

Bölüm 13

BASIN İŞLETMELERİNDE İŞLETME ETİĞİNİN ÖNEMİ

Çiğdem DİRİK¹

GİRİŞ

Günümüzde işletmeler sadece kar elde etmek için faaliyet gösteren kuruluşlar olarak görülmeyip, ekonomik faaliyetlerinin yanında toplumsal, kültürel ve sosyal faaliyetleri de önem kazanmıştır. Rekabet koşulları, iş yaşamının değişen nitelikleri işletmeleri sözü edilen beklentiler yönünde hareket etmeye mecbur bırakmıştır. Artık işletmeler ‘sadece ürünü üretirim, pazarlarım ve paramı kazanırım’ anlayışını terk ederek, faaliyetlerini etik kurallar çerçevesinde devam ettirmek zorundadır. Çünkü iş dünyasında oyunun kuralları değişmiş, hatta oyunu oynayan taraflarında bakış açıları değişmiştir. Özellikle son 30 yılda tüketicilerin farkındalık ve duyarlılık düzeyleri yükselmekle birlikte, müşteriler daha bilinçli hale gelmiş, tüketici koruma dernekleri ve çevreci kuruluşlar işletmeleri yakın takibe almış, sivil toplum kuruluşları ve medya işletmelerin topluma katkılarının hesabını sormaya başlamış, bir yandan çalışanların eğitim ve beklenti düzeyi yükselirken, bir yandan da devletin çeşitli konularda düzenleme ve denetleme faaliyetleri artmıştır (Berkman & Arslan, 2009).

Artık ürünü üreten çalışanların daha bilinçli, ürünü tüketen tüketicilerin de farkındalıklarının daha yüksek olması nedeniyle işletmenin etik duruşu tüm paydaşlar gözünde önem kazanmıştır. Etik kuralları oluşturmuş ve uygulanır hale getirmiş olan işletmelerin rekabet gücü artmakta, karlılık ve verimlilikleri yükselmekte ayrıca kurum imajları da olumlu olarak etkilenmektedir. Tüm bu değişim ve dönüşümler nedeniyle basın işletmelerinin de bu yapıya ayak uydurmaları gerekmektedir. Bu çalışmada sözü edilen nedenler dolayısıyla basın işletmelerinde işletme etiğinin önemi sorgulanarak daha iyi bir yapıya ulaşmak için nelerin yapılması gerektiği irdelenecektir.

GENEL OLARAK ETİK KAVRAMI

Etik kavramı ile ilgili birçok farklı tanım yapılmaktadır. Hatta etik ve ahlak kavramları sıklıkla birbiri ile karıştırılmaktadır. “Ahlak, olgusal ve tarihsel olarak

¹ Dr. Öğretim Üyesi Çiğdem Dirik, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, cigdem.dirik@ege.edu.tr

nüldüğünde okuyucu kaybı tirajları, tiraj kaybı reklam gelirlerini, bu gelirlerdeki düşme de karlılığı azaltacaktır. Görüldüğü üzere basın işletmesi hem maddi olarak hem de manevi anlamda itibar kaybıyla karşı karşıya kalacaktır. Tüm bu sözü edilen durumlarla karşılaşmamak için basın işletmelerinde etik kuralların yazılı bir biçimde olması, uygulanması ve denetlenmesi önem arz etmektedir. Çünkü sadece kuralların olması uyulacağı anlamına gelmemekte mutlaka işletmede etik davranışlarla ilgili olan bir kurulun olması ve bu kurul tarafından gerekli denetimlerin yapılması gerekmektedir. Ayrıca işletmede etik kurallar konusunda yöneticilere önemli görevler düşmektedir. Yöneticilerin etik kurallara önce kendilerinin uyararak örnek olması, daha sonra da tüm çalışanları bu kurallara uygun davranmaya yöneltmesi işletmede etik davranışları beraberinde getirecektir.

KAYNAKLAR

- Aksay, K. (2016). Etik ve Kurumsal Sorumluluk. Besler, S. & Erbil, C. (Ed.), *Yönetim*, Ankara:Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bektaş, Ç. (2015).*İşletmelerde İş Ahlakı*,Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi (BM-SIJ)C.:3 S.:3 Yıl:2015, 327-363
- Berkman, Ü. & Aslan, M. (2009) *Dünyada ve Türkiye’de İş Etiği ve Etik Yönetimi*. (15.01.2019 tarihinde https://tusiad.org/tr/tum/item/download/2434_8a9e04fe28d2b-2b61f9ed8714730e72d adresinden ulaşılmıştır.)
- Gözener, E. (2008). *Etik ve İşletme Etiği Üzerine*. (15.01.2019 tarihinde <http://www.egitirim.gen.tr/tr/index.php/arsiv/sayi-11-20/sayi-19-din-ve-din-ogretimi-mayis-2008/258-etik-ve-isletme-etigi-uzerine> adresinden ulaşılmıştır.)
- Karalar, R. (2001). Etik Kavramının Anlamı. Güneş Berberoğlu (Ed.), *Genel İşletme*, Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No:1268
- Kırel, Ç. (2000).*Örgütlerde Etik Davranışlar, Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması*.Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No:1268
- Onaran, B. (2013). İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk. Babacan M. (Ed.).*İlkeler ve İşlevlerle İşletme*, Ankara:Detay Yayıncılık
- Onar Çambay, S. (2015) Bilgi Çağında Sosyal Sorumluluk Odaklı Gazetecilik:Yurttaş Gazeteciliği,Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8 ,910-916.
- Sabuncuoğulu, Z. & Tokol, T. (2005). *İşletme*. Bursa:Alfa Altüel Basım Yayım.
- Sözbilir, H. *Finansal Başarı ve İşletme Etiği*. (15.01.2019 tarihinde <http://acikerisim.aku.edu.tr/xmlui/handle/AKU/1342#sthash.74DYgl5y.dpbs> adresinden ulaşılmıştır.)
- Sucu, Y. (2003). “Yönetim ve Etik”. 11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi (22-24 Mayıs 2003), Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F., Yayın No: 57, 281-296.
- Ülgen, H. & Mirze, S.K. (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. (2.Baskı), İstanbul:Literatür Yayıncılık.
- Velasquez , Manuel G. (1998). *Business Ethics*. Prentice Hall, New Jersey.