundan sapmalarıdır. Bunlar tamir edilemez, en azından tamirâtı çok uzun yıllar alır, belki de hiçbir zaman önceki saf, temiz ve itibarlı duruma ulaşamaz, bunlardan geri dönülemez. Çünkü etik öyle bir alandır ki, bozuldu mu, öznenin (kişi ya da kurum) üzerinde leke bırakır; şan, şöhret, itibar, değer, saygı, sevgi, ilişkiler büyük zarar görür; isim, kimlik zedelenir. Etik özneyi “yapar”, etiksizlik özneyi “yıklar”. Etik, öznelik durumu açısından *to be* (olmak) ya da *not to be* (olmamak) alanıdır.

Bu bakımdan etik, “insan olma” bağlamında ontolojik (varlıksal) bir alandır. Bilimsel bilgi, mesleki bilgi, stratejik bilgi, teorik ve pratik bilgi, profesyonel hayat bilgisi, bunların hepsi okullarda öğretilir ve ortalama bir iş zekâsına sahip olan her patron, her yönetici, her çalışan, her kurum bunları bilir ve genelde uygular. Bunlar uygulamada çok da zor alanlar değildir. Çünkü işin aslına bakılırsa bilimsel cevap bellidir, mesleki açıdan doğru olan bellidir, ortalama derecede iyi bir strateji hedeflere ulaşmak için yeterlidir. Buna karşılık etik alan öyle değildir. Etik ve etiğin bilgisi bir “insan olma”, hatta bir “olma” meselesidir. Hem uzunca bir öğrenme, deneyimleme, sınanma, yapma-etme süreci gerektirir, hem de özellikle “çıkarlar” dünyasını ilgilendiren tarafla ayartmalara, yoldan çıkmalara karşı sağlam, sarsılmaz bir duruş, olmazsa olmazdır. Etik, çoğu zaman öznenin özgür iradesiyle vereceği ahlaki “seçimler” dünyasıdır. Buradaki seçim, çoğu zaman da insanın rasyonel aklından ziyade, duygusal ve normatif boyutunun devreye girmesiyle yapılır.

Fark edileceği gibi, kitabın adında dikkat çeken sert ve argo bir ifade var: “Çakallaşma.” Çakallaşmanın anlamını internette şöyle bir araştırdığımız zaman ahlaksızlığı içeren terimler ve açıklamalarla karşılaşırız: Uyanıklık, etik olmayan davranış, insanların iyi niyetini sömürerek bir şeyler elde etmeye çabalamak; kurnaz, açık göz, huysuz ve görgüsüz davranmak diye liste uzayıp gidiyor. “Çakal” terimi, genellikle kurnazlık yaparak belirli bir konuda öne çıkan, sinsi işler çeviren ya da düzenbaz olan kişi ve kişiler adına kullanılan mecazi bir anlama sahip.

Bazen günlük hayatın en derinlerinden gelen argo bir terim, akademik kavramların bile layığıyla temsil etmekte zorlanacağı bir gerçekliği son derece nitelikli, anlaşılabilir, hissedilebilir ve çarpıcı bir şekilde dile getirebiliyor. Kendisine özgü bir içsellik, güçlü bir samimiyet, duyguyadokunurluk ve elektrikle günlük hayatta sık sık karşılaşılan durumların içine derinlemesine nüfuz ederek onları etkili ve çarpıcı bir şekilde dile getirmek belki de argo terimlerin büyük avantajı. İş dünyasının yaşamakta olduğumuz bu son dönemde giderek genelleşen ve hatta normalleşen etiksizlik durumunu ve bu durumun temel aktörü olan ahlaksız özneyi argo da olsa çok iyi betimleyen bir terim olduğunu düşündüğüm için böyle bir metafor kullanmayı özellikle tercih ettim.

Kitap boyunca günümüzde içinde bulunduğumuz ekonomik sistemi irdelerken kullandığım bir diğer dikkat çekici terim, “neoliberal” kapitalizm. Çünkü kapitalizmin dönemselsel olarak neoliberal aşamasındayız. Neoliberalizm en temelde özel sektörün, serbest piyasanın, vahşi rekabetin ve ekonomik liberalizmin kontrolsüzce gerçekleşmesidir. Neoliberallerin iddialarına göre bu sistemde merkezi otoritenin müdahalesi, düzeltme hamleleri, denetleme süreçleri ya hiç yoktur ya da minimum seviyededir. Uygulamalara baktığımızdaysa, bu sistemin akıcı bir şekilde işlemesi için merkezi bir otoritenin etkin varlığını gördüğümüz inkâr edilemez bir gerçek olarak karşımıza çıkar. İçinde bulunduğumuz sistem ve dönemi anlatırken “neoliberalizm” vurgusu yapmak, ulaştığımız sonuçların oluşmasında bu sistemin özellikle pay sahibi olduğunu belirtmek açısından önemlidir.

Bu metin, genel olarak akademik yazından beslense de akademik bir metin değil. Böylece sözcük ve üslup seçerken bir nebze özgürleşmiş olduğumu görüyorum. Yazarken de kuram ve kuramcılara, filozoflara, yaşanmış örnek vakalara ve bir iş insanı olarak neredeyse kırk yıla varan kişisel deneyimlerime yaslandım.

Etik ya da ahlak, bu iki sözcüğü duruma göre, çoğu zaman birbirinin yerini tutacak şekilde karışık kullanacağım.

Bu kitabı, iş dünyasında son yıllarda giderek büyüyen, çalışma hayatına başlayan yeni nesillerin de bizzat yaşamakta oldukları değer erozyonuyla içinden çıkılmaz bir hale dönüşen etik çürümeyi gözler önüne serilemek için yazdım ve adını “Çakallaşma” koydum. Çünkü iş dünyası bir “çakallaşma” serüvenine dönüştü.

Dr. Daniş Navaro
İstanbul, Ataşehir, 28 Haziran 2025

GİRİŞ

8 Ekim 2023 pazar günü, saat 11:00'de İstanbul'da bir pazara gittim. Yarım kilo biber aldım. Fiyat etiketine baktım ve 15 lira uzattım. "Ağabey 30 lira," dedi genç satıcı. "Etikette 30 TL / kg yazıyor," diye cevap verdim. "Etiket-te yarım kilosu 30 lira yazıyor," dedi satıcı. Biraz daha dikkatlice yeniden baktım, meğer doğruymuş, etikette "yarım kg = 30 TL" yazıyormuş ama algılayamamışım! Algılayamamak mı? Niye algılayamayayım ki? Biraz düşününce fark ettim, pazaryeri karmaşasında, iki arada bir derede, ellerim zaten dolu, kalabalığın bağırışları arasında aceleyle iş yapayım derken, kurnaz pazarlamanın ağına düşmüşüm. Aslında bir tür tuzak yani! Sayısız ve yaratıcı (!) pazarlama tuzaklarından bir tane daha! Normalde, müşterinin alışlagelmiş ticari aklı, etiketteki birimi, TL/kg olarak değerlendirir. Çünkü düz ve "alışmış" akıl öyle işler, her şeyin kilo fiyatı yazılır etikete. Meğer "yarım kg 30 lira" diye yazmış kurnaz satıcı! "Yanılıcı etiket!" dedim, bir tür hafif kızgınlıkla karışık refleksle, 25-30 yaşlarındaki genç satıcıya. O da tüm dürüstlüğüyle "Haklısın abi," dedi. Ama hiç de rahatsız olmuşa benzemiyordu. "Dürüst değil ama!" dedim. Satıcı yine tüm dürüstlüğüyle (!) kıs kıs gülümseyerek "Evet, dürüst değil abi!" diye cevap verdi. Kurnaz ve etik-duyarsız yeni özne işbaşındaydı işte. Neoliberal ahlaka hoş geldiniz!

Başka bir deneyim: 2024 yılının şubat ayında kahve makinesi araştırması yapıyordum. Bu konudaki tanınmış mağazalardan birine girdim. İlgili reyondaki satıcı, değişik kahve makineleri ve satış koşulları hakkında bilgi verdikten sonra belli ki mağaza yönetiminin talimatları doğrultusunda asıl satmak istediği makinenin önüne giderek "Bu makine son derece kaliteli ve şu anda kampanyaya girdi," dedi. "Yaklaşık 45 bin TL'den 29 bin TL'ye düşüyor birkaç gün için!" Nedenini sorduğumda satıcı, markanın "sevgililer günü" armağanı olarak bu indirimi uygulamaya başladığını söyledi. Ne kadar rasyonel ve inandırıcı (!) değil mi? Satıcıya güvenemedik ve ürünü almadık. Buna benzer çok sayıda örnek var. Örneğin diğer bir örnek şöyle:

Tanınmış bir özel sağlık grubundan “sevgililer günü” vesilesiyle gelen sms mesajı: “Sevgimiz taşıyor... Check-up programlarıyla siz ve sevdiklerinizin sağlığı için yanınızdayız.”

Şaka gibi değil mi? Kapitalizm normalde “akılcılık” (rasyonalite, rasyonel olmak) üstüne bina edilen bir üretim sistemidir. Bu akılcılık, günümüzde giderek salt maddi çıkarlarını savunan bir (antipatik) akılcılık türüne dönüşmüş olsa da kendi doğası çerçevesinde makul görülebilir. Gerçekten de eskiden, hiç olmazsa gerçek durumu yansıtan, mantıklı, akla yatkın, rasyonel ekonomik nedenlerden dolayı (sezon sonu, seri sonu, likidasyon, kapatma, yeni bir ürün lansmanı vb.) indirim kampanyaları ve tanıtımlar yapılır ve tüketiciler bu gibi süreçlerde öyle ahlakdışı veya akıldışı anormalliklerle karşı karşıya kalmaz ve bunları yadırgamazdı. Bugünse markalar, bilinçli ya da bilinçsiz, ahlaki kaygılardan uzaklaşarak yüzsüz-arsız bir hal alan ve tüketici güvenini neredeyse sıfırlayan yeni ve ahlaksız bir ticaret ve pazarlama faaliyeti içinde; fiyat indirimleri, dinamik fiyatlamalar, psikolojik fiyatlamalar, promosyonlar, lansmanlar, kampanyalar ya da tanıtımlar yaparken rasyonel nedenlere bile dayanma gereği hissetmeyip, deyim yerindeyse karşılarındaki müşteriyi / tüketiciyle alay ediyor gibi davranıyor ve bundan da zerre kadar rahatsız değiller! Bir tür çıkarıcı ama rasyonel olmayan, çıkarıcı irrasyonel kapitalizm.

Dört bir tarafımızdan iş dünyasıyla sarılmış durumdayız. Aşağımız yukarımız, sağımız solumuz her yer her an iş dünyası. 360 derece ve 24 saat! Bu dünyanın birazcık da olsa dışına çıkabilip rahatça bir nefes alabilmek tamamen imkânsızlaştı. Üstelik kaç yaşında olursak olalım, kadın veya erkek, ne iş yaparsak yapalım, hiç fark etmiyor. Bir taraftan çalışan olarak, bir taraftan müşteri olarak. Ama en önemlisi, herhangi bir şirketin hedef kitesinde alınının tam ortasından vurularak sağılacak (!) bir ekonomik potansiyel her birimiz. Aslında gündelik yaşantımızda, hiç olmazsa sadece belli bir zaman aralığıyla ve belli mekânlarla sınırlı olan bu durum (örneğin mesai saatleriyle alışveriş alanlarında), son yirmi yılda internet, sosyal medya ve dijitalleşmeyle birlikte mekân ve zamandan da bağımsızlaşarak her yerde ve her anda yakamıza yapıştı. Evet, artık sabahtan akşama kadar, daha doğrusu sabahtan ertesi sabaha kadar dijital pazarlama saldırılarının da ana hedefiyiz. Yani geceleri uyurken bile algoritmaların *the big data* havuzlarında davranışlarımız analiz ediliyor. 24/24-7/7. *Non stop* iş dünyası! *Non stop* kapitalizm! *Non stop* neoliberalizm! Oysa bizler çok iyi biliyoruz ki hayat “iş hayatı”ndan büyüktür!

Durum böyle olunca, etiğin yeni adı da “şirket” oluveriyor: Evet “şirket”, yani “işyeri”, hayatımızın çok büyük kesimini geçirdiğimiz, hayatımızı tükettiğimiz ya da hayatımızı tüketen işyeri olarak şirket. Şirket ve onun bize dayattığı “iş hayatı”nın normları yeni etikdir artık: Performans, hedef, rekabet, verimlilik, etkinlik, sadakat, kaynak, taahhüt, kariyer, para, kâr, satış ve daha fazlası. İşletmeyle ya da iktisadi alanla ilgiliymiş gibi görünen tüm bu kavramlar, olgular, aslında hayatımızın tamamına derinlemesine işleyen yeni “etik norm”larımız haline geldi ve bu açıdan ciddi bir şekilde sorgulanmayı hak ediyor. Bu normlar, uzun bir zamandır işyerinin dışına taşı ve hayatımızın tamamını ele geçirdi. Neoliberal özne, neoliberal insan, neoliberal akıl, neoliberal yaşam tarzı, çağımız iş dünyasında, çalışanların hayatta kalabilmesi için onlara dayatılan yegâne etik haline geldi.

Nereye gidersek gidelim, sahte gülümseyen suratlar bize bir şeyler satmaya çalışıyor. Doktorlar, avukatlar, devlet memurları, politikacılar, eğitimciler gibi bir zamanlar idealist olarak nitelenen meslek kategorilerinde çalışanların önemli bir kısmı bile aslen temsil ettikleri yüksek değerleri ve yüce kurumları unutup basitçe ticaret peşinde koşar oldu. Özel bir hastaneye girer girmez öncelikle hastalığımızın ne olduğunu değil, özel sağlık sigortamızın olup olmadığını soruyorlar; binbir tane gereksiz ama maliyetli testlerden geçiriyorlar; meslek odaları kendi kendilerine ürettikleri fahiş tarifelerle sektörel rekabeti önlemeye çalışarak kârlarını artırmaya çalışıyor. Avukatlık mesleği artık bir değer olarak adaleti temel alan idealist emellerle değil, para kazandıran bir meslek olması itibarıyla gençler tarafından seçiliyor! Eğitim kurumlarının haliyse tam bir içler acısı! Okullar (özellikle özel okullar) eğitim pazarlama şirketlerine dönüştü; öğrenciler müşteri, veliler finansör! 100 üstünden 90 aldığı zaman çocuğunun performansından (sözde) memnun olmayıp ilgili notun düşüklüğü (!) veya ödevlerin çokluğu ya da zorluğu hakkında şikâyet etmek için okul yönetimini aramak kadar cüretkâr, saldırgan, şımarık, okul yönetimine ve öğretmene parasıyla hükmetmeye çalışan edepsiz veliler de işin cabası! Üniversitelerdeyse artık müfredatın, öğretim kadrosunun, eğitimin içeriği ve niteliği değil, sosyal tesisler, sosyal etkinlikler önemli. Siyaset zaten bambaşka bir âlem ve buradaki asıl konumuz olmamakla beraber değinmeden geçemeyeceğiz. Politikacıların son zamanlarda giderek çoğalan ve hiç çekinmeden öne sürdükleri “para ya da çıkar karşılığı karşı oy” anlamına gelen şantajları ne kadar sıradanlaştı değil mi? Asgari ücret, emekli aylıkları, özel ekstra ikramiyeler, ödemeler, yardımlar, sektörel tarifeler, yol-köprü, asfalt vaatleri ve benze-

ri birçok alanda içler acısı bir vatandaş-siyasetçi ilişkisi. Ahlaksız popülizm aldı başını gidiyor.

Daha da ötesi var: Hayat bir işletmeye dönüştü. Her birey, kendi kendisinin projesi haline geldi. “Kendini gerçekleştirme” kavramını neoliberal öğreti aldı, bir “işletme”ye dönüştürdü ve çarpıttı; modern özneyi, bu kavramı da işin içine sokarak tüm hayatını bir şirketmiş gibi yönetmesi buyruğuyla kandırdı. Özne olmayı, birey olmayı, kişi olmayı, meslek sahibi olmayı ve daha bir sürü şeyi bıraktık; hepimiz, sistemin kafamıza vura vura kazıdığı artık tek ve zorunlu meslek, “girişimci” olmanın peşinde delice bir koşuya daldık. Her bir insan yavrusu artık bir şirket misali, ta küçük yaşlardan itibaren kendini pazarda bir sermaye olarak pazarlayacak şekilde yetiştiriliyor; hayat amacı, varoluş etiği, kâr-zarar üzerinden belirlenen bir salt faydacılık perspektifiyle belirleniyor. Özel saf hayatın sonu. Hayatın tamamı artık profesyonel! Oysa hayat şirketten büyüktür, değil mi?

Neoliberalizme merhaba demek gerekiyor bu noktada! Kapitalist ekonomi 16 ve 17. yüzyıllarda öncelikle birbirine yakın ya da komşu topluluklar arasında, sonrasındaysa deniz aşırı ticaretle doğarak hızla gelişti. Sömürgeci keşif ve fetihler bu ilk dönem kapitalizminin yapısal bileşenleridir. Teknik ve teknolojinin gelişmesi, büyük atölye ve fabrikaların kurulması, seri üretime geçilmesi, yönetim biliminin oluşmasıyla erken kapitalizm dediğimiz başlangıç süreci, 18 ve 19. yüzyıllarda bir tür sanayi kapitalizmine evrildi. Sanayi kapitalizminin sürdüğü yaklaşık iki yüzyıl boyunca bilim ve teknik, seri üretim, işbölümü, çalışanların mavi yaka (işçiler ya da üretim emekçileri) ve beyaz yaka (ofis çalışanları) gibi kategorilere ayrılması, verimlilik, etkililik, profesyonel yönetim, pazarlama, sendikalaşma, işçi hakları gibi olguların tarihsel olaylar temelinde geliştiğine tanıklık ettik. Neoliberalizmi veya neoliberal kapitalizmi ise, II. Dünya Savaşı'ndan hemen sonra 1950'lerden itibaren hızla yapılanarak, son otuz-kırk yılda önce ABD'de, sonra da başta Batı Avrupa olmak üzere küresel boyutta dünyanın çeşitli ülkelerinde değişik derecelerde yayılarak günümüze kadar gelişen kapitalizmin yeni bir boyutu olarak nitelemek mümkün. Bir deyişle neoliberalizm, kapitalizmin günümüzde tesis edildiği yeni bir biçimidir. Ancak neoliberal süreci sadece iktisadi alanla ilişkilendirmek yeterli değil. Neoliberalizm, bireyin çağımızdaki yepyeni bir yaşama anlayışına tekabül eder. Bu yaşama anlayışı yeni bir akılsallık türü ve davranış kalıbıyla belirginleşir. Neoliberal akıl ve neoliberal özne artık işbaşındadır. Evet, bu çerçevede

bireyin akılsallığı özel bir işleyiş tarzına dönüşür ve içinde bulunduğu vahşi rekabet ortamında -varlığını sapasağlam bir şekilde sürdürebilmek bahanesiyle de- aşırı bir şekilde özçıklarlarına odaklanır. Bu durum sürekli bir hal alır, toplumu meydana getiren tüm bireyler tarafından genelleştirilir ve genel geçer bir davranış kalıbına dönüşerek kişinin toplumla, ama daha da önemlisi kendi kendisiyle kurduğu yegâne ilişki halini alır. Neoliberalizm, daha önceki kapitalist süreçlerden farklı olarak, insan için yepyeni bir varoluş şekli, yeni bir akıl safhası, yeni bir düşünme şekli, yeni bir özne, yeni bir etik durum, yeni bir anlam dünyasıdır.

Kapitalizm, doğduğundan bu yana türlü yönleriyle politik, sosyal, ekonomik ve etik alanda eleştiri bombardımanına tutulan bir üretim sistemidir. Varolduğundan bu yana sistemin iç dinamiklerine yönelen kapsamlı etik eleştiri kapitalist üretim sistemini kimilerine göre ahlaki açıdan (biraz) sabıkalı olarak nitelendirir. Galiba neoliberal safhaya birlikte bardak tam olarak taşıtı! Gerçekten de kapitalizmin bu son neoliberal safhasında görüyoruz ki, özellikle etik boyut geçmişte hiç olmadığı kadar tarihi bir çöküş yaşıyor. Gerek bireye gerek kurumlara şöyle bir baktığımız zaman, değerler ve ahlaki davranışlar alanında bugüne kadar görülmeyen bir erozyon ve yıkım yaşıyoruz.

Neoliberalizm, ekonomide devletin ya da kamunun rolünü, etkisini ve eylemlerini sıfırlamaya çalışan, ekonomik faaliyetin tamamını özel sektör egemenliğine veren; her türlü ihtiyacın özel sektör tarafından serbest ve kurlsuz bir piyasa ve rekabet rejimi içinde karşılanmasını hedefleyen; kâr, hisse değeri, nakit akışı gibi finansal performans göstergeleri dışındaki ekonomik gerçeklikleri ve süreçleri göz ardı eden; aktörlerin ekonomik davranışlarını sınırlayabilecek normları, yasaları, yönetmelikleri mümkün meritebe ortadan kaldırarak anarşik bir oyunu hedefleyen vahşi ve acımasız bir üretim sistemidir. “Kalan sağlar bizimdir” misali tam bir savaş alanı. Güçlü olan ayakta kalır, güçlü güçsüzü yok eder, büyük balık küçük balığı yer!

Böyle bir egemen düzende, tabiatıyla biz insanlar, küçük küçük bireyler, atomize olmuş, pek de bu işlerden anlamayan savunmasız ve masum insan-cıklar, sade vatandaşlar, küçük haneler, şirketlerin (ama özellikle çokuluslu büyük şirketlerin), kurnaz birey ve kurumların, kapitalist patronların kendi çıkarları doğrultusunda gerçekleştirdikleri türlü pazarlama oyunlarıyla uyuşturulmuş beyinlere, piyasa tuzaklarıyla kuşatılmış “av”lara dönüştük. Havada, oradan oraya belli bir yönü olmadan uçuşan bilinçsiz, savunmasız ve etkisiz yapraklar gibiyiz.

Böyle bir ortamda etik yaşama neler oluyor diye düşünmenin vakti çoktan geldi! “Vakit yok, gemi kalkıyor artık” değil, geminin çoktan kalktığı ve yine de iyimser bir bakışla yarısına kadar (belki de yarısından fazlasının) battığı bir iş dünyasındayız. Etiği ilgilendiren türlü olgular, kavramlar, eylemler, yaşantılar hiçbir zaman olmadığı kadar ayaklar altında! Ancak insan denen varlık için mesele şudur ki, etik yoksa insanın varoluşsal zemini de ayağının altından kayıyor. Etik yoksa insan ve insanlık bitiyor, hayat yaşamaya değer olmaktan çıkıyor. Kısaca söylersek, etik yoksa insan da yok oluyor çünkü insanı insan yapan, insanı diğer canlı türlerinden ayıran en temel özellik onun etik ve ahlaki alana sahip bir varlık olmasında yatıyor. İnsan için doğru ve iyi bir yaşam, etik yaşamdır; anlamlı bir yaşam sürdürmemiz için etik seçimlerin yapılması gerekir, aksi takdirde diğer canlı ya da cansız varlıklardan bir farkımız kalmaz. Galiba Dostoyevski’yi söyleyen: “Herkes herkese karşı her şeyden sorumludur.”

Cumhuriyet gazetesindeki “Kim Kime Dum Duma” isimli köşesinde, Behiç Ak’ın karikatürüydü: Karşılıklı oturmuş bir erkek bir kadın. Erkek gazete okurken soruyor: “Her şeye zam gelmiş, ucuzlayan bir şey yok mu?” Kadının cevabı: “Var! YALAN çok ucuzladı! Bini beş para!” Yalancıkdan üretilen sayısız bahanelerle kampanyalar, fiyat indirimleri, promosyonlar girila... Yalana, kandırmacaya, dezenformasyona, kafa karıştırmaya dayalı hedefli pazarlama. Sorumsuz yöneticiler, sorumsuz çalışanlar, sorumsuz kurumlar, sorumsuzluk içeren politikalar. Daha neler neler... Bir derginin ek olarak verdiği posterde görmüştüm; “Ne kadar yalansız yaşarsak o kadar iyi!” demiş Can Yücel! Ne kadar da güzel söylemiş! Yalan, gerçek olmayan, bilgi olmayandır, varolmayandır; yalan, uydurma olandır, asılsız olandır. Oysa insan hakikatin, gerçek olanın, varolanın peşinde koşan, meraklı, sorgulayıcı, bilgiye, hakikate aç bir varlıktır. Yukarıda da belirttiğim gibi, günümüzün postmodern iş dünyasında, gelinen noktadaki olaylara baktığımızda ikiyüzlülüğe, sahtekârlığa, dolambaçlıklara, samimiyetsizliklere, görünüşlere, kişisel çıkarlara, ilkesizliklere, yalanlara tanık olduğumuzda, tam da şairin uyarısının ne kadar yerinde olduğunu hissediyoruz. “Yalan”lı bir dünya, insan olmanın yapısal ilkesini yerle bir ediyor; “yalan”lı bir dünya insani ilişkilerin verimliliğini bitiriyor; “yalan”lı bir dünya varlığı, varolanı, güzel ve iyi olanı bırakınz yok etmeyi, daha meydana gelmeden önüyor.

Neoliberal iş dünyasının her türlü teknolojik olanakla sunduğu uçucu, belirsiz, karmaşık ve muğlak dış gerçeklik karşısında özne sersemliyor.

Gerek şirketler gerek bireyler için asıl anlamda yıkıcı olan, yaptıkları etik yanlışlardır.

Etik, insanı tüm diğer canlılardan ayıran temel varlık ve varoluş koşuludur. Etik ilişki, toplumu kuran değer temelli ilişkidir. Bu çok özel, sadece insana mahsus ilişki türü, insan yaşamının çok büyük bir boyutunu kapsayan iş dünyasında ortadan kaybolursa ne üretim, ne birey, ne toplum varlığını sürdürebilir; insan biter!

Neoliberal kapitalizm, "iş ve insan"ı giderek arka plana attı. Verimlilik, ölçülebilirlik, performans, kâr gibi "sözde-rasyoneller" aracılığıyla girişimciyi, çalışanı, yöneticiyi kendinden geçirerek, "hep daha çok" ilkesinin peşinde doyum-suzca koşmaktan yorulmayan, sadece maddi çıkarlarını önceleyen, ahlaksız ve anlamsız bir iş dünyası yarattı. 300-400 yıllık bir yolculuk sonucunda geline nokta bu! Büyük umutlarla başlayan ve sürdürülen bir üretim ve paylaşım sisteminin giderek insanı yıkıcı bir hale dönüşmesi, insanın varlıksal bütünlüğünü ele geçirmesi, anlamın yitirilmesi...

Kariyerini çokuluslu bir şirketin zirvesinde geçirmiş üst düzey bir yönetici ve aynı zamanda insan felsefesi, varoluşçuluk ve etik alanında derinleşmiş bir düşünür olarak yazar, günümüzde geline noktada, insanı gittikçe "kendisinden boşaltan" neoliberalizmin iş dünyasında aşırı ve korkutucu boyutlara erişen etik çürümeyi, bireyin ve toplumun üç kurucu unsuru olan erdem, ödev ve fayda etikleri üzerinden çözümlüyor.

www.remzi.com.tr

ISBN 978-975-14-2287-3



9 789751 422873

KDV'den muaftr