

Kurumsal Hayattaki Eksikliklere Dikkat

Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transeksüel ve
İntersekslere Yönelik Ayrımcılıkla
Mücadele İçin İnsan Hakları Savunucuları
ve Şirketler Nasıl Birlikte Çalışabilir?



Kurumsal Hayattaki Eksikliklere Dikkat

Lezbiyen, Gey Biseksüel,
Transeksüel ve İntersekslere
Yönelik Ayrımcılıkla Mücadele İçin
İnsan Hakları Savunucuları ve
Şirketler Nasıl Birlikte Çalışabilir?

© 2022 Birleşmiş Milletler
HR/PUB/22/5

eISBN: 978-92-1-001869-2

Bu çalışma, devletlerarası kuruluşlar için oluşturulan Creative Commons lisansı ile uyumlu olarak açık erişime sunulmuştur, <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/> adresinden ulaşılabilir.

İlgili çalışmayı yayımlayacak olan yayınevleri, OHCHR logosunu ilgili baskılarından silmeli ve kapak sayfası bakımından yeni bir tasarım oluşturmalıdır. Söz konusu yayınevleri ilgili baskılarına ilişkin dosyaları publications@un.org adresine e-posta ile göndermelidir.

Uygun bir şekilde atıfta bulunulması koşuluyla ilgili yayının belirli kısımlarının fotokopi ve çoğaltımına izin verilmektedir.

Söz konusu Birleşmiş Milletler yayını, Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği (*İng.* Office of the United Nations High Commissioner for human Rights) ("OHCHR") tarafından yayınlanmıştır.

Kapak ve metin içerisindeki illüstrasyonlar: Bu yayındaki tüm görseller www.freepik.com/vectorjuice adresinden alınmıştır. İllüstrasyonlar ITC-ILO tarafından bu yayında özel olarak kullanılmak üzere değiştirilmiştir.

Bu yayında kullanılan adlandırmalar ve materyalin sunumu, Birleşmiş Milletler Sekreterliği'nin herhangi bir ülkenin, bölgenin, şehrin veya alanın veya söz konusu ülke yetkililerinin hukuki durumuna veya bunların sınırlarının belirlenmesine ilişkin herhangi bir görüş beyan ettiği anlamına gelmemektedir. Birleşmiş Milletler belgelerinin sembolleri büyük harflerin rakamlarla birleştirilmesinden oluşur. Metin içerisinde bu şekilde birbir rakam ile atıf yapılması, bir Birleşmiş Milletler belgesine atıfta bulunulduğunu gösterir.

Bu yayında atıfta bulunulan kuruluş ve şirketlerin görüş ve tutumları, Birleşmiş Milletler ve/veya OHCHR'nin görüş ve tutumlarını yansıtmadığı gibi, onayını da taşımamaktadır.

İçindekiler

Giriş: Bu Kılavuzun Amacı Nedir?	1
Bölüm 1: LGBTİ'lere Yönelik Ayrımcılıkla Mücadelede Özel Sektörün Rolü	5
A. İnsan Haklarına Saygı Açısından Kurumsal Sorumluluk	9
B. Uluslararası İnsan Hakları Hukukunda LGBTİ'lerin Hakları	14
C. LGBTİ'lere Karşı Ayrımcılıkla Mücadele: İş Dünyası İçin Küresel Standartlar	18
Bölüm 2: LGBTİ Konularına Şirketlerin Dikkatini Çekmek: Nereden Başlamalı?	23
A. İşyerinde: LGBTİ Çalışanının Desteklenmesi	27
B. İşyerinin Ötesinde: LGBTİ Topluluklarını Desteklemek	31
Bölüm 3: Şirketleri Daha İleri Gitmeye Teşvik Etmek	48
A. Argümanın Kapsamı	49
B. Uygun Şekilde Uyarılama: KOBİ'lerin Katılımı	53
C. Adım Adım: Kademeli Yaklaşım İçin Durum	55
D. Zirveye Doğru Bir Yarış Teşvik	57
E. Sınırların Aşılması	59
F. Şirketlerin Sorumlu Tutulması	62
Bölüm 4: Temel Riskler	64
A. Pinkwashing ve Bluewashing	65
B. Durum Tespiti	67
Bölüm 5: Sonuç ve Sonraki Adımlar	71

TEŞEKKÜRLER

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği (OHCHR), Temmuz 2019'da Berlin'de gerçekleşen danışma toplantısına ev sahipliği yapan Deutsche Bank ve Access Chapter 2 (Güney Afrika), ACON (Avustralya), All Out (Amerika Birleşik Devletleri), Amsher (Güney Afrika), Autre Cercle (Fransa), Beirut Pride (Lübnan), Community Business (Hong Kong, Çin), Edge (İtalya), Equal Rights Association (Sırbistan), GiveOUT (Büyük Britanya ve Kuzey İrlanda Birleşik Krallığı), Global Equality Fund (ABD), Fulcrum UA (Ukrayna), Human Rights Campaign (Amerika Birleşik Devletleri), Human Rights Likeminded Office (Amerika Birleşik Devletleri), ILGA Europe (Belçika), ILGA World (İsviçre), Institute for Human Rights and Business (İngiltere), InterACT (Amerika Birleşik Devletleri), International Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer ve Intersex Youth and Student Organisation (Belçika), Involve (Birleşik Krallık), IraQueer (Irak), Kaleidoscope Trust (Birleşik Krallık), Amazon LêThi Foundation (Vietnam), National Gay ve Lesbian Human Rights Commission (Kenya), National LGBT Chamber of Commerce (Amerika Birleşik Devletleri), OII Europe (Almanya), Open for Business (Amerika Birleşik Devletleri), Organization for Refuge, Asylum and Migration (Amerika Birleşik Devletleri), Out and Equal (Amerika Birleşik Devletleri), Out Leadership (Amerika Birleşik Devletleri), OutRight Action International (Amerika Birleşik Devletleri), P3 Network (Birleşik Krallık), Pan Africa ILGA (Güney Afrika), Parks - Liberi e Uguali (İtalya), Partnership for Global LGBTI Equality (Amerika Birleşik Devletleri), Pink Dot (Singapur), Prague Pride (Çekya), Pride Circle (Hindistan), Proud at Work (Almanya), RAHM Community (Almanya), Sexual Minorities Uganda (Uganda), Stonewall (Birleşik Krallık), Transgender Europe (Almanya), L'Union Féministe Libre (Fas), United and Strong (Saint Lucia), Völklinger Kreis (Almanya) ve Workplace Pride Foundation (Hollanda) da dâhil olmak üzere, danışma toplantısına ve takip eden görüşmelere katılan tüm bireysel insan hakları savunucularına ve sivil toplum kuruluşlarına ve bu kılavuza katkıda bulunan herkese teşekkür etmektedir.

Abbvie (Almanya), Accenture (Almanya), Avio Aero (İtalya), BASF (Almanya), Bayer (Almanya), DHL (Almanya), Coca-Cola (Amerika Birleşik Devletleri), Dorchester Collection (Birleşik Krallık), Dow (Amerika Birleşik Devletleri), EY (Almanya), Facebook (Amerika Birleşik Devletleri), Hilton Pride (Çekya), Hyatt (Amerika Birleşik Devletleri), King and Spalding (Birleşik Krallık), MasterCard (Amerika Birleşik Devletleri), McKinsey (Amerika Birleşik Devletleri), Microsoft (Amerika Birleşik Devletleri), Procter & Gamble (Amerika Birleşik Devletleri), SAP (Almanya), Sodexo (İspanya), Symantec (Hindistan), Thomson Reuters (Birleşik Krallık) ve Uhlala (Almanya) dahil olmak üzere Berlin'deki danışma sürecine ve kılavuzun hazırlanmasına katkıda bulunan birçok şirkete teşekkür ederiz. Cinsel yönelim ve cinsiyet kimliğine dayalı olarak maruz kalan şiddet ve ayrımcılığa karşı mücadele alanında faaliyet gösteren Birleşmiş Milletler Bağımsız Uzmanı Victor Madrigal-Borloz'a Berlin toplantısına katılımından dolayı ve Dan Bross, Phil Crehan, Charles Radcliffe ve Salil Tripathi'ye bu kılavuza katkılarından dolayı özel olarak teşekkür ederiz. Birleşmiş Milletler İş Dünyası ve İnsan Hakları Çalışma Grubu (*ing.* United Nations Working Group on Business and Human Rights) üyeleri ile BM-Kadın Komitesi (*ing.* UN-Women), Uluslararası Çalışma Örgütü (*ing.* International Labour Organization), Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi Sekreterliği (*ing.* The Secretariat of the United Nations Global Compact) ve sivil toplum kuruluşları Uluslararası Af Örgütü (*ing.* Amnesty International) ve İnsan Hakları İzleme Örgütü (*ing.* Human Rights Watch) temsilcileri de dâhil olmak üzere, taslak hazırlama sürecinin çeşitli aşamalarında geri bildirimde bulunan diğer birçok kişi ve kuruluşa teşekkür ederiz.

Ayrıca, bu yayının gerçekleştirilmesinde emeği geçen OHCHR bünyesindeki çok sayıda meslektaşımıza da teşekkür ederiz.¹

¹ OHCHR politikasına uygun olarak yayınlara yapılan katkılar Ofis tarafından istihdam edilenlere atfedilmemektedir.

ÖNSÖZ

OHCHR'nin İş Dünyası'nda Davranış Standartları·Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans ve İntersekslere (LGBTİ) Yönelik Ayrımcılıkla Mücadele'yi ("**Davranış Standartları**") yayımlamasının üstünden üç yıldan fazla zaman geçmiştir. Bu süre zarfında, aralarında dünyanın en büyük ve en tanınmış küresel markalarından bazılarının da bulunduğu yaklaşık 350 şirket ilgili Davranış Standartlarını desteklediğini ifade etmiştir ve şu anda söz konusu standartları kendi işletmelerinde uygulamak için adımlar atmaktadır. Bu kapsamda, her ay daha fazla şirket bu standartları desteklediğini ifade etmektedir.

Bu alanda kurumsal ilginin artması uzun zamandır beklenen bir husustur. Şirketlerin ayrımcılığın önlenmesinde ekonomik bir çıkarı vardır, zira söz konusu ayrımcılık teşkil eden muameleler kontrol edilmediği takdirde ilgili şirketler birçok yetenekli çalışan kaçırmakta ve üretkenliği azaltmaktadır. Dahası, özellikle de büyük ve uluslararası markalar olmak üzere birçok şirket, tüketiciler tarafından sosyal sorumluluk sahibi olmaları, çeşitlilik, kapsayıcılık gibi değerlere önem vermeleri ve ayrımcılığın söz konusu olmaması adına gerekli çabayı göstermeleri konusunda giderek daha fazla baskı altına alınmaktadır.

Davranış Standartları çoğu şirket bakımından ulaşılması gereken iki temel hedef öngörmektedir. Bunlardan ilki şirket içi, yani işyerinde LGBTİ'lere karşı ayrımcılığın ortadan kaldırılmasıdır. Bu hedefe ulaşmak, çoğu durumda, personel politikalarının ve prosedürlerinin gözden geçirilmesini, yöneticiler ve personellere eğitim verilmesini ve şikâyetlerin ifade edilmesi, ele alınması ve çözüme kavuşturulması için etkili şikâyet mekanizmalarının kurulmasını gerektirmektedir.

İkinci zorluk ise ağırlıklı olarak haricidir. Bir başka ifade ile, LGBTİ'lerin toplum genelinde güvenlik, eşitlik ve refahını aktif bir şekilde savunmakla ilişkilidir. Bu önemli hedefe ulaşmak için şirketlerin, diğer eylemlerin yanı sıra, aldıkları her ticari kararının insan hakları üzerindeki etkisini dikkate almaları, tedarikçilerinden, hizmet sağlayıcılarından ve iş ortaklarından ayrımcılık yapmayacaklarına dair taahhütler almaları, reklam kampanyalarına LGBTİ'leri dahil etmeleri ve eşitliği teşvik eden girişimlere fon, sponsor ve destek sağlamaları gerekmektedir.

Destek olmak, aynı zamanda LGBTİ'ler mağdur edildiğinde bu duruma karşı ses çıkarmak, ayrımcı yasalara karşı çıkmak ve hükümetleri ve kanun koyucuları LGBTİ'leri korumak için daha fazlasını yapmaya çağırmak anlamına gelmektedir.

Davranış Standartları şirketlerin atabileceği pratik adımlara ilişkin öneriler içermekle birlikte, her durum bakımından geçerli olabilecek tek bir yaklaşım benimsemenin mümkün olmadığını da kabul etmektedir. Faaliyet gösterdikleri alanların özelliklerin dikkate alarak, bu özelliklere göre spesifik stratejiler geliştirmek şirketlerin sorumluluğundadır. Söz konusu stratejileri belirlerken şirketlerin doğrudan etkilenen kişilerle – LGBTİ'lerin kendileriyle – işbirliği yapmaları önem taşımaktadır. Söz konusu işbirliğini gerçekleştirmenin en iyi yolu, sürecin her aşamasında LGBTİ insan hakları savunucularına ve sivil toplum kuruluşlarına danışmak ve onların tavsiyelerini dinlemektir. Aksi takdirde, şirketler istemeden de olsa desteklemeye çalıştıkları topluluklara karşı bir tepki yaratma riskiyle karşı karşıya kalabilirler.

Bu kılavuz öncelikle LGBTİ'leri etkileyen konularda şirketlerle ilişki kurmak isteyen LGBTİ insan hakları savunucularına yöneliktir. Ancak insan hakları savunucuları ile etkili bir işbirliği kurmak isteyen iş dünyası liderleri için de faydalı bir okuma teşkil etmektedir. Zira kılavuz, hem kurumsal dünya hem de sivil toplum temsilcileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen örneklerle, insan hakları savunucularının ve şirketlerin ayrımcılıkla mücadele etmek için nasıl birlikte çalışabileceklerinin haritasını çıkarmaktadır. Umarım bu kılavuz gelecekte birçok verimli yeni ortaklık bakımından öncü olur.



Michelle Bachelet

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları
Yüksek Komiseri

GİRİŞ



**Bu kılavuzun amacı
nedir?**

Kılavuz, insan hakları savunucularının lezbiyen, gey, biseksüel, trans ve intersekslerin (LGBTİ) insan haklarına eşitlik ve saygıyı teşvik eden tedbirlerin hayata geçirilmesi için iş dünyası ile temasa geçmelerine, onlarla ilişki kurmalarına ve onların desteğini almalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, insan kaynakları süreçlerinin yönetilmesinde görev alan ve şirket içerisinde çeşitlilik, kapsayıcılık, insan hakları ve sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarını teşvik etmek için şirketlerde profesyonel olarak çalışan kişiler de dâhil olmak üzere şirketlere, LGBTİ örgütleriyle potansiyel iş birliği yapılabilecek alanların yanı sıra dünyanın farklı yerlerinde gerçekleşen bu tür iş birlikleri örneklerine ilişkin olarak genel bir çerçeve çizmektedir.

Şirketlerin LGBTİ'lerin insan haklarına saygı gösterme sorumluluğu vardır. Bunun ötesinde, şirketler iş yaptıkları her yerde sosyal değişime olumlu katkıda bulunmak için birçok fırsata sahiptir.

İnsan hakları savunucuları için, ayrımcılıkla mücadelede iş dünyasının gücünden, etkisinden ve kaynaklarından yararlanmak daha hızlı ilerleme kaydetme imkanı sunmaktadır. Şirketler için LGBTİ insan hakları savunucularıyla etkili bir şekilde ortaklık kurmak, çeşitlilik ve kapsayıcılık değerlerine bağlılıklarını göstermek, kendi karar alma süreçlerini aydınlatmak ve anlamlı bir sosyal etki elde etmek açısından önemlidir. ILGA-Europe Yönetici Müdürü Evelynne Paradis ve Workplace Pride Kurucu Ortağı ve Yönetici Müdürü David Pollard'ın da ifade ettiği gibi, "LGBTİ aktivistlerinin ve ticari işletmelerin eşitsizlikle birlikte mücadele etmesi hiç de zor değil."²

Kılavuz, İş Dünyası'nda Davranış Standartları: Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans ve İntersekslere (LGBTİ) Yönelik Ayrımcılıkla Mücadele ile beraber değerlendirilmelidir.³

Davranış Standartları, şirketlerin LGBTİ'lerin haklarına saygı göstermelerine ilişkin yükümlülüklerini yerine getirmek için atmaları gereken adımların yanı sıra, toplumun genelindeki ayrımcılık ve ilgili insan hakları ihlallerini ele almak amacıyla alınması gereken ek tedbirleri de ortaya koymaktadır. Yayımlanmasını takip eden ilk beş yıl içinde Davranış Standartları, dünyanın çeşitli bölgelerinden olmak üzere 350'den fazla büyük şirketten destek sözü almıştır.⁴ Ayrıca çeşitli kuruluşlar, şu anda

² Evelynne Paradis ve David Pollard, "LGBTİ activists and businesses fighting inequality together", *Euobserver*, 6 Haziran 2017, <https://euobserver.com/stakeholders/138098> adresinden erişilebilir.

³ OHCHR, *Standards of Conduct for Business: Tackling Discrimination against Lesbian, Gay, Bi, Trans and Intersex People İş Dünyası için Davranış Standartları: Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans ve İnterseks'lere Karşı Ayrımcılıkla Mücadele* (New York ve Cenevre/Geneve, 2017), www.unfe.org/wp-content/uploads/2017/09/UN-Standards-of-Conduct.pdf adresinden erişilebilir.

⁴ Davranış Standartlarını desteklediğini ifade eden şirketlerin bir listesi için, OHCHR'nin de yer aldığı, Dünya Ekonomik Forumu Küresel LGBTİ Eşitliği Ortaklığı'nın web sitesine bakınız: <https://www.global-lgbti.org/the-supporters>.

Ayrıca çeşitli kuruluşlar⁵ şu anda, insan kaynakları, tedarik zinciri yönetimi, sponsorluk ve pazarlama ve halkla ilişkiler de dâhil olmak üzere şirketlerinin ticari uygulamalarının Davranış Standartları'nın uygun yürütülmesine yardımcı olmak amacıyla tasarlanmış yeni araçlar geliştirmektedir.

Davranış Standartlarına verilen desteğin boyutu cesaret verici olmakla birlikte, LGBTİ sivil toplumuna danışmadan ve onların ortaklığı olmadan bu standartların etkili bir şekilde uygulanması mümkün değildir.

Şirketler yerel rehberlik olmadan hareket ederlerse, toplumun hayati kaynaklarını göz ardı etme, istenmeyen sonuçlara yol açma veya istemeden de olsa bir tepki yaratma riskiyle karşı karşıya kalırlar. İş dünyasının LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele ve yerel LGBTİ topluluklarını destekleme konusunda ortaya çıkan fırsatları tam anlamıyla değerlendirebilmesi için sivil toplumla daha uyumlu bir etkileşim içinde olması şarttır.

LGBTİ insan hakları savunucuları ve şirketler arasında etkili bir işbirliği oluşturmak kendi risk ve zorluklarını da beraberinde getirmektedir.

Küresel çapta LGBTİ hareketi hedefler, öncelikler ve kapasiteler bakımından çeşitlilik göstermektedir. Özellikle Güney'de olmak üzere dünyanın tüm bölgelerinde LGBTİ konularında çalışan pek çok sivil toplum kuruluşu, yeterli personel ve kaynaktan yoksundur. Lezbiyen ve biseksüel kadınların, trans ve intersekslerin karşılaştığı özel sorunlar üzerinde çalışan grupların elindeki kaynaklar ise genellikle daha da azdır.⁶ Birçok ülkede LGBTİ insan hakları savunucuları, sözde "anti-propaganda" yasaları da dâhil olmak üzere cezai yaptırım tehdidi, hedefli nefret söylemi ve şiddet ile karşı karşıyadır. Şirketler, LGBTİ personelin, tedarikçilerin, tüketicilerin ve toplulukların refahına anlamlı bir katkıda bulunmak istiyorlarsa, yerel LGBTİ topluluklarını etkileyen belirli zorlukları farkında olmalı ve bu zorlukları anlamalıdır.

⁵ Örneğin, 2019 yılında Dünya Ekonomik Forumu, özel sektör aktörlerini Davranış Standartları temelinde eyleme geçirilebilir taahhütlerde bulunmaları için harekete geçirmek amacıyla Küresel LGBTİ Eşitliği Ortaklığı'nı başlatmıştır (bkz. www.global-lgbti.org/).

⁶ L. M. Kan, B. F. Maulbeck, & A. Wallace (2018), "Global Resources Report (2nd edition)," New York, Global Philanthropy Project (GPP), & Funders for LGBTQ Issues; Erin Howe ve diğerleri, "The state of trans organizing: understanding the needs and priorities of a growing but under-resourced movement", 2nd ed. (New York, American Jewish World Service, Astraea Lesbian Foundation for Justice and Global Action for Trans Equality, 2017); Dave Scamell, "The state of intersex funding: funder briefing" (New York, Global Philanthropy Project, American Jewish World Service, Astraea Lesbian Foundation for Justice and Global Action for Trans Equality, 2019).

İnsan hakları örgütlerinin, şirketlerin karar alma süreçlerini etkilemeye ve toplum öncülüğündeki girişimler için destek talep etmeye yönelik uzun bir geçmişi vardır.

Heves ve katılım düzeyleri tipik olarak sektörden sektöre ve ülkeden ülkeye değişmektedir. Bu kılavuzun hazırlanması sırasında görüşlerine başvuru alan kişilerden bazıları, şirketlerin LGBTİ toplumunun kaygılarını anlamlı bir şekilde dikkate alma niyetleri ve isteklilikleri konusunda bazı şüpheleri olduğunu ifade etmiştir. LGBTİ insan hakları savunucularının, şirketlerin sosyal sorumluluk sahibi olma çabalarının içtenliği ve etkisi hakkında makul soruları bulunmaktadır. Söz konusu kişilerden bazıları, şirketlerin yenilikçi tüketiciler nezdinde imajlarını pazarlamanın bir yöntemi olarak LGBTİ'lerin insan haklarına bağlılıklarını göstermeye çalışmak suretiyle dikkatleri insan hakları, çalışma standartları veya çevrenin korunması gibi diğer alanlardaki eksikliklerden uzaklaştırma çabası olan "pinkwashing"örneklerine yer vermektedir.

LGBTİ insan hakları savunucuları bu tür risklere karşı korurken şirketlerle iş birliği fırsatlarına nasıl yaklaşmalıdır? Etkili şirket-sivil toplum iş birliği neye benzer? Bu tür ortak çabalar nasıl gerçekçi bir etki yaratabilir?

Kılavuz, bu ve benzeri sorulara yanıt ararken, insan hakları savunucularına şirketlerle ilişki kurma süreci – nereden başlanacağı, kime yaklaşılabileceği, ne isteneceği ve destek taleplerinin nasıl çerçevelendirileceği – hakkında pratik yönlendirmeler de sağlamaktadır. Kılavuz aynı zamanda, şirketlerle temas için uygun yöntemler önermekte, üslup ve ortak dil konularını incelemekte ve şirketler ile savunucular arasındaki başarılı iş birliği örneklerine yer vermektedir. Rehber son olarak, savunucuların genel olarak ayrımcılıkla ve özel olarak LGBTİ'lere karşı ayrımcılıkla mücadele taahhütleri konusunda şirketleri sorumlu tutmak için neler yapabileceklerini ele almaktadır.

Kurumsal katılımın potansiyel fırsatlarını ve tehlikelerini ortaya koyan bu kılavuz, birel insan hakkı savunucularına ve daha geniş anlamda sivil topluma özel sektörle ilişki kurup kurmayacaklarını, ne zaman ve nasıl kuracaklarını belirlemeleri için gereken bilgileri sağlamayı amaçlamaktadır.

Nihayetinde, LGBTİ'ler için yasal ve sosyal eşitliğin sağlanmasına yönelik mücadelede daha fazla şirketin müttefik olarak yer alması büyük önem taşımaktadır. Her geçen gün LGBTİ'lerin haklarına ilgi duyan şirketlerin sayısının artması, gerçek bir ortaklık ve ilerleme için olanaklar yaratmaktadır. Şirketlerin bugün daha fazla çeşitlilik ve kapsayıcılığı teşvik etmek ve sosyoekonomik ilerleme için küresel etkilerinden yararlanmak üzere aldıkları kararlar, yarı LGBTİ'lerin insan hakları üzerinde gerçek ve bazı durumlarda ciddi bir etkiye sahip olabilir.

BÖLÜM 1



**LGBTİ'lere yönelik
ayrımcılıkla mücadelede özel
sektörün rolü**

Dünyanın her yerindeki şirketler – büyüklükleri, yapıları veya faaliyet gösterdikleri sektör ne olursa olsun – LGBTİ'ler de dâhil olmak üzere herkesin haklarına saygı gösterme yükümlülüğü altındadır.

İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri'nde yer alan bu sorumluluk,⁷ tüm LGBTİ çalışanı adil davranılmasını ve işyerinde ayrımcılığın ortadan kaldırılmasını sağlamak için makul bütün adımların atılmasını içermektedir. Bu amaçla, şirketler LGBTİ'lere karşı ayrımcılıkla mücadele etmek için politikalar oluşturmalı, üst düzey yöneticileri ve daha geniş işgücünü duyarlı hale getirmek için eğitimler vermeli ve cinsel yönelim, cinsiyet kimliği ve cinsiyet özelliklerine bakılmaksızın personele eşit davranmayı hedefleyen adil bir sosyal hak ve yardım sistemine sahip olmalıdır. Şirketler ayrıca kötü muamele veya önyargı vakalarıyla başa çıkmak için sağlam iç mekanizmalara sahip olmalıdır. Tüm ticari faaliyetlerinde, isteyerek veya istemeyerek, ayrımcılığa veya daha geniş olarak toplumdaki LGBTİ'lerin haklarının diğer şekillerde ihlal edilmesine neden olmaktan veya katkıda bulunmaktan kaçınmak için gerekli özeni göstermelidirler. Dünyanın neresinde iş yapıyor olurlarsa olsunlar, bu sorumluluğu yerine getirmek her şirketin görevidir.

LGBTİ'lerin haklarına saygı göstermek tüm şirketlere yönelik temel bir beklentidir. Şirketler ayrıca LGBTİ'lerin haklarını desteklemek için ek önlemler de alabilmektedir.

Ekonomik aktörler olarak şirketler; çalışanları, müşterileri, rakipleri, tedarikçileri veya ulusal ve yerel makamlar üzerinde önemli bir etkiye ve bazı durumlarda koza sahiptir. Bazılarının büyük reklam bütçeleri vardır ve bu da markalarına geniş ve çeşitli bir kitleye ulaşan bir ses vermektedir. Birçoğu da, ister etkinlik ve girişimlerin sponsorluğu ister yerel örgüt ve faaliyetlere fon sağlama yoluyla olsun, yerel LGBTİ sivil toplumunun çabalarına destek verme kapasitesine sahiptir. Kaçınılmaz olarak, bir şirketin bu alanlardan herhangi birinde inisiyatif alanlar, büyük ölçüde yerel sorunlara ve ilgili ülkedeki yerel LGBTİ topluluğunun her bir bölümünün karşılaştığı özel zorluklara bağlıdır. Ancak nerede çalışılırsa çalışsınlar ve hangi sektörde faaliyet gösterirlerse gösterebilirler, LGBTİ'lerin yaşamlarında olumlu bir fark yaratmaya kararlı şirketler için değişime katkıda bulunma fırsatları çok sayıda ve çeşitlidir.

⁷ Bkz. OHCHR, "Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations 'Protect, Respect and Remedy Framework'" (New York and Geneva, 2011).

İş dünyası ve insan hakları olgusu

Çoğu şirket kâr ve finansal kaygılarla hareket etmektedir. Geçtiğimiz 20 ila 30 yıl boyunca, şirketlerde çeşitlilik ve kapsayıcılığa daha fazla vurgu yapılmasını savunular, ağırlıklı olarak, çeşitliliğe sahip bir işgücünün stratejik bir iş değerine sahip olduğunu vurgulayan ekonomik argümanlara dayanmışlardır.⁸ Çeşitlilik, yetenekleri en üst düzeye çıkararak ve çalışanların işlere getirdiği farklı bakış açılarını çoğaltarak kurumsal performansı güçlendirir ve bu da gerçekleştirilen faaliyetin sonucunu iyileştirmektedir. Aynı argümanlar, şirketlerin, faaliyet gösterdikleri ülkelerdeki yerel kanunlara ve politikalara bakılmaksızın, işyerinde LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmenin ve LGBTİ çalışanlarını işyerinde desteklemenin önemi konusunda ikna edilmelerine yardımcı olmaktadır.

Dahası, tüketiciler bilinçli hale geldikçe, işletmeler birçok pazarda sosyal ve çevresel kimliklerini göstermek, sadece maddi bakımdan değil sosyal fayda için de güçlü olduklarını kanıtlamak için kendilerini artan bir baskı altında bulabilmektedir. Şirketler sosyal adalet, insan hakları ve daha yeşil bir dünya için mücadelede aktif olduklarını göstererek, müşteri tabanlarının belirli kesimlerine hitaplarını en üst düzeye çıkarabilir, böylece markayı parlatabilir ve orta ve uzun vadede karlılığı artırabilir.

Bu mantık silsilesi, şirketleri hem işyeri içinde hem de dışında insan haklarını desteklemek için daha fazlasını yapmaya teşvik etmek için kullanılmıştır. Ancak, birçok LGBTİ insan hakları savunucusu, ekonomik maliyetler ve faydalar açısından harekete geçme konusuna temkinli yaklaşmaya devam etmektedir. Bu isteksizlik üç ana argümana dayanmaktadır:

- (a) **İş dünyası insan haklarına fiyat biçmektedir ve bu ilke olarak yanlıştır.**⁹ Çoğu işletmenin kullandığı dil, maliyet ve fayda üzerinedir. Çeşitlilik ve kapsayıcılığın faydalarının uygulama maliyetlerinden daha ağır bastığını iddia etmek insan hakları çerçevesine pek uymamaktadır. İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri uyarınca, şirketlerin ayırım gözetmeksizin tüm insanların insan haklarına saygı gösterme sorumluluğu vardır. Bu sorumluluk, şirketlerin bunu yapmasının kârlı olup olmadığını bakılmaksızın geçerlidir. İnsan hakları savunucuları için ayrımcılıkla mücadelenin parasal ya da finansal terimlerle ölçülemeyecek bir içsel değeri vardır.

⁸ Maureen Giovannini, "What gets measured gets done - achieving results through diversity and inclusion", *Kalite ve Katılım Dergisi*, cilt 27 (2004).

⁹ Rahul Rao, "Global homocapitalism", *Radical Philosophy*, No. 194 (2015)

İş olgusuna karşı insan hakları olgusu

- (b) Şirketler, ekonomik maliyetleri faydalarından fazla olsa bile LGBTİ'lerin haklarını savunmalıdır.** LGBTİ insan hakları savunucuları, özellikle kısa vadede ve yerel yasaların, yetkililerin ve kamuoyunun LGBTİ'lere karşı düşmanca davrandığı ülkelerde, LGBTİ'leri savunmanın ekonomik maliyetlerinin ekonomik faydalarından daha ağır basabileceğine işaret etmektedir. Bu gibi durumlarda, LGBTİ'leri savunmak için sesini yükselten şirketler müşteri kaybı ve işleme kaybetme riskiyle karşı karşıya kalabilir ya da yetkililer tarafından direnişle ve hatta yasal/düzenleyici işlemlerle karşılaşabilir. LGBTİ insan hakları savunucuları, iş olgusunun bazı ülkelerde/bağlı şirketleri LGBTİ topluluklarını desteklemek için daha fazlasını yapmaya ikna edebilirken, diğerlerinde tam tersi şekilde çalışabileceğinden ve şirketlerin hiçbir şey yapmamasına veya önce başkalarının harekete geçmesini beklemesine neden olabileceğinden korkmaktadır.
- (c) LGBTİ'lerin haklarının desteklenmesine yönelik insan hakları savunusu, şirketler üzerinde iş dünyası savunusundan daha etkilidir.** Bazı savunucular geçmişte olduğu gibi, şirketleri hem işlerinde hem de toplumda LGBTİ'lerin haklarını desteklemek için daha fazlasını yapmaya ikna etmek için iş olgusuna güvenmenin önemli bir ilerleme sağlamadığını savunmaktadır. *Harvard Business Review*'da yayınlanan araştırmanın bulgularına göre,¹⁰ sürdürülebilirlik veya çeşitlilik ve kapsayıcılık gibi sosyal meselelerin nasıl ele alınacağı konusunda karar verirken "ekonomik dil hiçbir şekilde önemli ölçüde ilişkili olmamıştır". Bu nedenle, anlatıyı insan hakları veya ahlaki argümanları içerecek şekilde değiştirmek "yöneticileri sosyal değişim yaratmaya ikna etmek için daha faydalı bir strateji olabilir". Amaca odaklanmanın her türlü ticari faaliyete eşlik etmesi gerekmektedir.

Nihayetinde, iş hayatı olgusu ve insan hakları olgusu birbirini dışlamaz; farklı bağlamlarda birine diğerinden daha fazla vurgu yapılabilir. Şirketlere LGBTİ'lerin dışlanması veya insan hakları ihlalleri karşısında sessiz kalmanın (bazen gizli) maliyetlerini hatırlatmak, tüm insanların onurlarına ve haklarına saygı gösterilmesini hak ettikleri ilkesini yadsımak anlamına gelmemektedir. Ayrımcılığın ve koruma eksikliğinin maliyetinin altını çizerek insan haklarına dayalı argümanlar daha güçlü bir şekilde ortaya konulabileceği gibi, iş hayatının da insan haklarına dayalı bir temele ihtiyacı vardır.

¹⁰ David Mayer ve diğerleri, "To get companies to take action on social issues, emphasize morals, not the business case", *Harvard Business Review*, 14 Şubat 2019.

A. İNSAN HAKLARINA SAYGI AÇISINDAN KURUMSAL SORUMLULUK

1990'ların sonlarına kadar çoğu şirket insan hakları sorumlulukları olduğunu kabul etmekte isteksiz olmakta ve insan haklarını ele almanın sadece hükümetlerin yükümlülüğü olduğunu savunmaktaydı.

İnsan Hakları Konseyi tarafından 2011 yılında kabul edilen İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri, Devletin uluslararası insan hakları hukuku kapsamında insan haklarına saygı gösterme, bu hakları koruma ve yerine getirme yükümlülükleri olsa da, işletmelerin de Devletin eylemlerinden bağımsız olarak insan haklarına saygı gösterme sorumluluğu olduğunu açıkça vurgulamaktadır. Buna ek olarak, birçok ülkede şirketlerin ulusal ve bölgesel mevzuat ve düzenlemelerde yer alan insan hakları standartlarına uymaları gerekmektedir ve bu standartlar birçok ülkede istikrarlı bir şekilde gelişmiştir. Aynı zamanda birçok şirketin, mal veya hizmet sağladıkları diğer şirketlerle olan sözleşmesel yükümlülüklerinin arasında insan haklarıyla ilgili yasal yükümlülükleri de vardır.

Şirketlerin insan hakları alanında olumlu ya da olumsuz birçok etkisi vardır.

Bu etki ayrımcılık ve cinsel tacizden sağlık ve güvenlik, örgütlenme özgürlüğü, çalışma hakları, ifade özgürlüğü, mahremiyet, yoksulluk, gıda, su, çevre, eğitim ve barınmaya kadar uzanmaktadır. Daha önceleri kamu kurumları tarafından yürütülen temel hizmetlerin (örneğin güvenlik, eğitim ve çocuk koruma) dış kaynaklara aktarımı ve özelleştirilmesi ile insanların haklarını kullanabilmeleri giderek özel şirketler tarafından alınan kararlara bağlı hale geldiğinden, insan hakları ihlalleri konusunda sorumlulukla ilgili sorunlar gündeme getirmiştir. Son zamanlarda, özel hayatın gizliliği ve ifade özgürlüğü hakları, özel internet şirketleri ve gittikçe genişleyen dijital ortama sebebiyle endişe uyandırmaktadır.

Şirketler, planlanan veya yürütülmekte olan tüm faaliyetlerin insan hakları üzerindeki etkilerini değerlendirmek için gerekli önemi göstermeli ve bu tür faaliyetlerin zararını ortaya çıkmasına yol açtığı veya katkıda bulunduğu durumlarda sorumluluk almalı ve telafi sunmalıdır.

İnsan haklarına saygıya yönelik kurumsal sorumluluk, şirketlerin iş uygulamalarının insan hakları üzerindeki etkilerini tespit etmek, önlemek ve ele almak için gerekli önemi göstermelerini gerektirmektedir. Şirketler, zarara neden olduklarını veya katkıda bulunduklarını tespit ettikleri durumlarda, meşru süreçler yoluyla iyileştirme sağlamalıdır. Şirketler operasyonel düzeyde etkili şikâyet mekanizmaları kurmalı veya bu mekanizmalara

KURUMSAL AÇIKLIĞA DIKKAT ÇEKMEK

katılmalı ve normal mahkemeler, iş mahkemeleri, kamu denetçileri, ulusal insan hakları komisyonları, eşitlik kurumları veya diğer şikâyet mekanizmaları aracılığıyla şikâyetlerin çözümüne iyi niyetle katılmalıdır. Devlet ise, kurumsal davranışların etkin bir şekilde düzenlenmesi ve insan hakları standartlarının ilgili yasalar aracılığıyla uygulanması konusunda hayati bir role sahiptir. Kendi toprakları veya yargı alanı dâhilindeki bireyleri şirketler tarafından işlenen insan hakları ihlallerinden korumak ve bu tür ihlallerin önlenmesi, cezalandırılması ve telafi edilmesini sağlamaya yönelik adımlar atmakla yükümlüdür. Devletin, özel kişiler, devlete ait işletmeler veya önemli sorumlulukların devredildiği özel şirketlerin hak suistimali durumlarında ve şirketlerin davranışlarını düzenlemek, izlemek veya onları sorumlu tutmak ve mağdurlar için telafi sağlamak için uygun önlemleri almadığı durumlarda bazı sorumlulukları olabileceği gibi mağdurlar için çözüm yolları sağlaması da gerekebilmektedir.

Son yıllarda yaşanan büyük ihlallerin ardından sivil toplum, şirketlerin daha yüksek insan hakları standartlarına tabi tutulması için giderek daha fazla çağrıda bulunmaktadır.

1990'larda sivil toplum kuruluşları, önde gelen hazır giyim ve ayakkabı şirketlerinin tedarik zincirlerindeki çocuk işçiliğine ve diğer suistimallere karşı kampanya yürütmekteydi. Ayrıca, madencilik, petrol ve gaz şirketlerinin, hükümet güvenlik güçlerinin şiddet eylemlerine ve yakınlardaki topluluklarda yaşayan insanların sağlığına zarar veren kirliliğe suç ortaklığı da dâhil olmak üzere iddia edilen ihlallerini kınamışlardır. 2014'te yapılan bir araştırma, pek çok şirketin kendilerini insan haklarına saygı konusunda önemli aktörler olarak görmeye başladığını ortaya koymuştur.¹¹ Bu kısmen, iş dünyasının insan hakları sorumluluklarını netleştirmeye yönelik yoğun uluslararası ve ulusal çabaların bir sonucudur. Araştırma kapsamında yapılan ankette, katılımcıların yüzde 83'ü insan haklarının hükümetlerin olduğu kadar iş dünyasının da meselesi olduğu konusunda hemfikir durumdaydı. Ancak, sadece yüzde 44'ü insan haklarının şu anda yürütme kurulu başkanlarının (ing. CEO) liderlik ettiği bir konu olduğunu ve bu şirketlerin sadece yüzde 22'sinin kamuya açık bir insan hakları politikasına sahip olduğunu bildirmiştir.

¹¹ Economist Intelligence Unit, "The road from principles to practice: today's challenges for business in respecting human rights" (İkilerden uygulamaya giden yol: iş dünyası için insan haklarına saygı konusunda günümüzün zorlukları) (Londra, 2015).

İş Dünyası ve İnsan Haklarına İlişkin Rehber İlkeler

2011 yılında İnsan Hakları Konseyi, İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkelerini oybirliğiyle kabul etmiştir ("**Rehber İlkeler**").¹² Bu ilkeler, ticari faaliyetlerle bağlantılı olarak insan hakları üzerinde olumsuz bir etki yaratılması riskinin önlenmesi ve ele alınmasına yönelik ilk global standarttır. Bu ilkeler yeni yasal yükümlülükler yaratmamakta, daha ziyade mevcut yükümlülüklerin ve uygulamaların Devletler ve işletmeler açısından sonuçlarını ayrıntılı bir şekilde ele almaktadır. Rehber İlkeler dünya çapındaki tüm Devletler ve tüm işletmeler için geçerlidir.

Rehber İlkeler, Devletlerin insan haklarına saygı gösterme, koruma ve yerine getirme görevi olduğunu, işletmelerin ise başkalarının insan haklarını ihlal etmekten kaçınmak için gereken özeni göstermek ve dâhil oldukları olumsuz etkileri ele almak da dâhil olmak üzere insan haklarına saygı gösterme sorumluluğu olduğunu belirtmektedir. Devletlerin insan haklarına saygı gösterme, koruma ve yerine getirme yükümlülüklerini yerine getirememeleri, şirketleri insan haklarına saygı gösterme sorumluluklarından muaf tutmamaktadır.

İşletmelerin insan haklarına saygı gösterme konusundaki temel beklentileri, işletmelerin başkalarının haklarını ihlal etmekten kaçınmaları ve dâhil oldukları olumsuz insan hakları müdahalelerini ele almaları gerektiğini belirten Rehber İlke 11'de belirtilmiştir. Rehber İlkeler, insan hakları üzerinde olası olumsuz etkilerin meydana gelmesini önlemek için en iyi politikalar ve süreçler uygulansa bile, söz konusu müdahale beklenmedik olduğu için veya işletmenin bunu önlemesi mümkün olmadığı için bu tür olumsuz müdahalelerin yine de meydana gelebileceğini kabul etmektedir.¹³ Bu gibi durumlarda, bir şirket meşru süreçler yoluyla iyileştirme sağlamalı veya bu konuda işbirliği yapmalıdır.

Rehber ilkelere göre, işletmelerin insan hakları ihlalleri risklerini tespit etmek ve uygun bir kurumsal insan hakları durum tespiti süreci yoluyla ihlalleri/olumsuz etkileri önlemek için "ileriye dönük" bir sorumluluğu ve hâlihazırda meydana gelmiş olan (belki de durum tespiti süreci yoluyla tespit edilen) olumsuz insan hakları müdahalelerini iyileştirme yoluyla ele almak için "geriye dönük" bir sorumluluğu vardır.¹⁴

¹² Bkz. www.ohchr.org/en/publications/reference-publications/guiding-principles-business-and-human-rights.

¹³ Shift, "Remediation, grievance mechanisms and the corporate responsibility to respect human rights", Shift Workshop Report No. 5 (New York, 2014), s. 3.

¹⁴ Ibid.

İş Dünyası ve İnsan Haklarına İlişkin Rehber İlkeler

Rehber ilkelerin yayınlanmasını takiben, dikkatler bu ilkeler ve bunların şirketler topluluğu genelinde uygulanmasına ilişkin farkındalığın artırılmasına yönelmiştir. OHCHR ve iş dünyası ile insan haklarının kesiştiği noktada küresel çapta çalışan çok sayıda kâr amacı gütmeyen kuruluş, şirketlerin Rehber İlkeleri küresel operasyonlarında uygulamak üzere iç politika ve süreçler oluştururken kullanabilecekleri kaynaklar ve rehberler geliştirmiştir.¹⁵ Dünyanın pek çok yerinde Hükümetler, Kılavuz İlkelerin uygulanmasına yönelik ulusal eylem planları geliştirmek üzere şirketler ve sivil toplumla birlikte çalışmaktadır.¹⁶

Bazı durumlarda şirketler, modern kölelik ve yolsuzluk dahil olmak üzere yangın güvenliği standartları, çocuk işçiliği ve toplumsal cinsiyet eşitliğine kadar belirli insan hakları sorunlarını ele almak için girişimlerde Hükümetler, uluslararası kuruluşlar ve/veya sivil toplum örgütleriyle bir araya gelmiştir.

Hâlâ yapılması gereken çok şey olsa da, giderek artan sayıda şirket insan hakları konularını ele almak için başkalarıyla işbirliği içinde çalışmaktadır. Önemli girişimler arasında Ekvator Prensipleri (the Equator Principles); Ekstraktif Endüstriler Şeffaflık Girişimi (the Extractive Industries Transparency Initiative); Adil Çalışma Derneği (the Fair Labor Association); Küresel Ağ Girişimi (the Global Network Initiative); Küresel Raporlama Girişimi (the Global Reporting Initiative); Kimberley Süreci (the Kimberley Process); Sorumlu Mineraller Girişimi (the Responsible Minerals Initiative); ve Güvenlik ve İnsan Hakları Gönüllü Prensipleri (the Voluntary Principles on Security and Human Rights) bulunmaktadır.

Şirketlerin dâhil olduğu sektörel gelişmelerden bazıları, Bangladeş'te yangın ve bina güvenliğine ilişkin beş yıllık anlaşma ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Adil Gıda Standartları Konseyi (Fair Food Standards Council) gibi, doğrudan etkilenen işçiler ve topluluklar tarafından yönetilmektedir. Sivil toplum kuruluşları ve diğerleri de şirketleri insan hakları konularında sıralayarak değişimi teşvik etmek için sektörel

¹⁵ Birleşmiş Milletler insan hakları mekanizmaları tarafından geliştirilen kaynaklar için bkz.

www.ohchr.org/EN/Issues/Business/Pages/Resources.aspx. Diğer kaynak sağlayıcılar arasında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, İş Dünyası ve İnsan Hakları Kaynak Merkezi, İnsan Hakları Küresel İş Girişimi, İnsan Hakları ve İş Dünyası Enstitüsü ve Shift yer almaktadır.

¹⁶ Bkz. www.ohchr.org/en/issues/business/pages/nationalactionplans.aspx veya <https://globalnaps.org>.

girişimlerde doğrudan şirketlerle birlikte çalışmaktadır (örneğin ilaç sektörü için İlaça Erişim Endeksi, gıda ve içecek firmaları için Markaların Arkasında ve bilgi ve iletişim teknolojisi firmaları için Dijital Hakları Sıralamak).

Sosyal değişimi kim tetikliyor?

Çoğu insan, şirketlerin istihdam yaratma, kâr elde etme ve vergi katkılarının ötesine geçen bir sosyal etkiye sahip olabileceğini kabul etmektedir. Dikkatler genellikle çalışma standartları, sağlık ve güvenlik veya çevre ile ilgili potansiyel olumsuz etkilere odaklanırken, şirketlerin iş yaptıkları ülkelerdeki bireyleri ve toplulukları desteklemek için aktif ve olumlu bir rol oynayabilecekleri ve oynamaları gerektiği giderek daha fazla kabul görmektedir.

İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri(the Guiding Principles on Business and Human Rights), şirketlerin sahip olduğu insan hakları sorumluluklarını vurgularken - yani ticari faaliyetlerinin kimsenin insan haklarını ihlal etmemesini sağlamak - şirketlerin oynayabileceği daha kapsamlı rolü ve şirketlerin insan haklarının geliştirilmesine yapabileceği potansiyel olumlu katkıyı da kabul etmektedir. Örneğin, rehber ilke 11'in yorumunda "Ticari işletmeler, insan haklarını desteklemek ve teşvik etmek için haklardan yararlanılmasına katkıda bulunabilecek başka taahhütler veya faaliyetler üstlenebilir" denmektedir.

LGBTİ'lerin haklarının korunmasında son yıllarda kaydedilen ilerlemeler, tabandan gelen savunucuların örgütlenmesi, savunuculuk yapması, desteği örgütlemesi ve farklı ülkelerdeki bir dizi müttefikle bir araya gelmesinden kaynaklanmıştır. Kurumsal girişimler sivil toplum aktivizminin yerini tutamaz, ancak şirketler hem kendi iş güçleri veya operasyonları içinde ayrımcılıkla mücadele ederek hem de sivil toplum girişimlerine hayati destek vererek önemli bir tamamlayıcı rol oynayabilir. Başarının anahtarı, kurumsal sektör ve sivil toplum arasındaki işbirliğidir. Kritik olarak, şirketlerin bu alanda herhangi bir girişimde bulunmadan önce LGBTİ insan hakları savunucularına danışmaları ve yerel LGBTİ topluluklarının üyelerinin endişelerini dikkate almaları gerekmektedir.

B. ULUSLARARASI İNSAN HAKLARI HUKUKUNDA LGBTİ'LERİN HAKLARI

Devletler, uluslararası insan hakları hukuku uyarınca, LGBTİ'ler de dâhil olmak üzere, kendi yetki alanları dâhilindeki herkesin insan haklarına saygı göstermek, bu hakları korumak ve yerine getirmekle yükümlüdür.¹⁷

Geçtiğimiz 25 yıl boyunca, Birleşmiş Milletler sözleşme organları, cinsel yönelim, cinsiyet kimliği ve cinsiyet özelliklerine dayalı olarak bireylere yönelik ayrımcılık ve şiddetle mücadele etmeyi amaçlayan yüzlerce tavsiye karan yayınlamıştır. Bunların birçoğu, her devletin beş yılda bir insan hakları sicilinin gözden geçirildiği bir akran değerlendirmesi süreci olan İnsan Hakları Konseyi'nin evrensel periyodik incelemesinden çıkan tavsiyelere de yansımıştır. İnsan Hakları Konseyi, birbirini izleyen kararlarında, cinsel yönelimleri ve cinsiyet kimlikleri temelinde insanlara yönelik şiddet ve ayrımcılığın devam etmesinden duyduğu endişeyi dile getirmiş ve Devletlere bu sorunları ele almak için daha fazlasını yapmaları çağrısında bulunmuştur.¹⁸

Tüm Devletlerin yerine getirmesi beklenen temel yükümlülükler arasında şunlar yer almaktadır:

- (a) **Ayrımcı ceza yasalarının kaldırılması:** İnsanları cinsel yönelimleri ve/veya cinsiyet kimlikleri nedeniyle gözaltına almak veya cezalandırmak için kullanılan veya kullanılabilir olan ayrımcı ceza yasalarını kaldırılması gerekmektedir (buna eşcinsel ilişkiler ve cross-dressing'e karşı yasalar da dâhildir);
- (b) **Her türlü ayrımcılığın yasaklanması:** Bir kişinin cinsel yönelimi, cinsiyet kimliği ve/veya cinsiyet özelliklerine dayalı her türlü ayrımcılığın (etkili ayrımcılık karşıtı yasalar çıkararak ve ilgili politikaları benimseyerek) yasaklanması ve kendini tanımlamaya dayalı ve istismarcı gereklilikler olmaksızın cinsiyet kimliğinin yasal olarak tanınmasının sağlanması gerekmektedir;
- (c) **Tüm LGBTİ'lerin işkence, kötü muamele ve nefretsaiikli şiddetten korunması:** (nefret suçu ve nefret söylemi ile ilgili mevzuat, cezaevi reformları ve polis eğitimi, "dönüşüm terapisi", "anal muayeneler", interseks çocuklara tıbbi olarak gereksiz müdahaleler, trans ve interseks'lerin zorla/baskıyla kısırlaştırılmasının yasaklanması ve damgalama ile mücadele için kamu eğitimi gerekmektedir);

¹⁷ Bkz: A/HRC/29/23 ve A/HRC/19/41.

¹⁸ Bkz. 17/19, 27/32, 32/2 ve 41/18 sayılı İnsan Hakları Konseyi kararları

(d) LGBTİ'lerin ifade ve örgütlenme özgürlüğü haklarını güvenli bir şekilde ve ayrımcı kısıtlamalar olmaksızın kullanabilmelerinin sağlanması: (örneğin Onur Yürüyüşlerinin güvenliğini sağlayarak, LGBTİ derneklerinin faaliyetlerini yürütmekte ve insan haklarını savunmakta özgür olduklarından emin olarak ve istedikleri takdirde örgütlerini kaydettirmek gerekmektedir)

Son yıllarda, dünyanın her bölgesindeki ülkeler, LGBTİ'lere yönelik insan hakları ihlallerini ele almak için, mevcut yasaları değiştirerek, yeni yasalar düzenleyerek ve bireyleri ayrımcılık ve şiddetten korumayı amaçlayan yeni politikalar ve sosyal programlar geliştirerek adımlar atmaktadır.

Aralık 2021 itibarıyla, Birleşmiş Milletlere üye 140'tan fazla Devlet, evrensel periyodik gözden geçirme kapsamında LGBTİ'lerin haklarına ilişkin olarak yapılan en az bir tavsiyeyi kabul etmektedir. OHCHR tarafından 2016 yılında yayınlanan bir raporda, LGBTİ'lere yönelik şiddet ve ayrımcılıkla mücadele etmek üzere 60'tan fazla ülkede uygulamaya konulan 200 yasal, politik ve programatik tedbir incelenmiştir.¹⁹ Raporda, eşcinsel ilişkilerin suç olmaktan çıkarılması ve transların cinsiyet kimliklerinin yasal olarak tanınmasından, revize edilmiş ayrımcılıkla mücadele yasalarına, okullarda yeni zorbalıklı mücadele programlarına, evsiz LGBTİ gençlere yönelik desteğe ve gözaltındaki LGBTİ tutukluları korumaya yönelik tedbirlere kadar onlarca iyi uygulama örneği vurgulanmaktadır.

Bu ilerlemeye rağmen, LGBTİ'lerin haklarının yasal olarak korunmasında eşitsizlikler hâlâ mevcuttur.

Rızaya dayalı eşcinsel ilişkiler, ceza kanununun bu tür suçlardan hüküm giyenler için ölüm cezası öngörülen beş ülke de dâhil olmak üzere, 70'e yakın ülkede suç sayılmaya devam etmektedir. Her üç ülkeden sadece birinde insanları cinsel yönelimleri temelinde ayrımcılığa karşı koruyan ayrımcılık karşıtı yasalar bulunmaktadır; bu ülkelerin sadece yüzde 10'u transları ve yüzde 5'ten daha azı interseksleri ayrımcılığa karşı korumaktadır. LGBTİ'lere yönelik nefret saikli şiddet yaygındır ve genellikle cezasız kalmaktadır; LGBTİ çocuklara yönelik sözlü ve bazen de acımasız fiziksel zorbalık dünya genelindeki okullarda yaygındır. Çoğu ülkede translar ya cinsiyet kimliklerinin yasal

¹⁹ OHCHR, Living Free & Equal: What States are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People(Özgür ve Eşit Yaşamak: Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transgender ve Intersekslere Yönelik Şiddet ve Ayrımcılıkla Mücadele Etmek için Devletler Ne Yapıyor) (New York ve Cenevre, 2016).

KURUMSAL AÇIKLIĞA DIKKAT ÇEKMEK

olarak tanınmasından tamamen mahrum bırakılmakta ya da böyle bir tanınma elde edebilmek için zahmetli, haksız ve çoğu zaman istismar edici ön koşullara boyun eğmek zorunda bırakılmaktadır. Sadece birkaç ülkede interseks bebekleri ve çocukları gereksiz ve zararlı ameliyatlardan ve diğer tedavilerden korumak için yasal önlemler bulunmaktadır.

Özellikle uluslararası faaliyet gösteren şirketler arasında, iş dünyasının hem LGBTİ'lerin haklarına saygı gösterme sorumluluğuna hem de potansiyel olarak uygulamada insan haklarının iyileştirilmesine aktif olarak katkıda bulunma imkanı olduğuna dair farkındalık artmaktadır.

Bu şirketler için, yürürlükteki yasal çerçeveler ve bu alandaki farklı koruma standartları arasında hareket etmek zor olabilmektedir. Birçok ülke, uluslararası insan hakları standartlarıyla uyumlayan kanun, politika ve yönetmelikleri kabul etmiş veya onaylamıştır. Faaliyet gösterdikleri yere bağlı olarak, şirketler kendilerini çok farklı yasal gereklilikler ve sosyal iklimlerle karşı karşıya bulabilmektedirler.²⁰ Bununla birlikte, şirketler farklı vergi yasaları ve çalışma, sağlık ve güvenlik ve çevre standartlarına sahip birden fazla yargı alanında faaliyet gösterme konusunda zengin bir deneyim birikimine sahiptir. Uluslararası standartlara ve kendi davranış kurallarına uymanın yollarını bulmak yerel düzenlemelerin gerektirdiğinin ötesine geçse bile bu durum, şirketlerin inisiyatifine kalmıştır. Aynı yaklaşım LGBTİ'lerin insan hakları da dâhil olmak üzere, insan haklarına saygı bağlamında da geçerlidir.

²⁰ Uluslararası Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans ve İnterseks Derneği (ILGA) gibi kuruluşlar, LGBTİ'ler üzerinde doğrudan etkisi olan yasa ve politikalar hakkında bilgi derlemiş ve küresel endeksler ve sıralamalar geliştirmiştir. Bunlar, çok uluslu şirketler için faaliyet gösterdikleri çeşitli ülkelerde yürürlükte olan çok sayıda tedbirin anlamada faydalı bir kaynak olarak hizmet edebilir.

Bir ses bulmak: Çin'in Tayvan Eyaletinde eşitlik için ayağa kalkan şirketler

Kasım 2018'de Çin'in Tayvan Eyaletinde, aynı cinsiyetten çiftler için evlilik eşitliğinin yasallaştırılması ve okul müfredatlarının lezbiyen, gey, biseksüel ve transgender topluluklarıyla ilgili konuları içerecek şekilde genişletilmesi önerileri referandum yoluyla onaylanmıştır. Oylama öncesinde 29 yerel ve çok uluslu şirket ile altı sivil toplum kuruluşu lezbiyen, gey, biseksüel ve transların eşitliğini destekleyen ortak bir açıklama yayınlamıştır. Çeşitlilik ve kapsayıcılığın iş dünyası için iyi olduğuna dikkat çekilen bildiriye, ayrımcılığın hem bu topluluk hem de verimlilik kaybı açısından bir maliyete katlanmak zorunda olan iş dünyası için maliyeti vurgulanmıştır. Bildiriyi destekleyen şirketler, finansal hizmetler ve tüketici ürünlerinden profesyonel hizmetler ve teknolojiye kadar bir dizi sektörde binlerce yerel çalışanı temsil etmektedir.

İlgili bir girişimde, Open for Business koalisyonu evlilik eşitliği için 15 şirket tarafından desteklenen bir ekonomik özet hazırlamıştır. Open for Business, bu özeti yasa koyuculara sunmak üzere yerel savunucularla birlikte çalışmış ve sonuç olarak, birkaç yasa koyucu daha evlilik eşitliğini yürürlüğe koyan yasa tasarısı lehine oy verme niyetlerini açıklamıştır. Bu girişim aynı zamanda yerel medyada olumlu bir yer bulmuş ve başka yerel şirketlerin de evlilik eşitliğine desteklerini dile getirmeleri için teşvik edilmelerine ön ayak olmuştur.

C. LGBTİ'LERE KARŞI AYRIMCILIKLA MÜCADELE: İŞ DÜNYASI İÇİN KÜRESEL STANDARTLAR

Bu alanda olumlu bir fark yaratmak isteyen şirketler bir dizi zorlu soruyla karşı karşıya kalmaktadır.

Şirketler, uluslararası insan hakları hukuku kapsamında LGBTİ'lerin insan haklarına saygı gösterme sorumluluklarını yerine getirmek için şimdi ve gelecekte ne yapmalıdır? Bir şirket hangi politikaları ve prosedürleri uygulamaya koymalıdır? Özellikle birden fazla yetki alanına sahip şirketlerde söz konusu prosedürleri uygularken ne kadar esneklik gösterilmelidir? Şirketler, uymak zorunda oldukları yerel yasa ve yönetmeliklerin uluslararası insan hakları standartlarıyla çeliştiği durumları nasıl ele almalıdır? Şirketler, daha geniş bir pazarda ayrımcılıkla mücadele etmek istiyorlarsa, personel ile ilgili iç politikaları gözden geçirmenin ve iyileştirmenin ötesinde hangi araçlara sahiptirler? Daha kamusal bir savunuculuk rolü üstlenmek isteyen şirketler için, olumlu sosyal ve yasal değişime katkıda bulunmak için ne gibi fırsatlar vardır ve dikkat edilmesi gereken hususlar nelerdir?

Bu ve benzeri sorulara cevaben 2016 yılında OHCHR, İnsan Hakları ve İş Dünyası Enstitüsü ile iş dünyası ve sivil toplumla birlikte çalışarak LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele konusunda şirketlere yönelik bir rehber geliştireceğini duyurmuştur.

Bir yıl sonra, Afrika, Asya, Avrupa ve Amerika'da gerçekleştirilen kapsamlı bölgesel istişarelerin ardından, OHCHR Davranış Standartlarını yayınlamıştır.²¹ Davranış Standartları, hem temel sorumluluklarını yerine getirmek hem de hem işyerinde hem de işyeri dışında ayrımcılığın ortadan kaldırılmasına olumlu katkıda bulunmak isteyen şirketler için bir yol haritası sunmaktadır. Bu standartlar, İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri'nin asgari gerekliliklerini karşılamak için tüm şirketlerin yapması gerekenlerin yanı sıra, şirketlerin LGBTİ'lerin insan hakları durumunda daha geniş çaplı iyileştirmeleri desteklemek için almayı düşünebilecekleri ek önlemleri de kapsamaktadır.

²¹ OHCHR, "Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans ve İntersekslere Karşı Ayrımcılıkla Mücadele: Kurumsal Davranış Standartları" (2017).

Davranış Standartlarının temel amaçlarından biri, şirketlerin LGBTİ'lere yönelik ayrımcılığa yaklaşımlarında daha fazla tutarlılık ve bütünlük sağlamalarına ve daha etkili politikalar geliştirmelerine yardımcı olmaktadır.

Davranış Standartları'nın da belirttiği gibi, “Kurumsal sektörün yaklaşımı genellikle ad hoc ve tutarsız olmuştur. Bazı küresel şirketler yurt içinde LGBTİ eşitliğini savunmada başarılı olurken, yurt dışında daha az başarılı olmaktadır. Diğerleri ise görece destekleyici ortamlarda seslerini duyurabilirken, LGBTİ'lere yönelik hakların korunmasının zayıf veya eksik olduğu durumlarda sessiz kalabilmektedir.”²²

Davranış Standartları, ayrımcılıkla mücadeleye yardımcı olmak ve LGBTİ'lerin haklarına saygı gösterilmesini sağlamak için şirketlerin yapması gereken ve yapabileceği beş tür eylem esas alınarak oluşturulmuştur.

İlk standart, insan haklarına saygı duymak, her düzeyde ve kurumsal faaliyetin her alanında uygulanabilirken, diğerleri işyeri, pazar yeri veya daha geniş toplumsal alanlarda geçerlidir (aşağıdaki açıklama kutusunu inceleyiniz).

LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele: beş davranış standardı

1) İnsan haklarına saygı gösterilmesi: LGBTİ'lerin

hakları da dâhil olmak üzere insan haklarına saygı göstermeye yönelik bu asgari, temel düzeydeki gereklilik, kurumsal faaliyetlerin tüm alanlarını kapsamaktadır. Tüm şirketlerin, ticari faaliyetlerinin LGBTİ'lerin insan haklarını kullanma becerilerini olumsuz etkilemediğinden emin olmak için gerekli özeni göstermelerini ve politikalar geliştirmelerini gerektirir. LGBTİ'lerin kurumsal kararlar veya politikalar sonucunda mağdur oldukları her durumda, bu kişilere uygun telafi yolları sağlanmalıdır.

²² A.g.e., s. 4.

- 2) Ayrımcılığın ortadan kaldırılması:** Bu standart işyerinde LGBTİ çalışanlarına (ve başvuru sahiplerine) yönelik ayrımcılığın sona erdirilmesini, işe alım süreçlerinin gözden geçirilmesini ve gerektiğinde iyileştirilmesini, yöneticilerin duyarlı hale getirilmesini ve çalışma koşullarının, sosyal yardımların ve ödeneklerin uygun şekilde ayarlanmasını, ayrıca mahremiyetle ilgili konuların ele alınmasını ve işyerinde taciz ve zorbalığın incelenmesini içermektedir.
- 3) Destek sağlanması:** Bu standart, işyerinde LGBTİ çalışanlara destek sağlamayı, damgalamayla mücadeleyi ve ortadan kaldırmayı ve işyerinde LGBTİ çalışanı için sıcak, onaylayıcı ve kapsayıcı bir ortam olmasını sağlamayı içermektedir.
- 4) Diğer insan hakları ihlallerinin önlenmesi:** Şirketler kendilerini düzeltmenin ötesinde, değer zincirinde yukarı ve aşağı doğru LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmek için kendi tedarikçileri de dahil olmak üzere iş ortaklarıyla birlikte çalışmalıdır. Şirketler bu tür tartışmalarda önemli bir güce sahiptir ve bunu kullanmalıdır.
- 5) Kamusal alanda dikkat çekilmesi:** Şirketler, LGBTİ'lerin haklarını savunmak için bazen kamuya açık olarak, bazen de hükümet yetkilileriyle yapılan hassas görüşmeler bağlamında özel olarak konuşma fırsatına sahip olmaktadır. Davranış Standartları, yerel LGBTİ sivil toplum örgütlerinin rehberliğinde de olsa, şirketleri bu tür fırsatları değerlendirmeye teşvik etmektedir. Şirketler, kendi savunuculuk faaliyetlerinin ötesinde veya bunlara ek olarak, LGBTİ sivil toplum örgütlerine mali veya aynı destek sağlayarak ve LGBTİ topluluk etkinliklerine sponsor olup destek vererek tabandan gelen savunuculuğun güçlendirilmesine de yardımcı olabilmektedir.

Davranış Standartları iş dünyasına yeni yükümlülükler getirmemektedir. Davranış Standartları mevcut uluslararası insan hakları belgelerine dayanır, mevcut kurumsal yükümlülükler içerir ve İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri ile uyum ve tutarlılık içerisindedir.

Davranış Standartları iş dünyasının çeşitlilik arz ettiği ve farklı sektörlerde ve daha da önemlisi dünyanın farklı bölgelerinde faaliyet gösteren şirketlerin LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadelede farklı zorluklarla karşılaşacağı gerçeğini özellikle yansıtmaktadır. Davranış Standartları, herkese uyan tek bir model öngörmek yerine, şirketlere insan hakları sorumluluklarını yerine getirmeleri ve taahhütlerini iş yaptıkları her alanda pratik eyleme dönüştürmeleri için bir araç sunmaktadır. Davranış Standartları etkili bir şekilde

uygulandığı takdirde dünyanın dört bir yanındaki ülkelerde ayrımcılıkla mücadelede iş dünyasının rolünü arttırmak için önemli bir fırsattır.

Dünyanın önde gelen şirketlerinden pek çoğunun Davranış Standartlarına desteklerini ifade etmekte hızlı davranmaları, kurumsal dünyada LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele konusunda farkındalık ve istekliliğin arttığını yansıtmaktadır.

Bu aynı zamanda bazı şirketlerin genç ve kendini ilerici olarak tanımlayan tüketicilere eşitlik kimliklerini mümkün oldukça görünür bir şekilde işaret etme isteğini de yansıtmaktadır. Ancak şirketlerin Davranış Standartlarına desteklerini ifade etmelerini sağlamak sadece bir ilk adım olarak düşünülmüştür. Davranış Standartları ancak mevcut kurumsal politikaları ve uygulamaları değiştirmek için etkili bir şekilde uygulandıklarında bir etkiye sahip olacaktır.

Davranış Standartları bir denetim veya yaptırım mekanizması bulundurmamaktadır.

Sendikalar, sivil toplum örgütleri, sanayi kuruluşları, çok paydaşlı girişimler, akademik kurumlar ve diğerleriyle birlikte ölçütler geliştirmek, performansı izlemek ve değerlendirmek, uygulamaları paylaşmak ve Davranış Standartları doğrultusunda atılabilecek diğer adımları belirlemek ilgili şirketlerin sorumluluğundadır.

OHCHR, Davranış Standartları'na destek sözü veren şirketleri, Davranış Standartları'nı pratikte uygulama planlarını ilerletirken LGBTİ çalışanlarıyla ve LGBTİ insan hakları savunucuları ve sivil toplumdaki diğer kişilerle yakın bir şekilde çalışmaya çağırmıştır.

Şirketler, özellikle beşinci standardın (LGBTİ konularında konuşarak ve LGBTİ aktivizmini ve savunuculuğunu destekleyerek kamusal alanda hareket etmek) uygulanmasında kendilerine yol göstermesi için sivil topluma başvurmalıdır. Başarılı bir uygulama, şirketler ile LGBTİ toplulukları arasında görüşmelerin ve ortaklıkların geliştirilmesi ile sağlanacaktır.

Özel sektörün rolü: özet

İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri'nin de belirttiği üzere, her şirketin ticari faaliyetlerinin hiç kimsenin insan haklarından yararlanmasını olumsuz etkilememesini sağlaması gerekmektedir. Bu alandaki kurumsal sorumluluk, bir Devletin kendi yetki alanındaki herkesin insan haklarını koruma görevinden bağımsız olarak mevcuttur.

Çoğu ülkede LGBTİ'ler orantısız bir şekilde şiddet, ayrımcılık ve diğer insan hakları ihlalleri ile karşılaşmakta; bazılarında ise aynı cinsiyetten ilişkilerin ve transların suç sayılması da dâhil olmak üzere Devlet tarafından aktif olarak zulüm görmektedirler. Devletin bu tür durumlarda LGBTİ'lerin haklarını yeterince koruyamaması, şirketleri, ister çalışan, ister müşteri, isterse de toplumun bir üyesi olsun LGBTİ'lerin haklarına saygı gösterme sorumluluğundan muaf tutmamaktadır.

OHCHR, şirketlerin LGBTİ'lerin haklarına ilişkin sorumluluklarını yerine getirmelerine yardımcı olmak amacıyla Davranış Standartlarını geliştirmiştir. Davranış Standartları, yerel bağlama bağlı olarak, işyerinde ve ötesinde LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmek için şirketlerin atabileceği ve atması gereken adımları ortaya koymaktadır. Şirketler bu adımları atarak, farklı yetenekleri cezbetmeyi ve elde tutmayı kolaylaştırmış olarak kendi çıkarlarına da hizmet etmiş olacaklardır.

Şirketlerin bu alandaki eylemleri, LGBTİ insan hakları savunucuları ve yerel LGBTİ topluluklarının diğer üyeleri ile iştişare ve işbirliği içinde geliştirilmelidir. Hem insan hakları savunucuları hem de iş dünyası liderleri tarafından kullanılabilecek olan bu rehber, bu tür bir işbirliğini desteklemeyi amaçlamaktadır.

BÖLÜM 2



**LGBTİ konularına şirketlerin
dikkatini çekmek:
Nereden başlamalı?**

Bir şirketle ilişki kurmak isteyen herhangi bir insan hakları savunucusu için temel soru, nereden başlanacağı ve kiminle iletişime geçileceğidir.

Kurumsal yapıları yönetmek bir şirketin kendi çalışanları için dahi karmaşık ve zor olabilmektedir. Kurumsal yapıların dışından yaklaşanlar için doğru başlangıç noktasını bulmak göz korkutucu olabilmektedir. Nereden başlanacağı hususu, çoğu durumda eldeki spesifik konuya, bunun yanı sıra şirketin büyüklüğüne, kaç ülkede faaliyet gösterdiğine ve kendi içinde nasıl organize olduğuna bağlı olmaktadır.

LGBTİ ile ilgili konular nadiren şirket içinde atanmış tek bir yönetici veya ekip tarafından ele alınır, ancak birden fazla bölümde ve çeşitli sorumluluk düzeyinde çalışan personeller tarafından da ele alınabilir.

Konuya bağlı olarak, LGBTİ sorunları insan kaynakları yönetimi ile çeşitlilik ve kapsayıcılıktan sorumlu personel tarafından (işgücü ile ilgili konular için), hukuk veya kamu politikasından sorumlu personel tarafından (uyumluluk konuları için), kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlikten sorumlu personel tarafından (kurumun politikası ile ilgili ve operasyonel konular için), halkla ilişkilerden sorumlu personel tarafından (şirketin kamuya yönelik duruşu ile ilgili konularda) ve hayırseverlikten sorumlu personel tarafından (sponsorluk ve finansman kararları için) ve bazı durumlarda şirkete bağlı bir vakıf (eğer böyle bir organ varsa) tarafından ele alınabilmektedir.

Aşağıdaki bölümler, savunucuların LGBTİ etkinlikleri için personel ve eğitimden kurumsal sponsorluk ve desteğe kadar şirketlerle genellikle görüşmek istedikleri konuları ele almaktadır.

Mevcut amaçlar doğrultusunda, sorunlar içe dönük sorunlar (yani işyeri içinde ve işgücü arasında ayrımcılıkla mücadele) ve dışa dönük sorunlar (yani pazarda ve daha geniş toplumda ayrımcılıkla mücadele) olarak ikiye ayrılmaktadır. Her durumda, potansiyel başlangıç noktaları ve muhataplar belirlenmiştir, ancak kurumsal yapıların ve dolayısıyla başlangıç noktalarının şirketten şirkete, büyüklüğe ve sektöre göre değişeceği göz önünde tutulmalıdır.

Kim kimdir?

- **Yönetim kurulu başkanı ve üst düzey yönetim ekibi:** Yürütme kurulu başkanı (CEO) ve üst düzey yöneticiler; şirketlerinde yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde eşitliği teşvik etmek ve sağlamak için benzersiz bir konumda bulunmaktadır. Sosyal meseleler karşısında takındıkları tavır, şirketin tutumunu belirlemede ve resmi pozisyon ve politika değişikliklerine yol açabilmektedir.
- **Çeşitlilik ve kapsayıcılık odak noktası/odak noktaları:** genellikle büyük şirketlerde bulunan ve sıklıkla şirketin insan kaynakları yönetimi ekibinde yer alan çeşitlilik ve kapsayıcılık odak noktaları, işe alım ve diğer personel politikalarını gözden geçirme ve geliştirme ile eğitim ve personel desteği seviyelerinde önemli bir rol oynamaktadırlar.
- **Kurumsal sosyal sorumluluk departmanı/odak noktaları:** Birçok büyük şirketin, ilgili departmanlardan personel toplayarak oluşturduğu ve belirli projeler için harekete geçen özel bir kurumsal sosyal sorumluluk departmanı bulunmaktadır. Nispeten az sayıda şirket kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde LGBTİ sorunlarına açıkça atıfta bulunsa bile, bu tür konularda çalışan personelin bu alandaki girişimleri desteklemeleri teşvik edilmelidir.
- **Hukuk danışmanı/hukuk işleri:** hukuk personeli, örneğin yerel ayrımcı yasaların uyum sorunları yarattığı durumlarda veya potansiyel ortaklara ve yüklenicilere daha yüksek ayrımcılık karşıtı standartlar uygulamak amacıyla ihale kurallarının gözden geçirildiği durumlarda devreye girebilmektedir.
- **Halkla ilişkiler ve iletişim ekipleri:** Şirketin halkla ilişkiler ekibi; şirketin hükümet yetkililerine veya kanun koyuculara yasaları, politikaları, yönetmelikleri veya kararları değiştirmeleri için baskı yaptığı durumlarda devreye girebilmektedir. Bu tür bir savunuculuğun kamu iletişimi stratejisinin bir parçası haline geldiği durumlarda, şirketin iletişim direktörü ve/veya medya yöneticisi de dâhil olacaktır.
- **Pazarlama müdürü ve ekibi:** Bir şirketin pazarlama ekibi, reklam kampanyalarının ve/veya ilgili materyallerin LGBTİ temsili ve mesajları içermesine dair her türlü kararda yer alacaktır. Bu durumun yasalara uyum sorunları yarattığı durumlarda, hukuk danışmanı/hukuk ekibi de sürece dâhil olacaktır.

- **Satın alma ve lojistik yöneticileri:** Bir şirketin tedarikçilerini, hizmet sağlayıcılarını ve diğer iş ortaklarını LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla ilgili konulara dâhil etme kararı, muhtemelen firmanın satın alma yöneticisinin yanı sıra lojistik, teknoloji ve diğer işletme yöneticileri de (duruma bağlı olarak) içerecektir.
- **Kurumsal bağış yönetimi/ hayırseverlik :** Birçok büyük şirketin kurumsal bağıştan sorumlu bir personeli veya ekibi vardır; bazıları ise ayrı bir kurumsal vakıf kurmuştur. Kurumsal bağışlarla ilgilenen personel, bağış yapma konusunda üst yönetime veya yönetim kurulu üyelerine danışmanlık yapma konusunda kilit bir rol oynamaktadırlar. Ayrıca pazarlama ve iletişim alanındaki meslektaşlarıyla birlikte sponsorluk kararlarına da dâhil olabilmektedirler.
- **LGBTİ çalışan kaynak grupları:** genellikle büyük, çok uluslu şirketlerde bulunan LGBTİ çalışan kaynak grupları, farklı sorumluluk düzeylerinde ve kurumsal faaliyet alanlarında çalışan LGBTİ personeli bir araya getirmektedir. Çalışan kaynak gruplarının üyeleri, işyeri meselelerinin ötesinde, savunucuları ilgilendiren daha geniş, dışa dönük sorunlar üzerinde de etkili olabilmektedir.

A. İŞYERİNDE: LGBTİ ÇALIŞANININ DESTEKLENMESİ

Çoğu durumda, bir şirketin LGBTİ sorunlarıyla ilgili ilk odak noktası, dahili ayrımcılıkla, yani işyerindeki ayrımcılıkla mücadele etmek olacaktır.

Şirketler işyerinde çeşitliliği ve kapsayıcılığı teşvik etmenin faydalarını giderek daha fazla görmektedir.²³ Bu sebeple birçok şirket, bu doğrultuda iç politikalarını ve uygulamalarını iyileştirmeye isteklidir. Ayrımcılığın şirket içinde ele alınması, kamuoyunun zihninde ilerici bir imaj yaratmak isteyen şirketler için de bir ön koşuldur. Tüketiciler, örneğin Onur etkinliklerine sponsor olarak eşitliğe verdiği desteğin reklamını yapan ancak kendi LGBTİ çalışanlarının adil muamele görmesini sağlamayan şirketlere kuşkuyla bakacaktır.

İşyerinde ayrımcılıkla ilgili sorunlar, işletmelerle ilişki kurmak isteyen insan hakları savunucuları için etkili bir başlangıç noktası olabilir.

LGBTİ insan hakları savunucuları, mevcut politikaları gözden geçirmek ve değişiklikler önermek için şirket yönetimi ve insan kaynakları uzmanlarıyla birlikte çalışmak için uygun bir konumda olabilmektedirler. Ayrıca, üst düzey yöneticiler ve diğer çalışanların farkındalığını artırmak ve LGBTİ çalışanların iş yerinde kendilerini rahat hissetmelerini sağlamak için neler yapılabileceği konusunda yönetime tavsiyelerde bulunabilirler.

LGBTİ'lere yönelik ayrımcılığı dahili olarak ele almak, birçok şirket için LGBTİ sorunlarının daha geniş bir şekilde ele alınmasına yönelik bir basamak olabilmektedir. Şirketler, iç politikaları ile şirket dışındaki eylemlerini uyumlu halgetirme baskısı altında kalabilmektedir. Çeşitlilik ve kapsayıcılığın savunucusu olmak sadece işyeri ile sınırlanamaz. Bu tutum ideablarak, bir şirketin iş ortakları ve tedarik zinciri ile olan ilişkilerinden kamuya yönelik reklamlarına, iletişim ve pazarlamasına, halkla ilişkilerine ve sivil topluma verdiği desteğe kadar söylediği ve yaptığı her faaliyette gösterilmelidir.

²³ Kısa bir özet için bkz.: Tracy Morley, "Making the business case for diversity and inclusion: short case studies and research papers that demonstrate best practice in HR", *Strategic HR Review*, vol. 17, No. 1 (2018).

İçeriden dışarıya: Şirketler işyerinde LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmek için ne yapabilir?

En iyi yeteneklerin dikkatini çekmek ve elde tutmak, en geniş insan havuzundan işe alım yapmak ve farklı beceri setlerini bir araya getirerek çeşitli ekipler kurmak ve bu ekipleri sürdürmek her şirketin menfaatinedir. Birçok şirket, LGBTİ'ler de dâhil olmak üzere, sıcak, destekleyici ve kapsayıcı bir ortam sağlama gerekliliğinin farkındadır. LGBTİ çalışanlarla ilgili olarak, şirketlerin üstlenmesi gereken temel eylemler şunlardır:

- (a) **LGBTİ çalışanlara ve potansiyel çalışanlara adil ve eşit bir şekilde davranılmasını sağlamak için mevcut insan kaynakları politikaları gözden geçirilmeli ve değiştirilmelidir.** İncelenecek alanlar arasında ayrımcılık ve tacizle mücadele politikaları, işe alım, atama ve terfi prosedürleri, aynı cinsiyetten partnerler için vize ve aile yardımlarına erişim, cinsiyet tanıma ve belgeleme politikaları, aile ve evlat edinme izinleri ve ayrımcı yasa ve tutumların LGBTİ çalışanlarını orantısız risk altında bıraktığı ülkelere transferleri yer almaktadır;
- (b) **Damgalama ile mücadele edilmeli ve LGBTİ çalışanını desteklemek için adımlar atılmalı.** CEO ve üst düzey yöneticiler tarafından sergilenen liderlik, kurum içi iletişim ve LGBTİ çalışan kaynak grupları ve müttefiklik programları için destek, bu açıdan önemlidir;
- (c) **Üst düzey yöneticilerin ve personelin farkındalığı artırılmalı ve onlara eğitim verilmelidir.** Bilinçsiz önyargı tipik olarak iş yerinde birçok alanda alınan kararları etkilemektedir. Yöneticileri ve personeli duyarlı hale getirmek ve adil istihdam uygulamaları konusunda eğitim vermek, bu tür önyargıların üstesinden gelmenin ve işe alım, terfi ve ilgili konular da dâhil olmak üzere ayrımcılıkla mücadele etmenin bir yoludur;
- (d) **Etkili şikâyet mekanizmaları ve çözüm yolları oluşturulmalıdır.** İşyerinde ayrımcı muameleye maruz kalan LGBTİ personelinin etkili telafi yollarına erişimi olmalıdır. Şikâyet mekanizmaları, ayrımcılık iddialarının bağımsız bir şekilde değerlendirilmesini ve mağdurlara çözüm yollarının sunulmasını sağlamalıdır.

Kurumsal sektörde çeşitlilik ve kapsayıcılığa verilen önemin artması, çeşitlilik olan işgücüne sahip şirketlerin sahip olmayanlara kıyasla daha iyi performans gösterdiğini ortaya koyan geniş çaplı bir araştırmaya dayanmaktadır.²⁴

En başarılı çeşitlilik ve kapsayıcılık programları; cinsiyet, etnik köken, dil, inanç, cinsel yönelim, cinsel kimlik ve cinsiyet özellikleri de dâhil olmak üzere doğal çeşitlilik özelliklerinin tamamını ele almaktadır. Bu bağlamda, LGBTİ kapsayıcılığı, farklı yetenekleri işe alma ve elde tutmaya yönelik daha geniş bir yaklaşımın sadece bir yönüdür. Procter & Gamble'dan Doreen Chow'un da ifade ettiği gibi, LGBTİ kapsayıcılığı sadece bir şirketin LGBTİ personeline değil, tüm çalışanlarına, müşterilerine ve hissedarlarına fayda sağlayan bir "değer beyanıdır".²⁵

LGBTİ kapsayıcılığını desteklemenin özellikle önemli olduğu tartışılabilir, zira birçok LGBTİ'nin iş yerinde ve genel olarak toplumda hala karşılaştığı sosyal ve yasal engellerin benzersiz bir birleşimi söz konusudur.

Birçok LGBTİ, iş arkadaşlarının veya amirlerinin düşmanca tepkilerinden ve işyeri içinde ve dışında yüksek düzeyde şiddet ve ayrımcılıktan korktukları için cinsel yönelimlerini, cinsiyet kimliklerini veya cinsiyet özelliklerini gizlemek zorunda kalmaktadır. Sonuç olarak, bu kişiler işe yeterince dâhil olamamakta, ruh sağlıkları olumsuz etkilenmekte ve başarılı olabilecekleri roller için tercih edilmeyerek şirket için üretkenlik kaybına ve LGBTİ'lerin yaşam ve iş deneyimlerinde eşitsizliklere yol açmaktadır.²⁶

LGBTİ'lere yönelik tutumların genel olarak düşmanca olduğu ülkeler de dahil olmak üzere, çok uluslu şirketlerde çalışan LGBTİ olmayan çalışan arasında LGBTİ destek programlarına destek verilmektedir.

2015 yılında Kenya'da faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerde çalışan personel arasında yapılan bir ankete katılanların üçte ikisi lezbiyen, gey, biseksüel ve trans çalışanlara yönelik ayrımcılıkla mücadelenin şirketin performansında iyileşmeye yol açacağı görüşüne katılmakta, yüzde 40'ı işverenlerinin onlar için daha fazla çaba harcamasını istemektedir.²⁷

²⁴ Kısa bir özet için bkz. Tracy Morley (2018) "Making the business case for diversity and inclusion", *Strategic HR Review*, cilt 17, No. 1, s. 58-60.

²⁵ İş Dünyası ve İnsan Hakları Forumu'nda "Hükümetler korumada başarısız olduğunda: LGBTİ hakları ve özel sektörün rolü" başlıklı oturumda konuşma yapmıştır, Cenevre, 25 Kasım 2019.

²⁶ Örnek olarak bkz. Catalyst, "Lesbian, gay, bisexual, and transgender workplace issues: quick take", 15 Haziran 2020.

²⁷ Levis Maina Nderitu, "Colourful workplaces? Kenya'daki LGBT kapsayıcı çok uluslu işletmeler" (Hivos, Sullivan Marketing and Workplace Pride, 2015). <https://hivos.org/assets/2020/10/Colourful-workplaces-Sullivan-Hivos.pdf> adresinden erişilebilir.

Anket, ülkede faaliyet gösteren 10 çok uluslu şirkette çalışan 100'den fazla Kenyalı ve Kenya merkezli çalışanı kapsamaktadır.

İşyerinde ayrımcılıkla mücadele: temel noktalar ve konuşulması gerekenler

Temel Noktalar: Şirket içi çalışan ve işyeri sorunları, büyük ölçüde ilgili şirketin büyüklüğüne ve yapısına bağlı olarak, şirketin farklı bölümlerinde çalışan birden fazla kişi tarafından ele alınabilir. İlgili durumlarda, bir şirketin çeşitlilik ve kapsayıcılık odak noktası/noktaları en iyi işyerinde ayrımcılıkla mücadelede iyi bir başlangıç adımı olabilmektedir. Daha küçük şirketlerde, insan kaynakları müdürleri bu rolü üstlenebilir. Ayrımcı ulusal ve yerel yasa ile yönetmeliklerin LGBTİ çalışanları olumsuz etkilediği durumlarda şirketin hukuk ekibi de devreye girebilmektedir. LGBTİ çalışan kaynak grupları bulunduğu durumlarda ise bu gruplar ayrımcılıkla mücadele ve şirket içi politika ve uygulamaların iyileştirilmesiyle doğrudan ilgilenecekleri için bir başka potansiyel temas noktası oluşturmaktadır.

Konuşulması Gerekenler: Çok sayıda belge, çeşitlilik ve kapsayıcılığın iş dünyası için önemini desteklemektedir. Bir şirketin işgücü ne kadar çeşitli ve işyeri ne kadar kapsayıcı olursa, şirket o kadar yaratıcı, üretken ve başarılı olmaktadır.

LGBTİ'ler bu bağlamda kritik öneme sahiptir. Şirketler, LGBTİ'ler için işyerinde sıcak ve destekleyici bir ortam yaratarak, damgalamayla mücadele ederek ve LGBTİ'lerin haklarının savunulmasını ve eşitliği destekleyerek toplumda büyük bir fark yaratabilmektedir.

İnsan hakları savunucuları ve şirket yöneticileri birlikte çalışarak şirketin çeşitlilik ve LGBTİ personelin kapsanması konusundaki hedeflerine ulaşmasına yardımcı olabilmektedir. Etkili bir strateji; işe alım ve personel politikalarının gözden geçirilmesini, personel ve yöneticiler için farkındalığın artırılması ile eğitimi ve etkili şikâyet prosedürlerini içermelidir.

Ulusal veya yerel yasa ve yönetmeliklerin LGBTİ çalışanlara karşı ayrımcı olduğu ülkelerde, şirketler LGBTİ'ler de dâhil olmak üzere herkesin haklarına saygı gösterme yükümlülüklerinin bilincinde olmalıdır.

Bu gibi durumlarda şirketler; ulusal yasal düzenlemeler kapsamında insan hakları sorumluluklarına mümkün olan azami ölçüde uymanın yollarını aramalı, ayrımcılığı arttırmadıklarından emin olmalı ve insanları bu ayrımcı ulusal yasaların ve politikaların olumsuz etkilerinden korumak için düzeltici önlemler almalıdır.

Çalışanlarını korumanın ve desteklemenin ötesinde, şirketler için daha büyük bir zorluk, çeşitlilik ve kapsayıcılığı "yaşamak", yani şirket içi politikalar ile dış iletişimi uyumlu hale getirmektir. Hem personel hem de tüketiciler; şirketlerin işyerinde, piyasada ve genel olarak toplumda LGBTİ çeşitliliği ve kapsayıcılığına olan bağlılıklarını gözle görülür bir şekilde göstermelerini giderek daha fazla talep etmektedir.

Davranış Standartları; bu sorun ile daha iyi mücadele etmek isteyen şirketler için, şirketlerin LGBTİ'lerin hakları için seslerini yükseltmelerini içeren beşinci standart da dâhil olmak üzere, bir şablon sunmaktadır. Bu, şirketlerin Davranış Standartlarına uymayı taahhüt etmeleri ve bu alandaki katkılarını en üst düzeye çıkarmak için insan hakları savunucularıyla birlikte çalışmalarını anlamına gelmektedir.

B. İŞYERİNİN ÖTESİNDE: LGBTİ TOPLULUKLARINI DESTEKLEMEK

Birleşmiş Milletler İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri'nin (Guiding Principles on Business and Human Rights) de açıkça ortaya koyduğu gibi, bir şirketin insan hakları ile ilgili sorumlulukları sadece işyeri ile sınırlı değildir.

Tüm şirketler, personel, müşteri, tedarikçi, yatırımcı veya sadece toplumun bir üyesi olsun LGBTİ'lerin hakları da dâhil olmak üzere herkesin haklarına saygı gösterme sorumluluğuna sahiptir. Bu standardı karşılamak, açık ve etkili işyeri politikaları ve prosedürlerinden daha fazlasını gerektirmekle kalmamakta; aynı zamanda şirketin aldığı her kararın insan hakları üzerindeki etkisine gereken özeni ve dikkati göstermesini gerektirmektedir. Basitçe ifade etmek gerekirse, şirketin faaliyetlerinden etkilenme potansiyeli olan bireylerin insan haklarına "zarar vermemek" bir zorunluluktur.

Birçok şirket, kendilerini sosyal faydayı sağlamak için güç sağlamaya ve iş yaptıkları toplumlarda olumlu değişime aktif olarak katkıda bulunmaya adanmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluğa giderek daha fazla odaklanılması kısmen

tüketiciler, toplum grupları, hissedarlar ve diğer paydaşlardan gelen baskıların bir ürünüdür. Günümüzde birçok şirket kurumsal sosyal sorumluluk konusunda taahhütlerini, stratejilerini ve çevreleri üzerindeki etkilerini iyileştirmeye yönelik uzun vadeli vizyonlarını özetleyen periyodik raporlar yayınlamaktadır.

Nispeten az sayıda şirket, LGBTİ'lerin haklarına saygı göstermeyi ve LGBTİ topluluklarını desteklemeyi faaliyetlerinin her alanına dahil etmiştir. Bu, insan hakları savunucularının gündeme getirmek isteyebileceği bir noktadır.

LGBTİ'lerin insan haklarına saygı; çocuk işçiliği, insan ticareti, diğer gruplara yönelik ayrımcılık, toplumsal cinsiyete dayalı şiddet, çevresel bozulma ve iklim değişikliği gibi diğer olası risklerle birlikte, şirketin insan haklarına yönelik tüm riskleri belirleme ve önleme çabalarına tam olarak dâhil edilmelidir. LGBTİ konularının insan hakları ile ilgili politika ve süreçlere dâhil edilmesi, bir şirketin LGBTİ'lere yönelik ayrımcılık kalıplarını işyeri alanının ötesinde ele alma isteğini göstermesinin bir yolunu oluşturmaktadır. Şirketin böyle bir referansı bulunmadığı takdirde LGBTİ meselelerinin tamamen işyeri içi bir mesele olarak görülmesi ve çözümün sadece insan kaynakları uzmanlarına bırakılması riski gündeme gelmektedir.

LGBTİ'lerin işyeri dışındaki güvenlik ve refahını sağlamaya yönelik katkılarını en üst düzeye çıkarmak isteyen şirketlerin önünde birden fazla seçenek bulunmaktadır.

Bu seçenekler arasında tedarikçilerden, distribütörlerden ve diğer iş ortaklarından taahhütler almak, reklam kampanyalarında ve ilgili materyallerde LGBTİ topluluğunu olumlu bir şekilde yansıtmak, yerel LGBTİ topluluğu etkinliklerine sponsor olmak ve onları desteklemek, yetkililerle girilen diyaloglarda LGBTİ'lerin haklarını savunmak yer almaktadır. Aşağıdaki paragraflar, bu seçeneklerden bazılarını incelemekte ve her bir durumda temel noktalar ve konuşulması gereken hususlar konusunda yardımcı olacak bazı öneriler sunmaktadır.

1. Tedarikçilerin ve diğer iş ortaklarının katılımını sağlamak

Şirketler, tedarikçilerinin ve diğer iş ortaklarının LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmelerinde ısrarcı olma konusunda güçlü bir konumda bulunmaktadır.

Bu durum, özellikle kendi iş güçleri içerisinde ayrımcılığı gidermek için hâlihazırda tedbirler almış olan şirketler için geçerli olmaktadır. Bu bağlamda şirketlerin birbirleriyle olan iş ilişkileri ağıları, potansiyel bir kaldıraç noktası olmakta ve bir şirketin tedarik zincirlerindeki LGBTİ çalışanlara yönelik muamelesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasını sağlamaktadır.

Böyle bir stratejinin etkili olabilmesi için, yönetim kurulu başkanı da dâhil olmak üzere üst düzey şirket yönetiminin desteğinin alınması ve bu stratejinin ilgili işletme ve satın alma yöneticileri tarafından yönetilmesi gerekmektedir.

Ayrımcılık karşıtı dilin sözleşmelere, ihalelere ve diğer yasal belgelere entegre edilmesi ve aynı zamanda ilgili yerel yasalara uyumunun sağlanması gerekebileceğinden, hukuk işleri departmanının da bu süreçte dahil edilmesi gerekebilmektedir.

Tedarik zinciri reaksiyonları: tedarikçilerin taahhütlerinden yararlanan şirketler

Eylül 2017'de Davranış Standartları'nın küresel lansmanında konuşan üst düzey Accenture yöneticisi Sander van't Noordende, Davranış Standartları için destek sağlamak amacıyla Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bölgesel merkezlerde iş ortakları ve rakiplerle toplantılar düzenlemeyi planladıklarını duyurdu. Bu girişim, şirketlerin LGBTİ'lere yönelik ayrımcılığın ele alınmasında oynayabilecekleri potansiyel rol konusunda farkındalığı arttırdı ve birkaç şirketin daha Standartları desteklemesini sağladı.

Davranış Standartları'nın ilk destekçilerinden biri olan Vodafone da sektördeki diğer şirketlerin yöneticileriyle çeşitli yuvarlak masa toplantılarına ev sahipliği yaptı ve 2019'da tedarik kurallarında LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla ilgili gerekliliklerini güçlendireceğinin yanı sıra tedarikçilerinin LGBTİ çalışanlara destek sağlama konusunda kendisini örnek almalarını zorunlu kılacağını duyurdu.

İş ortaklarının katılımını sağlama: temel noktalar ve konuşması gerektenler

Temel noktalar:

Potansiyel başlangıç noktaları; **yönetim kurulu başkanı ve üst düzey yönetim ekibi, ilgili işletme, lojistik ve satın alma müdürleri ve hukuk danışmanı/hukuk ekibidir.** İlgili olduğu durumlarda, **kurumsal sosyal sorumluluk ve çeşitlilik ve kapsayıcılık** odak noktaları ile **LGBTİ çalışan kaynak grubunun** üyeleri de dâhil olabilmektedir.

Konuşulması gerekenler:

Her şirketin şirket içindeki ayrımcılıkla mücadele etmek için atması gereken adımlara ek olarak, diğer şirketlerin de aynı şekilde hareket etmelerini teşvik etmek için yapabileceği ve yapması gereken pek çok şey bulunmaktadır.

Her şirketin tedarikçilerle, distribütörlerle, toptancılarla, perakendecilerle, hizmet sağlayıcılarla veya diğer işletmelerle bir dizi iş ilişkisi bulunmaktadır. Bu iş ilişkileri, diğer şirketlerle ilişki kurma ve onları LGBTİ'lere yönelik ayrımcılığa karşı önlemler almaya teşvik etme, bazı durumlarda ise bunu zorunlu kılma imkânı sunması bakımından önemli olmaktadır.

Bu yaklaşımı benimseyen birçok şirket örneği vardır, bunlar arasında potansiyel yüklenicilerin sözleşme teklifinde bulunabilmeleri için belirli anti-ayrımcılık standartlarını karşılamalarını gerektiren kendi tedarik kurallarını yeniden oluşturan şirketler de bulunmaktadır.

Nihayetinde bu, bir şirketin değerlerini tedarik zincirlerinde yukarı ve aşağı doğru "ihraç etmesinin" ve böylece LGBTİ çalışanları, tüketicileri ve kamu üyelerini desteklemek için şirket içinde aldığı önlemlerin etkisini katlamasının maliyetsiz bir yoludur.

2. Reklamın gücü

Kapsayıcılık, şirketlerin sadece iç politika ve uygulamalarına yansıtılmakla kalmayıp, pazarlamala stratejilerine de yansıtılmak istedikleri bir konu haline gelmektedir.

Pazarlama, bir şirketin müşterileri kazanmak ve elde tutmak için yaptığı birçok faaliyeti kapsayabilmektedir. Pazarlamanın bileşenleri arasında reklam, satış, halkla ilişkiler ve marka pazarlamasının yanı sıra bir şirketin ürünlerini sosyal, çevresel veya diğer amaçlara bağlama çabalarıyla doğrudan ilgili olan amaç pazarlaması da bulunmaktadır.

Bazı perakende şirketleri ile tüketici odaklı bazı şirketler büyük pazarlama ve reklam bütçelerine sahip olup; çevrimiçi, televizyonda ya da radyoda yayınlanan ve basılı sofistike kampanyalar aracılığıyla kitlelere ulaşma kapasitesine sahiptir.

Şirketlerin olumlu anlamda sosyal değişime katkıda bulunabilmelerinin pratik yollarından biri, reklamlarında LGBTİ'lerin olumlu tasvirlerine yer vermektir. Bu her zaman, LGBTİ konularında uzmanlaşmış kuruluşlar ve savunucularla yakın işbirliği içinde yapılmalıdır: bu kişiler, hassasiyetler konusunda en iyi şekilde danışmanlık yapabilmekte ve potansiyel riskleri belirleyebilmektedir.

LGBTİ'leri kapsayıcı pazarlama stratejilerinin, basında ve toplum düzeyinde tartışmaları tetiklemek de dahil olmak üzere yaratabileceği etki oldukça büyüktür.

"LGBTİ dostu" olma baskısı sadece Kuzey Amerika ve Avrupa'da değil, aynı zamanda Latin Amerika, Afrika ve Brezilya, Hindistan ve Güney Afrika dâhil olmak üzere Asya'nın bazı bölgelerinde de şirketler tarafından hissedilmeye başlanmıştır. Son on yılda, akıllı, yaratıcı ve kapsayıcı kampanyalar yaratan markaların listesi giderek artmaktadır.²⁸

²⁸ Burger King'den "Proud Whopper", Procter & Gamble'dan "Touch of Care", Honey Maid'den "This Is Wholesome", Renault'dan "Clio at 30", McCain'den "We Are Family", Avustralya ve Yeni Zelanda Bankası'ndan "GAYTM" ve Airbn'den seyahat ve hoşgörü üzerine bir kısa film örnek olarak verilebilir.

Gerçekçi bir yaklaşım elde etmek:**Procter & Gamble "Touch of Care" kampanyası ve World Pride sonrası tartışmalar**

Hindistan'da transseksüel Hintli bir anne ve kızının yer aldığı Procter & Gamble "Touch of Care" kampanyası YouTube'da 10 milyondan fazla kişi tarafından izlendi ve Hindistan medyasında geniş bir şekilde tartışıldı. Video, 1,3 milyar insanın yaşadığı bir ülkede transların kabulüne ilişkin bir tartışma başlatarak özel sektörün LGBTİ konularında insanların "kalplerini ve zihinlerini" etkilemek için reklamcılığı nasıl kullanabileceğini göstermiştir. Hindistan'da Vicks ürünlerini tanıtmak için hazırlanan Procter & Gamble spotunda, 37 yaşındaki Mumbai'li transseksüel kadın ve sosyal aktivist Gauri Sawant rol aldı. Şirket, aynı zamanda bir insan hakları savunucusu olan trans bir kadınla çalışarak, onun tavsiyelerinden yararlandı. Bu, söz konusu yaklaşımın gerçekçiliğini, topluluğun tasvir edilmek istediği şekilde yansıtılarak tutarlılığın oluşmasını sağladı.

Buna karşılık, 2019 yılında bazı ünlü şirketler; Amerika Birleşik Devletleri'ndeki 2018 seçim döneminde yaptıkları siyasi bağışların, anti-gay "dönüşüm" terapilerinin yasaklanmasına karşı çıkan ve transların orduya görev yapmasının yasaklanmasını destekleyen adaylara gittiğinin basında yer almasının ardından 2019 yılında LGBTİ aktivistlerinin saldırısına uğradı. Çeşitli haber kaynaklarında yer alan başlıklar arasında "Gökkuşluğu Logosu Sizi Yanıltmasın: Bu 9 Şirket Anti-Gay Politikacılara Milyonlarca Dolar Bağış Yaptı" gibi ifadeler yer aldı.

Savunucular için bu eğilim önemli bir fırsat teşkil etmektedir.

Birçok durumda, bir şirketin personeli, şirketini LGBTİ insan hakları savunucuları ile etkileşime geçirmeye ve işyerinde ve ötesinde eşitliği teşvik etmeye yönelik adımlar atma noktasında doğal müttefik olabilmektedir.

Yetenekli adayları çekmek isteyen şirketler, kampüslerdeki potansiyel çalışanların sıklıkla çeşitlilik ve kapsayıcılık politikaları hakkında sorular sorduğunu fark etmektedirler. Toplumsal tutumların LGBTİ sorunlarına daha az duyarlı olduğu piyasalarda bile şirketler, evrensel değerleri vurgulayarak anlayış eksikliklerini gidermede önemli rol oynayabilmektedirler.

Özel sektörün lezbiyen, gey, biseksüel ve transeksüel toplumunu kapsayıcı pazarlama stratejilerine yönelmesinin bir nedeni, bu toplumun bazı ülkelerdeki satın alma gücü ve daha da önemlisi heteroseksüel toplumdaki müttefikleridir.

Bu durum, özellikle LGBTİ'lere, eşcinsel ilişkilere ve toplumsal cinsiyet çeşitliliğine yönelik sosyal tutumlarda değişim görülen ülkeler için geçerlidir. Örneğin; 2015 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde bu topluluğun yetişkin üyelerinin harcanabilir kişisel gelirinin 917 milyar Dolar olduğu tahmin edilmektedir.²⁹ Daha da çarpıcı olan bir başka araştırma, Amerika Birleşik Devletleri'nde 34 yaşın altındaki tüm tüketicilerin yüzde 54'ünden fazlasının lezbiyen, gey, biseksüel ve trans topluluğuna dost bir markayı rakiplerine tercih edeceğini ve yüzde 45'inin bu markayla tekrar iş yapma olasılığının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur.³⁰ Bu bulgular, genç tüketicilerin - özellikle de bugüne kadarki en LGBTİ kapsayıcı nesil olarak bilinen Y kuşağının - Amerika Birleşik Devletleri'nde ve muhtemelen ötesinde pazar davranışını olumlu bir şekilde yeniden şekillendirdiğine işaret etmektedir.

Kendilerini sadece pazarlama amacıyla LGBTİ davalarıyla ilişkilendirmek isteyen şirketlerin potansiyel tehlikelere karşı hazırlıklı olmaları gerekmektedir.

Bilinçli tüketiciler, şirketlerin piyasanın belirli kesimlerinin gözüne girmek ve dikkatleri faaliyetlerinin toplumsal zarara yol açan diğer alanlarından uzaklaştırmak için "pinkwashing" girişimlerinde bulunduklarını genellikle çabuk fark etmektedir. Özellikle genç tüketiciler, sadece Onur Günleri veya Ayları boyunca pazarlama materyallerinde gökkuşağı imgelerini kullanmak gibi sembolik hareketlere karşı dikkatli olup, bu tür eylemlerin daha derin bir Onur değerleri taahhüdünü gösteren etkili adımlarla desteklenmediğinin farkında olmaktadır. Gerçekçilik kritik öneme sahiptir: şirketler pazarlama ve reklamlarında olduğu kadar lobi faaliyetlerinde ve her türlü kolektif eylemlerinde de açık ve tutarlı olmalıdır. Şirketlerin ortam uygun olduğu zaman sesini çıkarıp, ortam uygun olmadığı zaman sessiz kalması iş ya da yerel bağlama göre önemli ölçüde tutarsız mesajlar vermesi yeterli değildir.

²⁹ Bkz: Witeck Communications, "America's LGBT 2015 buying power estimated at \$917 billion", 20 Temmuz 2016.

³⁰ Bkz Brendan Snyder, "LGBT reklamcılığı: markalar sorunlar karşısında nasıl tavır alıyor", *Consumer Insights*, Mart 2015.

Hatalardan ders almak:

Güney Afrikalı izleyicileri rencide etmek

2013 yılında Güney Afrika'da bir marka, çocuklarının eşcinsel olduğu haberini almayı ailelerin kalbinden vurulmasına benzeten yerel bir reklam kampanyası yayınladı. Eleştiriler üzerine markanın sahibi reklamı yayından kaldırdı ve resmi bir özür metni yayınladı. Aynı yılın ilerleyen günlerinde aynı şirket Avustralya'da evlilik eşitliğini destekleyen bir reklam yayınladı. O zamandan bu yana Unilever şirketi, Human Rights Campaign Foundation'ın Kurumsal Eşitlik Endeksi de dâhil olmak üzere LGBTİ işyeri eşitliği endekslerinde sürekli olarak çok yüksek puanlar almıştır.

Pazarlama ve reklam:

Temel noktalar ve konuşulması gerekenler

Temel noktalar

İletişimin asıl temas noktası, genellikle bir şirketin insan hakları ve eşitlikle ilgili konularda kamuya yönelik duruşunun "marka değerleri" ve kurumsal paydaşların beklentileriyle uyumlu olmasını sağlamaktan sorumlu olan **pazarlama/iletişim müdürü** olacaktır.

Konuşulması gerekenler

Reklam kampanyaları da dahil olmak üzere pazarlamada LGBTİ temsiline sağlanması, bir şirketin pozitif sosyal değişimini teşvik etmek ve ayrımcılıkla mücadeleye katkıda bulunmak için pazardaki varlığını ve profilini kullanabileceği pratik bir yoldur. Bu aynı zamanda bir şirket olarak eşitlik, çeşitlilik ve kapsayıcılık değerlerine olan bağlılığını göstermenin ve personel ile paydaşların beklentilerini karşılamanın etkili bir yoludur. Kendileri LGBTİ olan, LGBTİ arkadaşları veya aile üyeleri olan ve/veya kendilerini LGBTİ topluluğunun müttefiki olarak gören kamuoyu üyeleri, reklamlarında LGBTİ'lerin olumlu ve doğru temsillerine yer veren şirketleri hemen fark edecek ve itibar edecektir.

Bazı pazarlarda, LGBTİ dostu olarak görülmek bir şirkete rakipleri karşısında açık bir ticari avantaj sağlayabilir. Araştırmalar, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Y kuşağı tüketicilerinin (şu anda 20'li ve 30'lu yaşlarında olan) LGBTİ'leri kapsayıcı olarak görülen şirketlerden ve markalardan ürün satın alma olasılıklarının çok daha yüksek olduğunu göstermektedir ve bu eğilim başka yerlerde de artmaktadır. Birçok LGBTİ'nin yaşadığı damgalanma göz önüne alındığında, bir şirketin LGBTİ'leri kapsayıcılığını savunmaya istekli olması, birçok kişi tarafından şirketin değerlerinin turnusol testi olarak görülüyor.

Nerede ve ne zaman olursa olsun bir şirket, LGBTİ karakterlerini veya temalarını pazarlama çıktılarına entegre etmeyi düşündüğünde, yerel LGBTİ topluluklarının temsilcilerine danışması önemlidir. Bu yerel topluluklar; yerel hassasiyetler, riskler ve fırsatlar ile temsilin özgünlüğü, çeşitliliği ve kapsayıcılığının sağlanması konularında tavsiyede bulunabilecek en iyi konumdadırlar.

3. Finansman ve sponsorluk yoluyla yerel toplulukların desteklenmesi

Birçok büyük şirket, kârlarının veya kaynaklarının bir kısmını çeşitli amaçlara ve/veya kâr amacı gütmeyen kuruluşlara bağışladıkları bir kurumsal bağış programına sahiptir.

Şirketlerin bağışladığı en yaygın unsur nakit paradır; ancak şirketler aynı zamanda bilgisayar, bina, arazi gibi kurumsal olanaklarının kullanımını; eşantıyon ürünlerini, hizmet ve ekipmanlarını; reklam desteğini veya yönetici kredilerini de bağışlamaktadır. Birçok şirketin zamanlarını bağışlayan gönüllü çalışan grupları da vardır.

Şirketler; eğitim, sanat, insani hizmetler, sağlık, insan hakları ve çevre dahil olmak üzere çeşitli alanlarda faaliyet gösteren kar amacı gütmeyen kuruluşlara bağışta bulunmaktadır.

Kurumsal hayırseverlik, genellikle Kuzey Amerika ve Avrupa'daki işletmelerle ilişkilendirilse de sivil topluma yönelik iş dünyası desteği tüm bölgelerde yaygındır. İş dünyasının uzun süredir desteklediği Güney Afrika'daki "black entrepreneurship programmes" ve Filipinler'deki hükümetin çabalarıyla desteklenen yoksullukla mücadele programlarına yapılan iş dünyası yatırımları gibi dikkate değer örnekler vardır. Avustralya, Brezilya, Kanada, Çin, Avrupa, Hindistan, Filipinler, Güney Afrika ve Amerika Birleşik Devletleri de dahil olmak üzere dünyanın her yerinde şirketler LGBTİ konularında çalışan kuruluşlara bağış yapmaktadır.

LGBTİ'leri etkileyen konulardaki çalışmalar için şirketler tarafından yapılan bağışlar artmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde şirketlerin LGBTİ davalarını desteklemek için verdikleri miktar giderek artmakta olup, 2012 ile 2016 yılları arasında toplam tutar iki katına çıkmıştır.³¹ Newsweek'in, Temmuz 2019'da yayınladığı bir makalede Amerika Birleşik Devletleri'ndeki LGBTİ alanında çalışan kar amacı gütmeyen kuruluşlara Onur teklifleri ile fayda sağlayan sayısı elliden fazla perakendeci, restoran ve diğer şirketlere yer verilmiştir.³²

³¹ Bkz. Wallace, Ben Francisco Maulbeck and Lyle Matthew Kan, 2016 Tracking Report: LGBTQ Grantmaking by U.S. Foundations (New York, Funders for LGBTQ Issues, 2018) and Philip Rojc, "Carrying on the fight: what's the state of LGBTQ funding?", Inside Philanthropy, 5 Mayıs 2018.

³² Daniel Avery, "These 50+ brands are celebrating Pride by giving back to the LGBT community", Newsweek, 3 Haziran 2019.

Birçok bağımsız vakıf bağışçısının aksine, şirketler savunuculuk ve taban örgütlenmesi gruplarını finanse etmekten uzak durma eğilimindedir.

Bunun yerine, kamu sağlığı (HIV/AIDS dahil) ve hizmetlerin sağlanması (evsiz LGBTİ gençlere destek gibi) gibi konulara odaklanma eğiliminde olmuşlardır. Bir bütün olarak hayırseverlik; ister şirketler, ister vakıflar ya da bireyler tarafından yapılsın trans ve intersekslere yeterli desteği sağlamakta ya da onları hibe verme sürecine dahil etmekte büyük ölçüde başarısız olmuştur. 2017 yılında yapılan bir araştırma, dünya genelindeki trans gruplarının yarısından fazlasının ve interseks gruplarının dörtte üçünün yıllık bütçesinin 10.000 Doların altında olduğunu göstermiştir.³³ Lezbiyen, biseksüel ve queer kadınların insan haklarının geliştirilmesini destekleyen fonların oranı, LGBTİ kuruluşlarına giden toplam fonların oranı içinde düşük kalmaya devam etmektedir.³⁴

Çalışmalarının LGBTİ topluluğu üyelerinin yaşadıkları deneyimler üzerindeki etkisini göstermek, Şirketlerden destek talep etmek isteyen insan hakları savunucuları için temel bir zorluktur.

Programların etkisini sadece bir yasa veya politikayı değiştirmek yerine insanları desteklemek açısından göstermek, ortaklıklar için daha kolay bir temel oluşturacaktır. Bununla bağlantılı bir zorluk da etkin yürütme ve proje yönetimi becerilerinin yanı sıra, ideal olarak, sonuçlara ulaşma konusunda bir geçmiş başarı gösterebilmektir.

Birçok LGBTİ sivil toplum kuruluşu, yönetim kurullarında iş dünyasından bir üyenin bulunmasının, kurumsal şirketler tarafından sağlanacak nakit veya aynı kaynaklardan yararlanmanın etkili bir yolu olabileceğini keşfetmiştir.

Finansman sağlamanın ötesinde, kurumsal bir yönetim kurulu üyesi, iş dünyasının iç işleyişi, dili ve kültürü hakkında bilgi paylaşarak kurumsal ortaklıklar kurmaya yönelik teklifler geliştirerek veya iş dünyasındaki diğer kişilerle tanıştırmak yardımcı olabilmektedir.

³³ Bkz. Howe ve diğerleri, "The state of trans organizing" ve Erin Howe ve diğerleri, "The state of intersex organizing: understanding the needs and priorities of a growing but under-resourced movement", 2. baskı (New York, American Jewish World Service, Astraea Lesbian Foundation for Justice and Global Action for Trans Equality, 2017).

³⁴ Ezra Nepon, Global Resources Report 2017/2018: Government and Philanthropic Support for Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Intersex Communities (Global Philanthropy Project and Funders for LGBTQ Issues, 2020).

Finansman ve sponsorluk: Temel noktalar ve konuşulması gerekenler

Temel noktalar

Kurumsal bağış, sponsorluk ve pazarlamadan ve/veya şirket vakfından sorumlu personel; potansiyel başlangıç noktalarıdır. Yönetim Kurulu başkanı ve diğer üst düzey yöneticilerin yanı sıra LGBTİ konusunda çalışan kaynak grubu da (varsa) bu süreçte dahil olabilir.

Konuşulması gerekenler

LGBTİ topluluğu öncülüğündeki girişimler için kurumsal finansman, bir şirketin yerel LGBTİ toplumuna ve LGBTİ çeşitliliği ve kapsayıcılığı değerlerine olan bağlılığını göstermesinin en pratik ve somut yoludur. Bu şekilde şirket; kendi personeline, tüketicilerine ve diğer paydaşlarına şirketin eşitlik söz konusu olduğunda "icraata geçtiğini" gösterebilecektir.

LGBTİ sivil toplumunu desteklemek; aynı zamanda şirketlerin bir ülkedeki varlıklarını, profillerini ve kaynaklarını Davranış Standartları'nın onları teşvik ettiği gibi LGBTİ'lere yönelik damgalama ve ayrımcılıkla mücadeleye aktif olarak katkıda bulunmak için kullanabilecekleri bir yoldur.

Bu destek birçok şekilde, görünür veya gizli, nakdi veya aynı olabilmektedir. Ayrıca doğrudan hibeler, şartlı bağış veya etkinliklerin kurumsal sponsorluğu şeklinde de gerçekleştirilebilmektedir. Bazı durumlarda, bu tür faaliyetler çalışanların harekete geçirilmesi ve katılımı için de fırsatlar sunmaktadır.

4. LGBTİ eşitliğini çekinmeden desteklemek

Şirketler, LGBTİ çalışanların, müşterilerin ve halkın hakları, güvenliği ve refahı da dahil olmak üzere sosyal meseleler söz konusu olduğunda önemli bir sese sahip olabilmektedir.

Bu sesi kullanıp kullanmayacakları, ne zaman ve nasıl kullanacakları önemli bir sorudur. Şirketlerin LGBTİ toplumunu desteklemek için seslerini duyurarak hayati bir rol oynayabilecekleri zamanlar olabileceği gibi, daha ihtiyatlı ve perde arkası diyalogların daha etkili olabileceği zamanlar da olacaktır. Bazı durumlarda şirketler kolektif savunuculukta değer bulmuş, seslerini yükseltmiş ve sayıların gücü sayesinde kendi pozisyonlarına yönelik riski azaltmışlardır. Her durumda, şirket yöneticileri ve sivil toplum aktörleri arasındaki işbirliği ve diyalog, hatalardan kaçınmak için kritik önem taşımaktadır.

Açık konuşmak: "Beşinci standart"

OHCHR Davranış Standartları'nı yayınladığında, ilk tepkilerin çoğu beşinci standart olarak adlandırılan standarda odaklandı. Beşinci standart, şirketlerin kamu politikasını etkilemek için atabilecekleri adımlarla ilgilidir. Bu adımlar; ayrımcı yasalara meydan okuyarak, her düzeyde bazen ilgili makamlarla özel diyalogları bağlamında bazen de kamuoyu önünde konuşma ile hükümetle ilişki kurarak ve değişimi savunarak atılabilmektedir. Davranış Standartları, şirketlerin göz önünde bulundurması gereken müdahale türleri hakkında ileri seviyede rehberlik sağlamaktadır. Bununla birlikte, uygun stratejinin yerel bağlama bağlı olacağını ve yerel sivil toplum paydaşlarının görüşleriyle şekillendirilmesi gerektiğini kabul etmektedir.

Eşitlik ve ayrımcılık yapmama değerlerine bağlılığın yanı sıra, şirketlerin ayrımcı yasa ve yönetmeliklere karşı çıkmak için nüfuzlarını kullanma konusunda doğal bir ticari çıkarı da vardır.

Şirketler, mevcut ve önerilen mevzuatın, eşcinsel ilişkilerin ve transların suç sayılması ve transların kamu tesislerini kullanmasına yönelik kısıtlamalardan eşcinsel ilişkilerin yasal olarak tanınmamasına, transların cinsiyet kimliklerinin yasal olarak tanınmasına yönelik kısıtlamalara ve barınma, eğitim, sigorta ve kamu hizmetlerine erişim de dahil olmak üzere ayrımcılığa karşı yasal korumaların eksikliğine kadar kendi LGBTİ çalışanları ve potansiyel çalışanları, müşterileri ve genel olarak toplum üyeleri üzerinde yaratabileceği olumsuz etkileri dikkate almalıdırlar. Çoğu şirket, şirket içinde güvenli ve kapsayıcı çalışma alanları oluşturmak istediği gibi, çoğu da LGBTİ çalışanları için işyeri dışında da aynı özgürlükleri sağlamaya çalışmaktadır.

Bazı şirketler işletme kararlarını verirken LGBTİ'lere ilişkin yerel mevzuat ve politikaları dikkate almaktadır.

Buna genişleme planları, yeni fabrika ile ofislerin yeri, yeni ürün ve hizmetlerin pazarlanması ile ilgili kararlar da dahildir. Amerika Birleşik Devletleri Ticaret Odası için 2017 yılında gerçekleştirilen ulusal bir anket, katılımcıların bu tür kararları alırken kısmen yerel ve eyalet politikalarının LGBTİ'lerin haklarını koruma derecesinden etkilendiklerini ortaya koymuştur.³⁵ Örnek olarak, Illinois'daki bir belediye transların umumi tuvaletlere girmesine karşıydı ve bu tutumundan sapmayacaktı. Çokuluslu bir şirket bölgedeki faaliyetlerini genişletmeyi düşünüyordu ve nihayetinde,

³⁵ Amerika Birleşik Devletleri Ticaret Odası Vakfı, "Business success and growth through LGBT-inclusive culture" (Washington, D.C., 2019). (Washington, D.C., 2019).

belediyedeki liderlerle tuvaletlere eşit erişim konusunda bir anlaşmaya varamadığı için devam etmeme kararı aldı.

Şirketler için her zaman tek seçenek LGBTİ karşıtı önlemleri benimseyen ülkelerde veya belediyelerde kalmayı veya çekilmeyi içeren ikili bir seçim değildir. Birçok şirket için daha iyi bir çözüm, kalmak ancak değişimi savunmak için ellerindeki gücü kullanmak olabilir.

Her iki durumda da, şirketlerin olası kararların etkisini anlamak ve yerel LGBTİ topluluklarının üyeleri için en iyi koruma yolunu sunan bir yaklaşım benimsemek amacıyla yerel LGBTİ insan hakları savunucularıyla etkileşim kurması kritik önem taşımaktadır. Anketin en tutarlı bulgularından biri, LGBT karşıtı mevzuat karşısında çalışanların ve toplumun yanında durmanın kapsayıcı olmak için kritik önemde görülmesiydi. Örneğin aşağıdaki, bir şirketin LGBT toplum örgütlerine danışarak aldığı, eyalet hükümetinin transların umumi tuvaletleri kullanmasını kısıtlama kararı nedeniyle Kuzey Carolina'daki genişleme planlarına devam etmeme kararını kamuoyuna açıklaması buna bir örnektir.

Şirketler, transların haklarını kısıtlayan “tuvalet yasalarına” karşı birleşiyor

Son yıllarda, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bazı eyaletlerde yasa koyucuların, tek cinsiyetli tuvaletlere erişimi doğumda kendilerine atanan cinsiyete göre kısıtlamayı amaçlayan sözde tuvalet yasalarını yürürlüğe koyma girişimleri görüldü. Aslında transseksüel kadınların kadın tuvaletlerini ve transseksüel erkeklerin erkek tuvaletlerini kullanmaları engellendi.

Bugüne kadarki en kötü namılı tuvalet yasası, 2016 yılında eyalet yasama meclisi tarafından kabul edilen Kuzey Carolina Meclis Yasası 2 (HB2) olmuştur. Bu yasa, transların devlet tarafından işletilen binalarda cinsiyet kimliklerine uygun tuvaletleri kullanmalarını engellerken, transları ayrımcılıktan korumayı amaçlayan yerel yönetmelikleri de iptal etmekteydi.

Tasarının kabul edilmesi iş dünyasında geniş çaplı eleştirilere yol açmış ve birçok firma LGBTİ gruplarına danışarak yüksek profilli adımlar atmıştır. Örneğin PayPal, eyaletteki 3.6 milyon dolarlık yatırım planını iptal etmiştir. Deutsche Bank, Kuzey Carolina'daki ofisinde 250 yeni personel istihdam etme planlarını rafa kaldırmış ve yaklaşık 70 başka şirket de Human Rights Campaign tarafından koordine edilen bir girişim olan tasarıya karşı olduklarını ifade eden bir “amicus brief” imzalamıştır.³⁶

³⁶ Bkz. Sarah McBride, “68 companies sign HRC’s amicus brief supporting DOJ effort to block NC’s discriminatory HB2”, Human Rights Campaign basın açıklaması, 8 Temmuz 2016.

Şirketler transların haklarını kısıtlayan “tuvalet yasalarına” karşı birleşiyor

2017 yılında eyalet kanun koyucuları tasarının kısmen yürürlükten kaldırılmasını destekleyerek, umumi tuvaletlerin kullanımına ilişkin bazı esas hükümleri kaldırdı, ancak ayrımcılık karşıtı yönetmelikler üzerindeki kısıtlamaları olduğu şekilde bıraktı. Endişeler devam etmekle birlikte; Kuzey Carolina'daki iş dünyası tarafından atılan adımlar, hem eyalette hem de başlangıçta benzer mevzuatı düşünen diğer eyaletlerde şimdiden bir etki yarattı. Tartışmanın Kuzey Carolina ekonomisine maliyeti, şirketlerin hakların kısıtlanmasına karşı toplu olarak hareket ettiklerinde sahip olabilecekleri kaldırıcı gücünü göstermektedir.

Şirketler LGBTİ eşitliğini desteklemek için konuştuklarında: temel noktalar ve konuşulması gerekenler

Temel noktalar

Çoğu büyük şirkette; yasama, düzenleme ve kamu politikası konularındaki kurumsal katılım, iletişim ekibinin kamu savunuculuğu durumlarında dâhil olmasıyla birlikte, kamu işleri ve hukuk işleri ekipleri ve yönetim kurulu başkanı tarafından ele alınmaktadır. İlgili olması halinde, LGBTİ çalışan kaynak grubu üyeleri de bu bağlamda destekleyici bir rol oynayabilmektedir.

Konuşulması gerekenler

Her şirketin çıkarına olan, LGBTİ'lere karşı ayrımcılığı sadece kendi işgücü içinde ele almak değil; aynı zamanda hükümetlerin, kanun koyucuların ve diğer ilgili makamların LGBTİ'leri işte, evde ve toplumda ayrımcılıktan koruyan sağlam bir yasal çerçeve sağlamasıdır.

Şirketler sivil toplum örgütleriyle aynı olmasa da, hükümet yetkililerinin adaletsiz yasalarına, politikalarına, düzenlemelerine ve kararlarına karşı çıkmada ve LGBTİ çalışanlar, tüketiciler ve toplum için etkili yasal korumaları savunmada potansiyel olarak kritik bir rol oynamaktadırlar.

Eşitliği desteklemek amacıyla ses çıkarmak çeşitli şekillerde yapılabilir ve her zaman kamuya açık bir beyan içermesi gerekmez. Birçok şirket, ayrımcı yasalar ve diğer önlemlerle ilgili endişelerini dile getirmek için öncelikle hükümetle olan iletişim kanallarına güvenmektedir. Bazı durumlarda, birden fazla şirketin yetkililere birlikte yaklaşarak ortak tutumlarını ifade etmesi daha etkili olabilmektedir.

Birçok şirket, gelecekte yatırım yapacakları veya büyümeyi planladıkları yer hakkında işletmeye dair kararlar verirken mevcut ayrımcılık karşıtı yasaların yeterliliğini dikkate almaktadır. Hükümetler ve kanun koyucular, ayrımcı tedbirlerin yürürlükten kaldırılmaması ve/veya ayrımcılık karşıtı etkili bir koruma sağlanmamasının yerel ekonomiler üzerindeki potansiyel olumsuz etkilerinin farkında olmalıdır.

Yetkililerle gerçekleştirilen özel diyaloğun politikada bir değişikliğe yol açmadığı durumlarda, şirketler durumu kamuoyuna duyurmayı düşünebilirler. Bu adım ve yukarıda açıklanan diğer tüm adımlar, ancak bu tür önlemlerin potansiyel etkilerini, faydalarını ve risklerini değerlendirmesi için yerel LGBTİ topluluklarının temsilcilerine danışıldıktan sonra atılmalıdır.

Davranış Standartları, şirketlerin LGBTİ'lerin haklarını savunmaları ve yerel yasalara takılmadan toplumsal değişime olumlu katkıda bulunmaları için başka yollar da önermektedir.

LGBTİ konularında şirketlerin katılımının sağlanması: bir özet

Davranış Standartları, şirketleri iş yerinde ve iş dışında LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmek için adımlar atmaya zorlamaktadır. İnsan hakları savunucuları tarafından şirketlerle ilişki kurmak ve işbirliği önerileri geliştirmek için bir araç olarak kullanılabilmektedir.

İşyerinde ayrımcılığın ortadan kaldırılması için şirketlerin kendi ayrımcılık, taciz, işe alım, personel ve eğitim politikaları ile prosedürlerini gözden geçirmeleri ve revize etmeleri, yöneticileri ve personeli duyarlı hale getirmeleri, LGBTİ çalışanlara destek sağlamaları, haksız muamele, zorbalık ve sindirme şikâyetlerini ele almak ve çözmek için sağlam şikâyet mekanizmaları oluşturmaları beklenmektedir. Bu kılavuz, LGBTİ insan hakları savunucularının bu alanların her birinde iş dünyasının harekete geçmesini teşvik etmede oynayabilecekleri rolün yanı sıra katılım için potansiyel başlangıç noktalarına ilişkin öneriler sunmaktadır.

LGBTİ konularında şirketlerin katılımının sağlanması: bir özet

Şirketler, işyerinin ötesinde, LGBTİ'lere karşı piyasada ve toplumun genelinde ayrımcılıkla mücadele etmek için fırsatlar aramaya teşvik edilmektedir. Atılacak adımlar arasında tedarikçiler, distribütörler, hizmet sağlayıcılar ve diğer iş ortaklarıyla birlikte çalışarak ilgili sektörde ayrımcılık karşıtı standartların yaygınlaştırılması yer almaktadır. Şirketler ayrıca, LGBTİ kültürel ve toplumsal etkinliklerine finansman ve sponsorluk sağlamak ve LGBTİ topluluğunun olumlu ve doğru temsillerini reklam kampanyalarına ve ilgili pazarlama materyallerine entegre etmek de dahil olmak üzere yerel LGBTİ topluluklarına destek vermenin yollarını aramalıdır. Son olarak, şirketler, yerel LGBTİ insan hakları savunucuları ile koordinasyon halinde, LGBTİ'lerin hakları ayrımcı yasalar, politikalar veya kararlar nedeniyle tehdit altında olduğunda seslerini yükseltmeye hazır olmalıdır. Yine, sivil toplum bu alanların her birinde hayati bir rol oynamaktadır ve bu rehber, dünyanın farklı bölgelerindeki işbirliği örneklerinin yanı sıra, bu alana dâhil olmak isteyen savunucular için potansiyel başlangıç noktaları önermektedir.

BÖLÜM 3



**Şirketlerin daha ileri
gitmeye teşvik edilmesi**

A. ARGÜMANIN KAPSAMI

Herhangi bir şirket bünyesinde anlayışlı bir muhatapla iletişime geçtikten sonra, LGBTİ konularında bir şirketle ilişki kurmak isteyen savunucular için bir sonraki zorluk, argümanlarını ilgili şirketin büyüklüğüne, sektörü ve konumuna, pazardaki diğer işletmelerle ilişkilerine ve ilgili olduğu durumlarda geçmişteki yönetimi ve çalışanları tarafından gösterilen belirli ilgi alanlarına göre gerektiği gibi uyarlayarak çerçevelendirmek olacaktır.

Herkes için işe yarayacak tek bir yaklaşım olmasa da, aşağıdaki öneriler, potansiyel bir kurumsal ortakla ilişki kurmak için ikna edici bir gerekçe oluşturmak isteyen savunuculara tavsiye ve bazı öneriler sunmaktadır:

- (a) **Ekonomik ve ticari gerekçeler, katılım için gerekçeye dahil edilmelidir.** Daha önceki bölümlerde tartışıldığı üzere, şirketler çeşitlilik ve kapsayıcılık için ekonomik ve ticari gerekçelerin yanında pozitif sosyal etkinin ortaya çıkmasını da önemsemektedirler. Bu argümanlar, kurumsal-sivil toplum ortaklıkları için gerekçe oluşturulurken dikkate alınmalıdır.
- (b) **Bir sivil toplum kuruluşunun, bir şirketin performansını iyileştirmede potansiyel bir müttefik olarak görülmesi gerekmektedir.** Bir şirket, insan hakları savunucusunun yalnızca kendisine saldırmak istediğine inanırsa, şirket muhtemelen savunmaya geçecek ve işbirliğinin sağlanması zorlaşacaktır. Sivil toplum, iş dünyası da dahil olmak üzere tüm aktörlerden hesap sorulmasında önemli bir role sahiptir. Bunu yapıcı bir şekilde yapmanın mümkün olduğu durumlarda; eksikliklere yönelik olası çözümleri belirlemek ve kazan-kazan şeklinde önerilerde bulunmak, şirketleri kazanma olasılığı daha yüksek eylemler olup, bu durumlarda şirketler, sivil toplumu daha iyisini yapmalarına yardımcı olacak potansiyel müttefikler olarak tanımlamaktadır. LGBTİ insan hakları savunucuları, Davranış Standartları'nın hem kurum içinde hem de kurum dışında uygulanmasında şirketlere yardımcı olabilmektedir.
- (c) **Diğer birçok paydaşın da sürece dahil edilmesi gerekmektedir.** Bir LGBTİ örgütü ile bir şirket arasındaki işbirliğinin en etkili örnekleri, genellikle çok daha geniş bir paydaş yelpazesini içermekte ve geniş kapsamlı bir danışma sürecine dayanmaktadır. Şirketlerin destekleyebileceği LGBTİ'lerin insan hakları ile ilgili öncelikli konuları belirleyebilmek için detaylı olarak diyaloglar düzenlenmelidir. Örnek olarak; PepsiCo Vakfı,

insan kaynakları bölümü ve PepsiCo'nun çalışan kaynakları grubu olan EQUAL öncülüğünde gerçekleştirilen PepsiCo ve PFLAG arasındaki başarılı ortaklık, bir yıldan uzun süren ortaklık ve çözüm arayışının ardından bir araya gelmiştir. Kurumsal ekip, önde gelen LGBTİ gruplarıyla bir dizi yuvarlak masa toplantısı düzenlemiştir.

- (d) **İnsan hakları savunucuları uzun vadeli bir taahhütte bulunmalıdır.** Verimli ortaklıklar, sağlam vaatler ve ölçülebilir taahhütlerle desteklenen uzun soluklu bir düşünce yapısı oluşturma eğilimindedir. Sunulan girişim ne olursa olsun, zaman içinde şirketin yönetimine katma değer sağladığını göstermesi gerekmektedir. Şirketler; stratejik ortaklıklar, yaratıcı işbirlikleri ve sınırlı kaynaklardan daha iyi yararlanmanın ve kendine özgü varlıklarını en üst düzeye çıkarmanın diğer yollarını gözetmektedir. LGBTİ örgütleri, şirketlerle ilişki kurmaya çalışırken ve diğer kâr amacı gütmeyen örgütleri veya devlet kurumlarını sürece dâhil etme fırsatları üzerinde düşünürken bu durumu akıllarında tutmalıdır.
- (e) **Katılım sadece paraya dayalı olmamalıdır.** Şirketler, giderek artan bir şekilde salt parasal destekten uzaklaşmak istemektedir. Bu da gönüllülük, kolektif eylem, karşılıksız hizmetler, ürün bağışları ve çalışan katılımı gibi nakit dışındaki varlıklardan yararlanan stratejik ortaklıklar geliştirme konusunda daha fazla düşünme ihtiyacını ortaya koymaktadır. Fakat yeni gelişmekte olan küresel LGBTİ eşitlik hareketinin ciddi bir finansman ihtiyacı bulunmaktadır ve bu nedenle kurumsal paraya nerede ihtiyaç duyulduğunun açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (f) **Tüm iş gücünün katılımının sağlanması gerekmektedir.** Çalışanlar, kurumsal değerleri kendi değerleriyle örtüşen kuruluşlarda çalışmayı giderek daha fazla tercih etmektedir. Yetenekli insanları kendine çekmek ve elde tutmak gelecekte giderek daha da zorlaşacaktır. Bu nedenle şirketler temel değerler üzerine inşa edilen ve çalışanlara ilham verebilecek faaliyetler aramaktadır. Kurumsal hayırseverlik programlarını belirleyen en önemli faktörlerden birinin çalışanların işe alımının ve işte devamlılığının sağlanmasının geliştirilmesi olduğu düşünüldüğünde, LGBTİ insan hakları savunucuları ve örgütleri her zaman kendi özel programlarının, ortaklıklarının veya tekliflerinin bir şirketin çalışanlarını nasıl etkilediğini düşünmeli ve ele almalıdır. Bu tür bir vakada Unilever, çalışanlarını bu tür girişimlere aktif olarak dahil etmenin motivasyon, bağlılık ve yetenekleri kendine çekme ve elde tutma becerisinde iyileşme sağladığını bildirmiştir.
- (g) **Bir şirketin kendi ürünleriyle uyumlu projeler, destek olasılığını artırabilmektedir.** Şirketlerin kendi ürünleriyle uyumlu projeleri destekleme olasılığı daha yüksektir. Aşağıdaki

Trevor Project'in 2019 yılında AT&T ve Google'ı kendi teknolojik kapasiteleri üzerine inşa edilebilecek hizmetler etrafında bir araya getirerek nasıl 2,5 milyon dolardan fazla destek sağladığı anlatılmaktadır. Benzer şekilde, giyim perakendecileri ile yapılan birçok başarılı ortaklık, mağazada ve internette satılan Pride temalı giyim koleksiyonlarının geliştirilmesini içermekte, LGBTİ ile ilgili kuruluşlar için fon toplarken aynı zamanda ilgili markaları görünür bir şekilde amaç ile uyumlu hale getirmektedir.

- (h) **Tavsiye ve rehberlik sunulmalıdır.** Davranış Standartları, şirketlerin kamusal alanda adım atmadan önce çalışanlara, çalışan gruplarına ve başta yerel LGBTİ örgütleri olmak üzere dış paydaş gruplarına ve örgütlerine danışması gerektiğini yinelemektedir. Örneğin: bir şirketin yaklaşımının, yerel ihtiyaçlar ile zorlukları ve yerel hareketin hedeflerini dikkate aldığından emin olmak için herhangi bir dış savunuculuk faaliyeti her zaman yerel LGBTİ sivil toplum örgütlerine danışılarak yürütülmelidir.
- (i) **Sınırlamalar net bir şekilde açıklanmalıdır.** Nasıl ki iş dünyası, kâr amacı gütmeyen kuruluşların kurumsal hayırseverlik perspektifini anlamasını bekliyorsa, LGBTİ insan hakları savunucuları da iş dünyasının kendi bulunduğu şartları anlamasına ihtiyaç duymaktadır. Birçok yerel LGBTİ örgütü, şirketlerle stratejik ortaklıklar kurmak ve sürdürmek için gerekli mali ve insan kaynaklarından yoksundurlar. Daha zorlu şartlarda faaliyet gösteren LGBTİ örgütleri, yeni kurulan veya yetersiz personele sahip örgütler olarak, raporlama ve doğrudan sonuçlar konusunda daha köklü ve iyi kaynaklara sahip akranlarıyla aynı standartlara tabi tutulmamaları gerektiğinin altını çizmektedir.
- (j) **Verilen destek takdir edilmelidir.** Şirketler ve şirketlerdeki üst düzey yöneticiler için doğru şeyi yapıyor görünmenin ne kadar önemli olduğu asla küçümsenmemelidir. Bu alandaki kurumsal liderlik tanınmalı ve alkışlanmalıdır. Çünkü bu, şirket içindeki ve dışındaki amaç için daha geniş bir destek toplanmasına yardımcı olabilir. Hem bir bütün olarak şirketlerden hem de ilgili bireylerden alınan desteği takdir etmenin yolları aranmalıdır.

"Talep" ile bir şirketin temel ürünlerini ilişkilendirmek: Trevor Projesi örneği

Amerika Birleşik Devletleri merkezli Trevor Projesi, genç LGBTİ'lere yönelik dünyanın en büyük intiharı önleme ve krize müdahale kuruluşudur. Proje, 1995 yılında Akademi Ödülü kazanan Trevor filminin arkasındaki film yapımcıları tarafından 1998 yılında kurulmuştur. Proje, ücretsiz ve gizliliği korunan intiharı önleme ve krize müdahale programları aracılığıyla destek sağlayarak genç hayatları kurtarmayı amaçlamaktadır: bunlar arasında 7/24 telefon yardım hattı, sohbet ve kısa mesaj hizmetleri bulunmaktadır. Kuruluş ayrıca lezbiyen, gey, biseksüel, trans, queer ve sorgulayan gençler için güvenli bir sosyal ağ sitesi olan TrevorSpace'i işletmekte ve Amerika Birleşik Devletleri genelinde eğitim, araştırma ve hak savunuculuğu programları yürütmektedir.

2019 yılında Trevor Projesi, AT&T ve Google olmak üzere iki büyük bağışçısı bünyesine kattı ve her iki şirketin de desteğini ilgili şirketlerin temel iş/ürünleriyle ilişkilendirdi.

AT&T ile yapılan ortaklık sayesinde Trevor Projesi, sohbet ve kısa mesaj hizmetlerini günün her saati kullanılabilir hale getirebildi. Bu genişleme, Trevor Projesi'nin 24.000'den fazla gençle yaptığı ve yüzde 70'inden fazlasının yardıma ihtiyaç duyduklarında sohbet veya mesaj yoluyla ulaşma ihtimallerinin biraz ya da çok olduğunu belirttiği ulusal anketin bulgularıyla uyumluydu. AT&T, bu genişlemeyi desteklemek için 675.000 dolar tutarındaki aynı hizmetlerine ek olarak, Trevor Projesi'nin dijital platformları tarafından hizmet verilen gençlerin sayısını dört kat artırmasına olanak tanıyacak, 1 milyon dolar daha taahhüt etti.

Google'ın 1,5 milyon dolarlık taahhüdü, Trevor Projesi'nin yapay zekâyı kuruluşun çalışmalarına dâhil etme çabalarına yardımcı olmak içindi. Böylece şirketin yapay zekâ konusundaki Etki Mücadelesi'ni geliştirerek eğitimli kriz danışmanlarının, yardıma ihtiyacı olan gençlere daha iyi hizmet vermesini sağlamayı amaçlıyordu.

İntiharın önlenmesi Amerika Birleşik Devletleri'ndeki pek çok şirket tarafından LGBTİ'lerin haklarından daha az tartışmalı olarak görülsede burada hedef şirketin sunduğu ürün ve/veya hizmetlerle desteği uyumlu hale getirmenin avantajları konusunda çıkarılması gereken bir ders bulunmaktadır.

B. UYGUN ŞEKİLDE UYARLAMA: KOBİ'LERİN KATILIMI

Davranış Standartları'nın 2017 ve 2018 yıllarında dünyanın dört bir yanındaki bölgesel lansmanlarda ve iş etkinliklerinde tanıtılmasının ardından, aralarında dünyaca tanınan markaları yöneten şirketlerin de bulunduğu 350'den fazla şirket destek verdi.

Bu şirketlerin birçoğu, Davranış Standartları'na destek sağlamak için iş ortaklarıyla, hatta bazı durumlarda kendi rakipleriyle, toplantılar düzenleyerek Davranış Standartları'nın savunucuları haline gelmiştir.

Davranış Standartları'nı desteklediğini ifade eden şirketler listesinde, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ'ler) ve sadece tek bir bölgede faaliyet gösteren şirketlerin düşük oranda temsil edilmesi dikkat çekicidir.

Bugüne kadar Davranış Standartları'nı desteklediğini ifade eden şirketlerin çoğu, birden fazla bölgede faaliyet gösteren ve ayrımcılıkla mücadelede yerel yasa ve yönetmeliklerdeki önemli farklılıkların üstesinden gelen etkili, tutarlı ve yasal olarak uyumlu yaklaşımlar geliştirme zorluğuyla karşı karşıya olan çok uluslu büyük şirketlerdir. Bu nedenle, daha fazla KOBİ'nin Davranış Standartları'nı kendi politika ve uygulamalarını geliştirmek için bir araç olarak kullanmaya teşvik edilmesi, LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadelede özel sektörün rolünü genişletmek için bir öncelik olma potansiyeli taşımaktadır.

KOBİ'lerin karşılaştığı zorluklar

İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri'nin de açıkça ortaya koyduğu üzere, büyüklüğü, yapısı ve konumundan bağımsız olarak tüm şirketler, LGBTİ'lerinki de dâhil olmak üzere insan haklarına saygı gösterme konusunda ortak bir sorumluluğa sahiptir. Bu sorumluluk çok uluslu büyük şirketler için olduğu kadar KOBİ'ler için de geçerlidir.³⁷

Dünya Bankası'nın 300'den az çalışan istihdam eden firmalar olarak tanımladığı KOBİ'ler, küresel ekonominin son derece önemli bir parçasıdır: tüm ekonomik faaliyetlerin yaklaşık yüzde 90'ını, tüm istihdamın yarısından fazlasını ve dünya çapındaki ekonomik çıktının yaklaşık yüzde 40'ını oluşturmaktadır.³⁸ LGBTİ'lere yönelik ayrımcılığın engellenmesi ve özel sektörün dünya çapında damgalama ve ötekileştirme ile mücadelede daha büyük bir rol oynaması için KOBİ'lerin de üzerlerine düşeni yapmaları gerekecektir.

³⁷ Rehber ilke 14'e bakınız.

³⁸ Bkz. www.worldbank.org/en/topic/sme/finance.

Büyük şirketler, LGBTİ'leri kapsama çabaları hakkında kamuoyu önünde konuşma konusunda KOBİ'lerden daha görünür olmuştur. Medyanın ilgisini daha fazla çeker nitelikte ve daha yüksek profillidirler; özellikle kamuoyu ve kilit paydaşlar nezdinde itibarlarını koruyup geliştirmekle ilgilidirler. Genellikle daha geniş kaynaklara sahip olmaları da çeşitlilik ve kapsayıcılığı geliştirme çabalarına daha fazla yatırım yapma imkânı tanımaktadır.

Yine de bazı durumlarda KOBİ'ler yerel LGBTİ topluluklarını desteklemek için çok uluslu şirketlerden daha iyi konumlanabilmektedir. Örneğin Singapur'da yabancı ve çok uluslu şirketlerin ülkenin Pink Dot Pride festivalini desteklemesi yetkililer tarafından yasaklandığında, çoğu aile şirketi olan 120 yerel şirket sponsorluk ve diğer destek yöntemleriyle açığı gidermek için gönüllü olmuştur.³⁹

KOBİ'lerin genellikle daha büyük şirketlerle derin ve karmaşık ilişkileri bulunmaktadır. Büyük şirketler tarafından belirlenen standartlara uymaları gerekmesine rağmen, onların aldığı kararları etkileyebilecek bir konumda da olabilmektedirler. Büyük şirketlerin her zaman veya mutlaka küçük şirketlere kıyasla daha güçlü ayrımcılık karşıtı standartlara sahip olduğunu varsaymak yanlış olacaktır; aksine, bazen durum bunun tam tersidir.

LGBTİ sorunlarında KOBİ etkileşiminde farklı yaklaşımlar

Kişiselleştirme: Bir KOBİ'nin kurucusu, sahibi veya yöneticisinin kişiliği ve kişisel bağlılık düzeyi; çeşitlilik, kapsayıcılık ve kurumsal sosyal sorumluluk da dâhil olmak üzere şirket kültürü üzerinde genellikle çok büyük bir etkiye sahiptir.⁴⁰ Kurucuların ve sahiplerin yakinen katılımı, kurumsal bağlılık oluşturmaya büyük, halka açık bir şirkete kıyasla daha kolay hale getirebilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk gibi terimleri kullanmasalar da KOBİ'ler, eylemleriyle daha büyük emsallerinden fazla sosyal sorumluluk sahibi olabilmektedir.⁴¹ KOBİ'ler genellikle yerel toplumlarıyla daha yakın bir ilişki içindedir, yerel istihdam yaratmaktadır ve büyük ölçüde yerel müşteri ve tedarikçilerle ilişkilere bağlıdır. Yerel topluluklarla daha iç içe olmak, bazı KOBİ'lerin bu topluluklara yatırım yapma konusunda büyük şirketlerden daha istekli olduğu anlamına gelmektedir. LGBTİ sorunları bağlamında bu, yerel LGBTİ sivil toplum kuruluşlarını desteklemeyi, LGBTİ ile ilgili kültürel etkinliklere sponsor olmayı veya tesislere aynı erişim sağlamayı içermektedir.

³⁹ Bkz. <https://reddotforpinkdot.sg>.

⁴⁰ Bkz. Heledd Jenkins, "Small business champions for corporate social responsibility", *Journal of Business Ethics*, cilt 67, No. 3 (2006).

⁴¹ Bkz. Heledd Jenkins, "A critique of conventional CSR theory: an SME perspective", *Journal of General Management*, vol. 29, No. 4 (2004).

KOBİ'lerin karşılaştığı zorluklar

"Talep"i orantılı tutma: KOBİ'lerin büyük şirketlere kıyasla daha az kaynağa sahip olması muhtemeldir, bu da sosyal veya çevresel açıdan faydalı olabilecek ancak kısa vadede belirgin bir ticari faydası olmayan girişimlere yatırım yapmak için daha az fon bulunabileceği anlamına gelmektedir. Aynı şekilde, daha az sayıda çalışanı ve daha yalın işletme yapılarıyla KOBİ'ler, projeleri desteklemeye zaman ayırmak için personel kapasitesini ayırmakta zorlanabilmektedir. Öte yandan KOBİ'ler, sosyal sorunlar ile ilgilendiklerinde doğrudan bir etkisi olmayan basın ve iletişimden somut getirileri ve çıktıları olan gerçekçi projelere odaklanma eğiliminde olabilmektedir.

İtibara ilişkin konulara daha az odaklanma: LGBTİ sorunlarını ele almaya yönelik ticari vakanın bazı unsurları, tipik olarak büyük firmalarla aynı tür tüketici baskılarıyla karşılaşmayan ve geniş küresel eğilimlerden ziyade yerel pazarlara ve yerel tüketicilere odaklanma olasılığı daha yüksek olan bazı KOBİ'ler için daha az ilgili görünebilir. İtibar her işletme için önemli olsa da itibari risklerin, daha çok büyük şirketler için endişe kaynağı olması olasıdır. Yine de büyük şirketler üzerindeki bu baskılar, kaçınılmaz olarak KOBİ'lerin de dâhil olduğu tedarikçiler üzerinde zamanla baskı oluşturacaktır.

C. ADIM ADIM: KADEMELİ YAKLAŞIM İÇİN DURUM

Yukarıda açıklanan insan kaynakları, kurumsal sosyal sorumluluk, pazarlama ve diğer kurumsal işlevler arasındaki duvarlar: şirketler sürdürülebilir iş uygulamalarını işletmelerine entegre etmeye çalıştıkça değişmeye başlarken, çoğu insan hakları savunucusu için şirketlerin katılımını sağlamanın başlangıç noktası çeşitlilik ve kapsayıcılık olmaya devam etmektedir. Bu da etkileşimin başlangıçta daha çok şirketlerin kendi LGBTİ çalışanlarının haklarına nasıl daha iyi saygı gösterip destekleyebileceklerine odaklanacağı, daha sonra ise pazar ve toplum genelindeki ayrımcılık kalıplarıyla mücadele kapsamını içerecek şekilde genişleyeceği anlamına gelmektedir.

Kademeli bir yaklaşım, özellikle de insan hakları konularını daha önce kurumsal sosyal sorumluluk programlarına dâhil etmemiş şirketler söz konusu olduğunda uzun vadeli ortaklıklara giden en etkili yoldur.

Bu şekilde ilerlemek güvenilir olma avantajına da sahiptir – şirkete, dikkatini şirket duvarları ötesinde neler başarılabilirliğine çevirmeden önce, sorunları içeride ele alarak yeterliliğini kanıtlama olanağı tanımaktadır. Bu doğrultuda harekete geçecek şirketler için, LGBTİ çalışanlarının insan haklarına duyulan saygıyı geliştirmek ve teşvik etmek için ilk adımlar aşağıdaki gibi tanımlanabilir:

- (a) Yerel LGBTİ kuruluşları ve kurumsal dernekleri ile etkileşime geçilmesi:** Politika ve uygulamalar ele alınmadan önce, yerel LGBTİ sivil toplum kuruluşları ile yerel LGBTİ kurumsal veya çok paydaşlı ağ ve derneklerinin desteği talep edilmelidir. Benzer bir süreçte başka şirketlere eşlik etmiş olabilirler ve paha biçilmez danışmanlar olacaklardır.
- (b) Mevcut araçların kullanılması:** Şirketleri bu yolculukta desteklemek için geliştirilen rehber ve araç sayısı giderek artmaktadır. Örneğin, Dünya Ekonomik Forumu LGBTİ Eşitliği Ortaklığı⁴² ve Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi himayesinde geliştirilen boşluk analiz aracı; şirketlere, Davranış Standartları kapsamında mevcut performanslarını ölçmelerinde yardımcı olup onları doğru yöne yönlendirebilecek gizli bir öz değerlendirme aracı sunmaktadır. Global Partnership for LGBTİ ve diğer birçok kuruluş da şirketlerin, sivil toplumla ortaklaşarak LGBTİ'lere saygıyı nasıl geliştirdiklerine dair vaka çalışmaları yayınlamıştır. Sivil toplum kuruluşları bu ve diğer kaynakları kullanarak şirketlere kendi yolculuklarında ilerlemeleri için doğru yönü gösterebilmektedir.⁴³
- (c) Çeşitlilik dostu işveren olma konusunda kurum içi iletişim** Çeşitlilik politikalarının; cinsiyet, azınlıklar, ten rengi, inanç, engelli kişiler ve diğerlerinin yanında LGBTİ'leri de içerecek şekilde kapsayıcı olduğu açıkça belirtilmelidir. Bu tür etkileşimler için değerlendirilebilecek zamanlar arasında 17 Mayıs Uluslararası Homofobi, Transfobi ve Bifobi Karşıtı Gün, 31 Mart Uluslararası Trans Görünürlük Günü, 26 Nisan Lezbiyen Görünürlük Günü, 23 Eylül Bi Görünürlük Günü, 26 Ekim İnterseks Farkındalık Günü, 10 Aralık İnsan Hakları Günü ve diğer ilgili tarihler yer almaktadır.

⁴² LGBTİ Eşitliği için Küresel Ortaklık, "Boşluk analiz aracı", www.global-lgbti.org/gapanalysistool adresinden erişilebilir.

⁴³ Bkz. www.global-lgbti.org/best-practices-library.

- (d) **Üst yönetimden açık bir destek beyanı yayımlanması:** Mesajın sadece çeşitlilik müdürü ya da insan kaynakları müdüründen değil, tepeden gelmesi çok önemlidir. Yönetim kurulu başkanı ya da üyelerinden gelmeli, özgün ve samimi olmalıdır.
- (e) **Şirket içi LGBTİ ağı kurulması:** Bu adım, şirketin LGBTİ konularına sürdürülebilir bir şekilde dâhil olmasını sağlamada muhtemelen en etkili adımdır. Kurulan ağı; yüksek görünürlük, bütçe ve düzenli olarak toplanabileceği zaman ile mekâna sahip olmalıdır.
- (f) **LGBTİ yöneticilerin katılımının sağlanması ve destekçiler ile bağlantı kurulması:** LGBTİ yöneticilerin sürece dâhil edilmesi önemli olmakla birlikte, kapsayıcılığı kamuoyu önünde savunabilecek destekçileri arayıp bulan şirketler, kurum içi ve dışında çok değerlidir ve şirketler bu kişileri aktif olarak aramalıdır.
- (g) **Harici LGBTİ gruplarına sponsorluk:** LGBTİ insan hakları kuruluşlarının etkinliklerine kurumsal sponsorluk vermek, LGBTİ grupları tarafından düzenlenen girişimlere katılmak ve etkinliklere sponsor olmak, şirketin çeşitlilik savunucusu olduğunu ve gündem konusunda ciddi olduğunu gösterebilir.
- (h) **Çalışan politikalarının ve sosyal hakların gözden geçirilmesi:** Şirket, evlat edinen aynı cinsiyete sahip çiftlere farklı cinsiyetlere sahip çiftlere sunduğu ebeveyn izninin aynısını sunuyor mu? Farklı cinsiyetlere sahip çiftlere sağladığı sağlık yardımlarını aynı cinsiyete sahip çiftlere de sağlıyor mu? Trans çalışanların cinsiyet kimliğini tanyor, onlara ve bakmakla yükümlü oldukları kişilere ayrımcılık yapmadan yardım sağlıyor mu? Sağlık yardımları LGBTİ çalışanların ihtiyaçlarını karşılıyor mu?
- (i) **Muhbirlerin korunması:** Çalışanları; zorbalık, taciz veya diğer ayrımcılık türleriyle ilgili şikâyetlerini dile getirmek için anonim yardım hatlarını kullanmaya teşvik edilmelidir.

D. ZİRVEYE DOĞU BİR YARIŞI TEŞVİK

Çoğu şirket "iyi derecelendirilmiş" olmayı sever.

Geçtiğimiz 20 yıl boyunca, şirketleri LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele çabalarına göre sıralamak için birkaç farklı endeks geliştirilmiştir. Amaç, şirketleri çeşitlilik ve kapsayıcılık konusundaki kararlılıklarının kanıtı olarak gösterebilecekleri yüksek bir derecelendirme almak için birbirleriyle rekabet etmeye teşvik etmek olmuştur. LGBTİ insan hakları savunucuları, bu endeksleri potansiyel olarak önemli angajman araçları ve şirketlerin eyleme

geçme taahhütlerini yerine getirmelerini sağlamak için birer araç olarak görmelidir. Ayrıca şirketlerden hesap sormak için de kullanılması mümkündür.

Dünya çapında bir dizi endeks kullanılmaktadır. Örnekler arasında İnsan Hakları Kampanyası tarafından 2002 yılından bu yana her yıl yayınlanan Kurumsal Eşitlik Endeksi:44 Stonewall'un ilk kez sırasıyla 2004 ve 2011 yıllarında yayınlanan İşyeri Eşitlik Endeksi ve Küresel İşyeri Eşitlik Endeksi yer almaktadır. Birçok ülkede ulusal düzeyde çeşitli endeksler geliştirilmiştir.

Şirketlerle ilişki kurarken, savunucular bu endekslerin her birini geliştirmek için kullanılan zamanlama, süreç ve metodolojiye dikkat etmeli ve şirketlerin politika ve uygulamalarının doğru bir şekilde yansıtıldığından emin olmalıdır.

Her bir derecelendirme/sıralama/endeksin kapsam, menzil ve topluluğu farklıdır; dolayısıyla endeksler karşılaştırıldığında farklılık ortaya çıkmaktadır.

İlerlemeyi ölçmek için kullanılan kriterlerin genişletilmesi ve LGBTİ topluluğunun belirli kesimlerine yönelik olan girişimlerin daha iyi ayrıştırılması da dahil olmak üzere mevcut endekslerin güçlendirilip büyümesi için alan bulunmaktadır.

Şimdilerde intersekslerin haklarını ele almak üzere şirketlerce atılan adımlara yeterince odaklanılmadığı, lezbiyen ve biseksüel kadınlarla transların dışlanması ve ayrımcılığa uğramasına yönelik girişimlerin ise genellikle diğer tedbirlerin gerisinde kaldığı vurgulanmalıdır. Davranış Standartları'nın lansmanı için düzenlenen bölgesel toplantılarda, sivil toplumun şirketler de dâhil olmak üzere diğer paydaşlarla işbirliği yaparak yeni bir performans izleme mekanizması geliştirmesi veya mevcut mekanizmaları Davranış Standartları ile uyumlu hale getirmesi fikri tartışılmıştır. Bu, mevcut endeksler arasındaki boşlukların doldurulmasına ve uyumun teşvik edilmesine yardımcı olabilmektedir. Aynı zamanda, birinci standart (insan hakları ihlallerinin önlenmesi için gerekli önzen gösterilmesini gerektirir) veya beşinci standart (LGBTİ eşitliği için ses çıkarma) gibi şu anda kapsanmayan alanlara dikkat çekebilmektedir.

⁴⁴ Bkz. İnsan Hakları Kampanyası Vakfı, "Kurumsal Eşitlik Endeksi: SSS", 6 Mayıs 2020, www.hrc.org/resources/corporate-equality-index-faq adresinden erişilebilir. 2020 yılında Kurumsal Eşitlik Endeksi'nde 686 işveren yüzde 100 olan en yüksek notu olarak rekor kırmıştır.

LGBTİ eşitliği: çitanın yükseltilmesi

Eşitliğe yönelik gerçek desteği ve ayrımcılığa karşı çıkmayı neyin oluşturduğunu belirlemeye yönelik çıta yükselmeye devam etmektedir. Birçok bağlamda şirketler, bazı ülkelerde ve bazı konularda eşitlik yanlısı çabaları ve kuruluşları desteklerken diğer konularda veya dünyanın diğer bölgelerinde sessiz kalmaları nedeniyle giderek daha fazla eleştirilmektedir. Davranış Standartları, LGBTİ'ler için sosyal ve yasal ortamın düşmanca olabileceği konular veya dünyanın bazı bölgeleri de dâhil olmak üzere, şirketlerin yerel LGBTİ topluluklarını savunmak ve desteklemek için yerel kuruluşlara danışarak atabilecekleri belirli adımları vurgulamaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde, Kurumsal Eşitlik Endeksi'ni hazırlayan İnsan Hakları Kampanyası Vakfı, Endeks'in dayandığı kriterleri ayarlayarak katılımcı şirketler için çitayı kademeli olarak yükseltti ve işverenlere bu kriterleri karşılamaları için araçlar sağladı. Diğer birçok endeks de aynı şeyi yapmış, şirketler için çitayı yükseltmiş ve örneğin şirketlerin küresel operasyonları ve tedarik zincirleri ile kurumsal bağışlar gibi daha önce kapsanmayan diğer alanları da kapsayan değerlendirmeleri entegre etmiştir.

E. SINIRLARIN AŞILMASI

LGBTİ insan hakları savunucuları için yinelenen bir zorluk, şirketleri LGBTİ sorunlarını yalnızca belirli pazarlarla ilgili niş bir alan olarak değil, bir şirketin toplum üzerindeki etkisi ile sosyal ve ekonomik kalkınmaya katkısını iyileştirmeye yönelik geniş bir yaklaşımın unsuru olarak görmeye teşvik etmektir. Bu bağlamda faydalı bir örnek, tüm ülkelerin 2030 yılına kadar ulaşmayı taahhüt ettiği Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri olabilir.

İş dünyası, bu hedeflere ulaşılmasını sağlamada devletler ve sivil toplumla birlikte önemli bir rol oynamaktadır. Üzerinde mutabık kalınan hedefler arasında ayrımcılıkla mücadele edilmesi taahhüdü de yer almaktadır. Bu, aralarında LGBTİ'lerin de yer aldığı, kalkınma çabalarında geride bırakılma riski en yüksek olan, toplumda yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik dışlanma ile ötekileştirmeye maruz kalan gruplara özel olarak odaklanma anlamına gelmektedir. Şirketler, LGBTİ kapsayıcılığına odaklanarak herkes için kapsayıcı ve eşitlikçi sürdürülebilir kalkınma hedefine aktif olarak katkıda bulunabilirler.

İnsan hakları savunucuları LGBTİ meselelerine bu açıdan yaklaşarak şirketleri, LGBTİ çalışanları ile çeşitlilik ve kapsayıcılığa dair konulara dar bir yaklaşımın ötesinde, daha iddialı bir gündemi benimsemeye ikna edebilirler.

Bu gündem bir şirketin pazardaki varlığı, iş ilişkileri ile insan ve mali kaynaklarını; reklam, savunuculuk, tedarikçiler ve distribütörler için gereklilikler, etkinliklerin sponsorluğu, LGBTİ amaçları için finansman veya başka yollarla daha geniş bir sosyal değişimden yararlanmak için kullanmayı içerebilmektedir. Ayrıca bu tür bir iş birliği, çoğu şirketin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımlarının merkezinde yer aldığı için şirketler ve sivil toplum arasında sürekli etkileşim için bir temel sağlayacaktır.

Bu yaklaşım; kısmen LGBTİ insan hakları savunucularının sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik hakkında daha geniş tartışmalara girmesine, aynı zamanda sürdürülebilir ve kapsayıcı kalkınma ile insan haklarının diğer alanlarında çalışan insan hakları savunucuları ve sivil toplum kuruluşlarıyla iyi çalışma ilişkileri kurmasına bağlıdır.

Son yıllarda sivil toplum kuruluşları, Birleşmiş Milletler sürdürülebilir kalkınma üst düzey siyasi forumundaki tartışmalara LGBTİ perspektifini getirmek için çok çalışmışlardır; buna LGBTİ'lerin 2030 Hedefleri'nin ulusal düzeyde uygulanmasına ilişkin veri toplama ve raporlamaya dâhil edilmesi ihtiyacı da dâhildir. Benzer şekilde, sivil toplum kuruluşları İş Dünyası ve İnsan Hakları Forumu'na katılarak LGBTİ kapsayıcılığını destekleyen iş dünyası eylemlerini sunmuş ve savunmuş, iş dünyası ve insan hakları üzerine daha geniş bir tartışmada diğer paydaşlarla ortaklıklar kurmuştur.

Hem sürdürülebilir kalkınma hem de iş dünyası ve insan hakları konusundaki tartışmaları etkilemek için ulusal düzeyde de fırsatlar bulunmaktadır.

Birçok ülkede, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne ulaşılmasına yönelik çalışmaların uygulanmasındaki ilerlemeyi denetlemek için gönüllü ulusal incelemeler⁴⁵ yürütülmüştür. Benzer şekilde, bazı ülkelerde İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri'nin uygulanmasını teşvik etmek için ulusal eylem planları hazırlanmıştır. LGBTİ insan hakları savunucuları; içlerinde iş dünyası ve insan hakları üzerine çalışan uzman sivil toplum kuruluşları, ulusal insan hakları kurumları ve akademinin de bulunduğu, iş dünyasını insan hakları sorumluluklarını yerine getirme konusunda

⁴⁵ Takip ve gözden geçirme mekanizmalarının bir parçası olarak, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, üye devletleri "ulusal ve ulus-ötesi düzeylerdeki ilerlemenin düzenli ve kapsayıcı bir şekilde, ülke liderliğinde ve ülke odaklı olarak gözden geçirilmesi" konusunda teşvik etmektedir. Bkz. 70/1 sayılı Genel Kurul kararı, para. 79. Ayrıca bkz. <https://sustainabledevelopment.un.org/vnrs/>.

daha etkili yaklaşımlar geliştirmeye teşvik etmek için çalışanlar arasında yeni destekçiler bulabilmektedirler. İş Dünyası ve İnsan Hakları Kaynak Merkezi⁴⁶ gibi platformlar bazı şirketler ve sektörlerle ilgili belgelere erişim sağlayabilmektedir.

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi bünyesindeki yerel ağlar⁴⁷ bu konudaki yaklaşımlarını geliştirmek isteyen şirketler için bir başka olası başlangıç noktasıdır. Bunlar, Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin 10 ilkesini uygulama ve ilgili raporlama gerekliliklerini yerine getirme konusunda çok uluslu şirketlerin yerel firmalarını ve yan kuruluşlarını desteklemek için birçok ülkede kurulmuştur.

Şirketler kamu politikası savunuculuğunu nasıl önceliklendiriyor?

Şirketler, ilgi alanlarına giren konularda paydaşlarının dahlini sağlayarak toplumsal faydaya katkıda bulunma fırsatlarının farkına varıyor olsa da çoğu, hâlâ fazla taahhüt üstlenmekten çekinmektedir. Bu nedenle öncelikle ele alacakları konuları belirlerken oldukça seçici davranma eğilimindedirler.

Birçok yönetici için, ilgili işle bir bağlantı ve kurumsal değerlerle bir uyum olması gerekmektedir. Çalışanların, müşterilerin ve toplumun ilgisinin ve bunlar üzerindeki etkisinin kanıtlanabilir olması da önemlidir. Bir şirketin bu kriterleri karşılayan bir konuyu ele almasına iyi bir örnek Johnson & Johnson'un HIV/AIDS konusundaki savunuculuğudur.

Davranış Standartları'nın bir kurumsal destekçisi, öncelikle portföy üzerinde en büyük etkiye sahip olana, ikinci olarak sektörde en anlamlı değişimi neyin sağlayacağına ve üçüncü olarak da diğerlerine nasıl örnek teşkil edebileceğine öncelik verdiğini belirtmiştir. Güven inşa etmek için katılımda tutarlı, metodik ve bilinçli olmanın önemi vurgulanmıştır. Tüm konularda katılım mümkün olmadığı için hedefe yönelmiştir.

Bu unsurlar, her ülkenin 2030'a kadar ulaşmayı taahhüt ettiği Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri de dâhil olmak üzere, şirketlere yaklaşımlarını çerçevelemek açısından insan hakları savunucuları için yararlıdır. Hedefler arasında yoksulluk (Hedef 1), sağlık (Hedef 3), eğitim (Hedef 4), toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların güçlendirilmesi (Hedef 5), ekonomik büyüme ve istihdam (Hedef 8), eşitsizlikler (Hedef 10) ve adalet (Hedef 16) ile ilgili taahhütler yer almaktadır ve tümü LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadelede ilerleme kaydedilmesiyle iş yerinde ve ötesinde çeşitlilik ve kapsayıcılık sağlanmasına bağlıdır.

⁴⁶ Bkz. www.business-humanrights.org/.

⁴⁷ Bkz. www.unglobalcompact.org/engage-locally.

F. ŞİRKETLERİN SORUMLU TUTULMASI

Şimdiye kadar, bu kılavuzda savunucuların şirketlerle yapıcı bir şekilde nasıl ilişki kurabileceklerine odaklanılmıştır.

Bu tür çabalar, iş dünyasını LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmek için daha fazlasını yapmaya, daha ileri gitmeye ve daha fazla kaynak yatırmaya teşvik edecektir. Tamamen, karşılıklı fayda sağlayan iş birliği ve ortaklık yoluyla hem bir şirket içinde hem de dünyada nelerin başarılabilceğine odaklanılmıştır.

Bununla birlikte, bazı durumlar farklı bir yaklaşım gerektirmektedir.

Şirketlerin LGBTİ'lerin haklarına saygı göstermeyi göz ardı ettikleri, insan hakları ihlallerine katkıda bulundukları veya verdikleri taahhütleri yerine getirmedikleri durumlarda, insan hakları savunucularının bu tür şirketleri sorumlu tutma konusunda oynayacakları bir rol bulunmaktadır.

Bu gibi durumlarda insan hakları savunucularının baş vurabileceği yollar; yerel bağlama, ilgili ülkenin yasal çerçevesine ve belirli kurumların yetkilerine bağlı olacaktır.

Pek çok ülkede sivil toplum kuruluşları ve bireysel savunucular, ayrımcılık veya hak ihlallerine ilişkin şikâyetlerini mahkemeler veya kamu denetçisi, ulusal insan hakları kurumu gibi daha erişilebilir ve daha az resmi mekanizmalar aracılığıyla dile getirebilirler. Yasal olarak bağlayıcı olmayan taahhütler söz konusuysa sivil toplum kuruluşları, şirkete taahhütlerini yerine getirmesi için baskı uygulamak amacıyla, destekçileri de dâhil olmak üzere, diğer kanallar aracılığıyla endişelerini dile getirebilmektedir.

Siyasi değişim için baskı uygulanması

2014 yılında Dünya Bankası, aynı cinsiyetten kişilerin cinsel davranışları için müebbet dâhil daha uzun hapis cezaları öngören ve "eşcinselliğin teşviki" olarak yorumlanabilecek her türlü aktivizmi engelleyen yeni bir yasaya tepki olarak Uganda'ya verilecek bir kredinin onayını ertelediğini duyurdu.

Banka'nın kararı Uganda'daki bir dizi insan hakları savunucusunun tepkisiyle karşılaştı. Bu savunucular; karar ile desteklenmesi amaçlanan insanlara karşı potansiyel bir tepkiye neden olabileceğinden endişe duyarak yardım kesintilerinin Ugandalı LGBT'ler de dâhil olmak üzere yoksul Ugandalıları etkileyeceğini, LGBT gruplara karşı düşmanlık yaratacağını, ayrıca LGBT topluluğuna karşı nefret söylemi ve ayrımcılık taraftarları üzerinde hiçbir etkisi olmayacağını, hatta ülkeyi yabancı etkisinden koruyan vatanseverler olarak görünebileceklerini vurguladı. Bu nedenle uluslararası kurumları, aldıkları kararları uygulamadan önce risklerini değerlendirmeye çağırdılar.

Bununla birlikte, haklarının korunmasını geliştirmek adına baskı uygulama ilkesi birçok insan hakları savunucusu tarafından benimsendi. Hatta içlerinden bazıları, özellikle Uganda'da faaliyet gösteren ve çok uluslu olan, şirketleri; yeni eşcinsel karşıtı mevzuatla ilgili endişelerini kamuoyuna açıklamaya çağırdı. Birçok şirket LGBTİ topluluğuna desteklerini ifade ederken, bir kısmı da konuyu doğrudan hükümet ile görüşerek bu tür yasaların Uganda'yı yabancı yatırımcılar için daha az cazip hale getirdiğini ve ülkede iş yapan şirketlerin imajını tehdit ettiğini dile getirdi.

Söz konusu yasa daha sonra mahkemeler tarafından usule ilişkin gerekçelerle iptal edilmiş ve bugüne kadar tekrarlanmamıştır. Uganda Cumhurbaşkanı, tasarının Parlamento'ya geri gönderilmesini desteklememesine gerekçe olarak yabancı yatırımları caydırma riskini göstermiştir.

BÖLÜM 4



Temel riskler

Şirketlerin daha ileri gitmeye teşvik edilmesi: Bir özet

En etkili savunuculuk, iyi bir hedef belirlemiş ve belirli bir kitleye göre uyarlanmış olmalıdır. İnsan hakları savunucuları, herhangi bir şirkete katılım ve iş birliği amacıyla yaklaşırken, şirketin büyüklüğü ve yapısı ile faaliyet gösterdiği sektörün şartlarını dikkate almalıdır.

Çoğu durumda yapıcı bir yaklaşım işe yarayacaktır, dolayısıyla insan hakları savunucuları uzun vadeli iş birliklikleri için teklif sunmayı düşünmelidir. Bir şirketin mevcut ürünleriyle bağlantılı projeler genellikle iyi sonuç vermektedir. Aşamalı bir yaklaşım – muhtemelen bir şirketin LGBTİ topluluğuna işyerinin ötesinde destek sağlamak için alabileceği daha dışa dönük eylemlere geçmeden önce işyerinde ayrımcılık ve damgalamayı ele almak için iç politikalar, prosedürler ve eğitimdeki değişikliklere odaklanarak başlamak da etkili bir yol olabilir.

Nihayetinde, şirketlerin taahhütlerini güvence altına almak bir şeydir; bunları yerine getirdiklerinden emin olmak ise bambaşka bir şey. Taahhütlerin yerine getirilmesini sağlamanın en iyi yolu, genellikle insan hakları savunucuları ile şirketler arasında etkili ve yapıcı ortaklıklar kurmaktır. Bazı ülkelerde, şirketleri LGBTİ'lere yönelik ayrımcılığı ortadan kaldırmak için attıkları adımlara göre sıralayan endekslerin, şirketleri aksi takdirde yapabileceklerinden daha ileri ve hızlı gitmeye teşvik etmenin etkili bir yolu olduğunu kanıtlanmıştır. İletişim ve iş birliğinin bozulduğu durumlarda, daha fazla kamu denetimi de dâhil olmak üzere, başka hesap verebilirlik biçimleri gerekebilir.

A. PINKWASHING VE BLUEWASHING

Bazı insan hakları grupları, LGBTİ'lerin insan hakları da dahil olmak üzere, şirketlerin insan haklarına olan ilgisini neyin yönlendirdiği konusunda şüphecidir.

Şirketin motivasyonu nedir? Onlar için bunda ne var? Bunu kârlarını artırmak için mi yapıyorlar yoksa bağlılıkları daha mı derin?

Bazı şirketler, insan hakları, çalışma standartları veya çevrenin korunması gibi diğer alanlardaki kötü sicillerinden dikkatleri uzaklaştırmak için LGBTİ sorunlarına olan bağlılıklarını vurgulamakla suçlanmaktadır.

Bu uygulama itibarı pinkwashing olarak bilinmektedir. Benzer şekilde, bazı şirketler LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmek için ne şirket içerisinde ne de dışarıda yeterli somut adımlar atmazken, LGBTİ

dostu görünmenin faydalarından yararlanmak amacıyla etkinliklere sponsor olmak gibi çoğunlukla yüzeysel bir bağlılık göstermekle eleştirilmektedir.

Bununla bağlantılı bir endişe de şirketlerin insan hakları savunucusu imajlarını parlatmak için kendilerini Birleşmiş Milletler ile ilişkilendirmeye çalışırken, uygulamada insan hakları taahhütlerini yerine getirmek için anlamlı adımlar atmamalarıdır.

Bu uygulama bazen "bluwashing" olarak adlandırılmaktadır.⁴⁸ Bu bağlamda, Davranış Standartları'nı kamuoyu önünde destekleyen şirketler : Birleşmiş Milletler'in bir girişiyle aynı doğrultuda oldukları ve LGBTİ amaçlarına bağlılıklarının sinyalini verdikleri için bunu çifte övgü kazanma fırsatı olarak görebilmektedir. Bu tür şirketler, Davranış Standartları'nı uygulamada ciddiyet göstermeli ve bunu LGBTİ çalışanları, insan hakları savunucuları ve sahadaki topluluklarla istişare ederek yapmalıdır.

Tüm şirketleri, hatta çoğu şirketi pinkwashing veya bluwashing suçlamalarıyla lekelemek haksızlık olacaktır ancak riskler gerçektir.

Geçmişte bazı çok uluslu şirketler, LGBTİ sorunlarına göstermelik olarak önem verirken aynı zamanda kendi işgüçleri ve iş yaptıkları toplumlarda LGBTİ'lere yönelik ayrımcılığı görmezden geldikleri için eleştirilmişlerdir. Bu tür riskler en etkili şekilde, sivil toplumun iş dünyası ile etkileşime girmesi ve bir bekçi köpeği, bilinçli bir eleştirmen ve şirketlere insan hakları sorumluluklarını sürekli hatırlatan bir unsur olarak üzerine düşeni yapmasıyla azaltılabilir. Buna ek olarak, savunucular LGBTİ sorunları konusunda şirketlerle olan ilişkilerini, toplumsal cinsiyet eşitliği, işçi hakları, göçmen hakları, engelli hakları, ayrımcılık karşıtlığı, ırkçılıkla mücadele, çevrenin korunması, yolsuzlukla mücadele ve sürdürülebilir kalkınma gibi diğer kritik insan hakları meselelerini de içeren daha geniş insan hakları hedefleri bağlamına oturtmaya çalışmalıdır.

⁴⁸ Bkz. örneğin, Carlos Fortin ve Richard Jolly, "The United Nations and business: towards new modes of global governance?", *IDS Bulletin*, vol. 46, No. 3 (2015).

Onur ve Pinkwashing

Pek çok ülkede, pek çok kasaba ve şehirde Onur festivalleri ve geçit törenleri düzenlenmektedir; bu da görünür olmak, ilerlemeyi kutlamak ve gerektiğinde daha fazla koruma talep etmek için bir fırsattır.

Şirketlerin Onur Ayı'na katılımı, çeşitli LGBTİ örgütleri tarafından daha fazla inceleme altına alınmıştır. Birçok savunucu, LGBTİ topluluklarının refahına veya LGBTİ'leri etkileyen insan hakları ihlallerinin ele alınmasına hiçbir katkıda bulunmadığı halde ticari kazanç için sosyal medya hesaplarını ve bazı durumlarda mağazalarını Onur Ayı sırasında gökkuşağı sembolleriyle süsleyen şirketlerin ikiyeüzlülüğü olarak gördükleri şeyi kinamaktadır.

Özellikle, merkezi Batı ülkelerinde bulunan birçok küresel şirket, kendi ülkelerinde pazarlama amacıyla kendilerini Onur Ayı ile ilişkilendirmek için büyük çaba sarf ederken, LGBTİ dostu olarak görülmenin ticari faydasının daha az olduğu veya hiç olmadığı yurtdışında bu konuda sessiz kalmaktadır. Diğer durumlarda, LGBTİ çalışanlarına eşit haklar sağlayan, şirket içinde güçlü ayrımcılık karşıtı prosedürlere sahip olan ve LGBTİ kapsayıcı olmakla gurur duyan şirketlerin, LGBTİ eşitliğine aktif olarak karşı çıkan siyasi adaylara ve kuruluşlara önemli miktarda bağış yaptıkları da bilinmektedir.⁴⁹ Son yıllarda, Londra, New York, Paris ve Washington D.C.'deki Onur Yürüyüşleri sırasında kurumsal pembe yıkamaya karşı protestolar düzenlenmiştir.

B. DURUM TESPİTİ

Sivil toplum kuruluşları, bir şirketle herhangi bir ortaklığa girmeden önce, potansiyel ortağın faaliyetlerinin, itibarının, etik değerlerinin ve sosyal ve çevresel etkilerinin kendi misyonlarıyla uyumlu olup olmadığını değerlendirmek için makul özeni göstermelidir.

"Durum tespiti" olarak bilinen bu sürecin bir parçası olarak, sivil toplum kuruluşunun, önerilen iş birliğinin ortaklık kurmayı düşündüğü şirketi desteklemesi olarak görülmesi riskini değerlendirmesi gerekecektir. Bu tür kontroller, pinkwashing risklerini azaltmanın ve ikiyeüzlülük suçlamalarından kaçınmanın en iyi yoludur.

⁴⁹ Judd Legum, "These rainbow flag-waving corporations donated millions to anti-gay members of Congress",

İnsan hakları durum tespitinin gerçekleştirilmesi süreci Rehber İlkeler Raporlama Çerçevesi'nde özetlenmiştir.

Bu çerçeve, kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan Shift ve iş hizmetleri firması Mazars tarafından İnsan Hakları Raporlama ve Güvence Çerçeveleri Girişiminin bir parçası olarak hazırlanmıştır. Yüzlerce şirket tarafından kendi insan hakları durum tespiti çalışmalarının temeli olarak kullanılan Raporlama Çerçevesi, bu bağlamda durum tespitini şu şekilde tanımlamaktadır: "[Bir şirketin] insan hakları üzerindeki olumsuz etkilerini tespit etmek, önlemek, hafifletmek ve raporlamak amacıyla yürütülen sürekli bir risk yönetim süreci. Bu süreç dört temel adımdan oluşmaktadır: insan hakları üzerindeki mevcut ve potansiyel etkilerin değerlendirilmesi; bulguların entegre edilmesi ve bunlara göre hareket edilmesi; yanıtların izlenmesi ve etkilerin nasıl ele alındığına dair iletişim kurulması."⁵⁰ Bu adımlar şirketlerden beklenirken, aynı zamanda bir şirketle potansiyel bir ortaklığa hazırlanırken durum tespiti yapmak isteyen sivil toplum kuruluşları için de yararlı rehber ilkeler sağlamaktadır. Daha fazla kılavuz ve ilgili kaynaklar Shift ve Mazars'ın yanı sıra OHCHR internet sitesinde de mevcuttur.⁵¹

Bir sivil toplum kuruluşunun durum tespiti sürecinin kapsamı ve derinliği muhtemelen önerilen ortaklığın önemine ve potansiyel ortağın işinin büyüklüğüne, niteliğine ve karmaşıklığına bağlı olacaktır.

İlgili sivil toplum kuruluşundaki mevcut kapasite ve uzmanlık da bir faktör olabilir, ancak ortaklığın kuruluş için önemli riskler taşıyabileceğini göz önünde bulundurmak önemlidir ve potansiyel ortakları değerlendirirken ve ortaya çıkabilecek ortak noktaları ve riskleri (itibar riskleri ve diğer riskler) belirlerken makul bir özen gösterilmesi gerekmektedir.

Genellikle ilk adım, ortaklıklar için uygun olmadığı belirlenen şirketleri elemektir.

Bu kara listeye alma şeklinde olmayabilir ancak birçok kuruluş, ilgili şirketlerin faaliyetlerinin zararlı olduğu ve/veya kuruluşun misyonlarıyla uyumsuz olduğu gerekçesiyle, hiçbir koşulda ortaklık yapmayacakları bir dizi sektör belirlemiştir.

Yaygın örnekler arasında şu alanlarda faaliyet gösteren şirketler yer almaktadır:

- (a) Genel olarak belirli silahların veya bileşenlerinin ya da daha özel olarak misket bombalarının, anti-personel mayınların, biyolojik ve kimyasal silahların ve nükleer silahların üretimi, satışı veya dağıtımı;

⁵⁰ Shift ve Mazars, *BM Yol Gösterici İlkeler Raporlama Çerçevesi Uygulama Kılavuzu* (2015), s. 110.

⁵¹ Bkz. www.shiftproject.org, www.mazars.co.uk ve www.ohchr.org/EN/Issues/Business/Pages/CorporateHRDueDiligence.aspx.

- (b) Tütün veya tütün ürünlerinin üretimi, satışı veya dağıtımı;
- (c) Birleşmiş Milletler yaptırımlarını ve ilgili sözleşmeleri, anlaşmaları ve kararları ihlal eden faaliyetler ve Birleşmiş Milletler Uygunsuzluk Listesi veya yaptırım listesinde yer alan şirketler;
- (d) Uluslararası yasaklamaya veya aşamalı olarak kaldırmaya tabi maddelerin ve Nesli Tehlike Altında Olan Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşme kapsamında düzenlenen yaban hayatı veya ürünlerinin üretimi, satışı veya dağıtımı;
- (e) Kumarhaneler ve bahisler dâhil olmak üzere kumar (hayır amaçlı piyangolar hariç);
- (f) İnsan hakları ihlali veya insan hakları ihlallerine dolaylı katkı;
- (g) Zorla veya zorunlu çalıştırmanın kullanılması veya buna müsamaha gösterilmesi;
- (h) Çocuk işçiliğinin kullanılması veya buna müsamaha gösterilmesi.

Bu ilk adımın ötesinde, prosedürler değişiklik göstermektedir. Bir araştırmacı, itibarla ilgili hususlar da dâhil olmak üzere her bir fırsatın risklerini ve olumsuz yanlarını değerlendirmekle görevlendirilebilmektedir.

Süreç tipik olarak potansiyel bir ortağın ilişkisel, finansal ve bağlamsal olmak üzere üç farklı boyutunu ele almakta ve kuruluşa veya yararlanıcılarına zarar verebilecek geçmiş veya gelecekteki sorunları tespit etmeye çalışmaktadır. Süreç, potansiyel kurumsal ortağın iş faaliyetlerinin ve iş ilişkilerinin incelenmesini merkezi bir unsur olarak içermelidir. Ticari faaliyetlerinin insan haklarından yararlanma üzerinde kanıtlanabilir, olumsuz bir etkisi olmamalıdır. Aynı şekilde, iş ilişkileri de faaliyetleri insan haklarından yararlanma üzerinde kanıtlanabilir, olumsuz bir etkiye sahip olmayan ortaklarla olmalıdır. Her durumda, ilgili şirket bu tür sonuçlara karşı şimdi ve gelecekte koruma sağlayacak etkili politika ve prosedürlere sahip olmalıdır.

Oxfam'da durum tespiti

Oxfam'ın, ortağın yaptığı şeyin "misyonumuzu önemli ölçüde veya kasıtlı olarak baltalayıp baltalamadığını" görmek için herhangi bir potansiyel büyük ilişkiyi değerlendiren bir etik kontrol komitesi vardır. Komite bir şirketin faaliyetlerini araştırmakta, medya raporlarını değerlendirmekte, şirket politikalarını okumakta, değer eşleşmelerini belirlemekte ve kuruluşun ele almak için çalıştığı sorunlara zarar verebilecek şirketleri ayıklamaktadır. Bu süreç 3 ila 12 ay arasında sürebilmektedir çünkü bir ortaklığın karşılıklı olarak faydalı olmasını sağlamak büyük çaba gerektirmektedir. Küresel ortaklıklar titiz bir süreçten geçerken daha küçük ortaklıklar daha az yoğun bir incelemeye tabi tutulmaktadır.

Değerlendirme süreci başlangıçtaki durum tespiti ile sona ermemelidir.

Ortakların birlikte ne yapmayı planladıkları konusunda net hedeflere sahip olmak, ilişkiyi değerlendirmek ve ortaklığın hedeflerine ne ölçüde ulaştığını düzenli olarak değerlendirmek önemlidir. Birçok sivil toplum kuruluşunda olduğu gibi, World Vision da resmi anlaşmaları, ciddi endişeler olması durumunda ortaklardan herhangi birinin istediği zaman çekilmesine olanak tanıyan bir madde içerecek şekilde hazırlamaktadır. Sivil toplum ve şirketler arasındaki etkili ortaklık ve işbirliği, uzun zamandır süregelen çabalaradır. Zaman içinde koşullar değişebilir ve sivil toplum kuruluşları gelişen risklere karşı dikkatli olmalı, ortaya çıkan endişe alanlarıyla ilgili olarak kurumsal ortaklarla hızlı bir şekilde iletişime geçmeli ve nihayetinde etkili çözümler üzerinde anlaşmaya varılamaması durumunda geri çekilmeye istekli olmalıdır.

BÖLÜM 5



**Sonuç ve sonraki
adımlar**

Temel riskler: bir özet

LGBTİ eşitliğine verdikleri desteği duyurmak isteyen küresel markaların sayısındaki artış, bazı savunucular ve tüketici grupları arasında, şirketlerin ilerici bir marka imajı yaratmak için Onur Ayı etkinliklerine sponsorluk, gökkuşağı görüntüleri ve diğer jestleri kullanırken aynı zamanda dikkatleri kötü çalışma standartları ve çevresel tahribat gibi diğer alanlardaki eksikliklerden uzaklaştırdıkları, sözde pinkwashing endişelerine yol açmıştır.

LGBTİ konularında bir şirketle ortaklık kurmak isteyen savunucular bu tür risklere karşı dikkatli olmalı ve şirketin politikaları, uygulamaları ve geçmiş sicilini hakkında kendi durum tespitlerini yapmaya hazır olmalıdır. Rehber İlkeler Raporlama Çerçevesi, sivil toplum kuruluşlarına durum tespiti yapma konusunda yol göstermektedir. Bazı şirketler, ana faaliyet alanlarının insan haklarından yararlanılmasına tartışmalı bir şekilde zarar verdiği gerekçesiyle iş birliği için uygun görülmemektedir. Bu eşiği geçen şirketler için, firmanın faaliyetleri ve iş ortakları, geçmişteki iddiaları ele alış biçimi ve gelecekte ortaya çıkabilecek sorunları önlemek için uygulanan politika ve prosedürlerin yeterliliği hakkında daha fazla araştırma yapılmalıdır. Herhangi bir durum tespiti sürecinin kapsamı ve derinliği muhtemelen önerilen ortaklığın önemine ve potansiyel ortağın işinin büyüklüğüne, niteliğine ve karmaşıklığına bağlı olacaktır.

Bir şirketin davranışlarıyla ilgili gerçek endişeler olduğunda, bunlar şirket yöneticileriyle sürdürülen ilişkilerin bir parçasını oluşturabilmektedir. Uygulanmakta olan iyileştirici tedbirlere ilişkin yeterli güvence verildiğinde, bunların doğrulanması ve izlenmesi gerekebilir. Bu endişeler, bu şekilde tatmin edici bir şekilde çözülmediğinde, işbirliğinden çekilme gerekli hale gelebilir.

Şirketler kendilerini, insan haklarına saygı gösterme sorumluluklarını yerine getirme ve tüketicilerin "iyi kurumsal vatandaşlar" olarak hareket etme beklentilerini karşılama konusunda giderek artan bir baskı altında bulmaktadır.

Brezilya, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, Japonya, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüketici duyarlılığını inceleyen yakın tarihli bir Edelman araştırması, ankete katılanların neredeyse üçte ikisinin (yüzde 64) belirli bir markayı yalnızca sosyal veya siyasi konulardaki tutumuna dayanarak satın alabileceklerini veya boykot edebileceklerini söylediğini ortaya koymuştur.⁵²

⁵² Edelman, "2018 Edelman Earned Brand araştırması: markalar tavrı alıyor" (2018)

Tüketici perspektiflerindeki bu değişimin kurumsal karar alma süreçlerine giderek daha fazla yansıdığına dair bazı işaretler bulunmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bazı örnekler arasında Starbucks'ın siyahi bir müşteriye ayrımcı muamelede bulunduğu bir olayın ardından 8.000 şubesini kapatarak ırkçı önyargı eğitimi vermesi; Uber'in icra kurulu başkanının Hükümetin göçmenlik politikaları nedeniyle Ekonomik Danışma Konseyi'nden ayrılması ve Google'ın ordu ile çalışan şirkete karşı yapılan yoğun protestoların ardından Pentagon ihalesi için verdiği 10 milyar dolarlık teklifi geri çekmesi yer almaktadır.

Bazı şirketler, markalarını insan hakları temelli bir dizi temel değerle uyumlu hale getirmek için pazarlama ve reklam kampanyalarını kullanmıştır.

Yakın zamandaki örnekler arasında Colin Kaepernick ve Caster Semenya'nın yer aldığı Nike reklam kampanyası, toksik erkekliği hedef alan Gillette reklamları, mültecileri işe alma taahhüdünde bulunan bir şirketler koalisyonu, Hindistan'daki LGBTİ topluluğunu desteklemek için Tata Group tarafından yürütülen reklam kampanyaları, Godrej Industries India Culture Lab ve Nando'nun Güney Afrika'da çevrim içi yazım denetimi yazılımlarının 70.000'den fazla Afrikalı ismin yazım hatası olarak işaretlenmesini durdurmayı amaçlayan #RightMyName kampanyası yer almaktadır.

Şirketlerin insan haklarına yönelik sorumluluklarına dair artan farkındalık, bir ölçüde LGBTİ'lere karşı ayrımcılık ve bunun hem şirketler hem de genel olarak toplumlar üzerindeki maliyetleri konusunda daha büyük bir bilinçlenme ile örtüşmektedir. Dünyanın en büyük şirketlerinden bazılarının Davranış Standartları'na desteklerini ifade etmek üzere harekete geçme hızı, bu alanda artan kurumsal ilgiyi vurgulamaktadır. Davranış Standartları'na desteğini ifade eden şirketlerin yanı sıra henüz bunu yapmamış olan birçok şirket de çeşitlilik ve kapsayıcılık ile kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımlarına LGBTİ perspektifini entegre etmek üzere harekete geçmiş veya geçmektedir. Bunların hepsi memnuniyet verici gelişmelerdir.

Yine de, şirketlerin hem iş yerinde hem de iş dışında LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla yüzleşmek ve bu ayrımcılığı ortadan kaldırmak konusunda üzerlerine düşeni yapmaları için daha fazla adım atılması gerekmektedir.

Daha fazla inceleme, daha fazla şeffaflık, mağdurlar için çözüm yollarına erişim ve hesap verebilirlik için diğer mekanizmalara hala acilen ihtiyaç vardır. Harekete geçme yükümlülüğü şirketlere aittir, ancak Hükümetler ve düzenleyici makamlar, sivil toplum, ulusal insan hakları kurumları, bölgesel örgütler ve Birleşmiş Milletler de dâhil olmak üzere başkalarının da oynayacağı bir rol bulunmaktadır. Bu kılavuz, LGBTİ insan hakları savunucularının ve sivil toplumdaki diğer kişilerin, şirketleri ayrımcılıkla mücadele etmek ve LGBTİ'lerin haklarını savunmak için daha fazlasını yapmaya teşvik etmede oynayabilecekleri role odaklanmış ve bu amaçla Davranış Standartları'nı bir araç olarak kullanmıştır.

Geçmişte pek çok sivil toplum kuruluşu, kurumsal davranışları eleştirmeye ve kurumsal ikiye bölünme veya çifte standart örneklerini dile getirmeye odaklanma eğilimindeydi.

Pek çok durumda, kamuya açık eleştiri haklı görülme devam edecek ve insan hakları savunucuları için bir seçenek olarak kalacaktır. Ayrıca Davranış Standartları, değişim çabalarını desteklemek üzere şirketler ve sivil toplum arasında olası ortaklıklar, işbirliği ve yapıcı katılım için bir giriş noktası da sağlayabilmektedir.

İnsan hakları savunucuları için, rehberin önceki bölümlerinde özetlenen yaklaşım "katılım sağla, bekle, teşvik et ve hesap verebilir tut" şeklinde özetlenebilmektedir.

Dâhil Ol

Birçok şirket, LGBTİ insan hakları savunucularının ve sivil toplum örgütlerinin, yöneticileri ve personeli duyarlı hale getirme ve LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadele etmek için yeni politika ve prosedürleri gözden geçirme, geliştirme ve uygulama konusundaki destek ve rehberliğinden faydalanabilmektedir. Şirketler içindeki uygun giriş noktaları arasında insan kaynakları ekipleri, kurumsal sosyal sorumluluk görevlileri, hukuk danışmanları veya üst yönetim yer alabilir. Katılımın hedefleri karşılıklı olarak kararlaştırılmalıdır ve bu, haklara saygı gösterilmesi ve ayrımcılığın ortadan kaldırılması için yasal gerekliliklere daha iyi bir şekilde kurumsal uyum gösterilmesinin yanı sıra LGBTİ personeli, tüketicileri ve toplulukları desteklemek ve ayrımcı yasalar ve politikalar da dâhil olmak üzere sosyal ayrımcılıkla mücadele etmek için daha fazla çaba gösterilmesini

çerebilmektedir. Davranış Standartları, kurumsal eylem için faydalı bir şablon sağlayabilmekte ve sivil toplum ile şirketler arasındaki diyaloglarda faydalı bir araç olarak hizmet edebilmektedir. Sürekli katılım ve işbirliği, istenen sonuçlara ulaşmak için gerekli olabilmektedir.

Şirketler ve bazen de sivil toplum kuruluşları, en azından başlangıçta, herhangi bir kamu ortaklığı veya eylemi taahhüt etmeden önce gizli bir diyalogu tercih edebilmektedir.

Taahhüt

Savunucular, şirketlerin, personel, tüketiciler ve genel olarak kamu üyeleri de dâhil olmak üzere tüm kişiler için insan haklarına saygı gösterme konusundaki önceden var olan sorumluluklarını yerine getirmeleri de dâhil olmak üzere taahhütlerini yerine getirmelerini beklemelidir. Bu, diğer hususların yanı sıra, gerekli özenin gösterilmesini, adil ve kapsayıcı politikalar izlenmesini, LGBTİ çalışanlara destek verilmesini, personel ve yöneticiler için çeşitlilik ve kapsayıcılık konusunda duyarlılık ve eğitim sağlanmasını, etkili şikâyet prosedürleri uygulanmasını, ayrımcılıktan olumsuz etkilenen herkesin çözüm yollarına erişiminin sağlanmasını ve karar alma süreçlerinde şeffaflık sağlanmasını gerektirmektedir. Davranış Standartları'nı uygulamayı taahhüt eden şirketlerin, burada yer alan beş standardın her biri ile ilgili olarak gösterdikleri çabalar ve kaydettikleri ilerleme hakkında rapor vermeleri beklenmelidir.

Teşvik

Savunucular, şirketleri, iş yaptıkları topluluklardaki ayrımcı yasaları, politikaları, tutumları ve uygulamaları ele almak da dâhil olmak üzere, LGBTİ'lere yönelik ayrımcılıkla mücadelede daha ileri gitmeye teşvik etmelidir. LGBTİ'lerin insan haklarına saygı duyulması, bir şirketin kurumsal sosyal sorumluluk ve insan haklarına yönelik daha geniş yaklaşımına entegre edilebilmektedir. Şirketler, tedarikçilerini ve diğer iş ortaklarını ayrımcılıkla mücadele etmek için atabilecekleri adımlar konusunda bilgilendirmek ve LGBTİ eşitliği ve kapsayıcılığına olan bağlılıklarını kamuya açık mesajlarında, reklamlarında, savunuculuklarında ve sivil topluma verdikleri destekte yansıtmak için piyasadaki varlıklarını kullanma fırsatlarına sahiptir.

Sorumluluk

Şirketler, LGBTİ'lerin hakları da dâhil olmak üzere insan haklarına saygı gösterme sorumluluklarını yerine getirme konusunda hesap verebilir olmalıdır. İşyerinde ayrımcılığın ortadan kaldırılmasından sorumlu olmalı ve bunu yapmadıkları takdirde iyileştirici önlemler almaları beklenmelidir. Şirketler ayrıca LGBTİ eşitliği ve kapsayıcılığı da dâhil olmak üzere insan haklarına ilişkin taahhütlerini yerine getirmeleri hususunda sorumlu olmalıdır. Bazı durumlarda şirketler, harekete geçmek için isteksiz olabilmekte veya harekete geçemeyebilmektedir.

Bazıları yerel yasalar veya tutumlar nedeniyle harekete geçemediklerini iddia edebilmektedir. İnsan hakları savunucuları, şirketlerle iletişim kurarak endişelerini doğrudan dile getirme ve iyileştirici önlemler önerme fırsatına sahip olacaktır. Etkileşimin reddedildiği ya da verimli olmadığı durumlarda, sivil toplum örgütleri değişim yaratmak için ellerindeki çeşitli taktikleri kullanmayı düşünebilirler. Bunlar arasında raporlar, kamuoyu çağrıları, nöbetler, daha doğrudan kampanyalar ve aktivizm yer almaktadır.

