

TÜRK LİDERLİK PROFİLİ: TÜRK SİYASİ LİDERLERİ ÜZERİNE NİTELİKSEL BİR ÇALIŞMA

Ela ÖZKAN-CANBOLAT

Çankırı Karatekin Üniversitesi İ.İ.B.F.
E-posta: elaozkan@karatekin.edu.tr

Aydın BERAHA

Çankırı Karatekin Üniversitesi İ.İ.B.F.
E-posta: aydinberaha@karatekin.edu.tr

Emine ÇELİKSOY

E-posta: eceliksoy@karatekin.edu.tr

Yücel TÜRKER

Çankırı Karatekin Üniversitesi İ.İ.B.F.
E-posta: yucelturker@karatekin.edu.tr

Özet

Bu çalışma son dönem Türk Liderlik profilini ortaya çıkarmak için yapılmıştır. Araştırmanın amacını lider-sosyal çevre bağlamında Liderlik modelinin saptanmasına yönelik bir çalışma oluşturmaktır. Çalışmanın teorik çerçevesi, Türkiye'deki liderlik kimliğini genel geçer normların mı yoksa toplumsal değerlerin mi belirlediğini araştırmak için oluşturulmuştur. Araştırmanın sonuçlarına göre, son dönemde hem sosyal çevreye uyumlu bir lider kimliğinin ortaya atıldığı görülmüş hem de toplumsal konumun sorumluluklarını yerine getiren bir lider kimliğinin öne çıktığı bulunmuştur. Bu araştırma liderlerin sosyal kimliğinde görülen zayıflıkların yalnızca topluma özgü kültürel değerlerle açıklanmasının doğru olamayacağını savunmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'deki liderlik kimliğini genel geçer normlarla beraber toplumsal değerlerin belirlediği söylenebilmektedir. Bu araştırma, diğer çalışmalardan mikro bir kavram olarak incelediğimiz liderliğin makro kurumsal yapı ile ilişkisine çok fazla önem vermesiyle ayrılmaktadır. Çalışma ile lider ve kurumsal yapı arasındaki karşılıklı ilişki ortaya çıkarılarak ileriki çalışmalara konu olabilecek "Kurumsal Liderlik" modeli için bir mantık oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, sosyal kimlik teorisi.

Alan Tanımı: Liderlik (İşletme ve Yönetim)

TURKISH LEADER PROFILE: A QUALITATIVE RESEARCH ON TURKISH POLITICAL LEADERS

Abstract

This article aims at examining the leadership model with respect to the context of the leader-social environment. The theoretical framework of this research is developed to define whether leadership identity in Turkey is designated through general norms or social values. To constitute a social profile for a leader, Turkey's political parties' (AKP, CHP, MHP) leaders in the speech of the congress, convention, meeting notices, party program and statutes is searched for making document (content) analysis. According to the results of the study, both a consistent leader in the

social environment and a leader who fulfill the responsibilities of a social position have emerged. Within this report mutual relationships between leaders and organizational structures" was created and "Institutional Leadership" model may be subject to the further study.

Key words: *Leadership, social identity theory.*

JEL Classification: M10, M14, M19

1.GİRİŞ

Türk örgüt yapılarına baktığımızda genel olarak aile şirketlerinden oluşmuş küçük ve orta büyüklükte firmalara rastlamaktayız. Özellikle uzun dönem etkin hedeflerden yoksun, çoğu zaman kendi ile çelişen ekonomik politikaların uygulanması, siyasal, politik ve ekonomik krizlerin ve beraberinde belirsizliğin oluşması Türk örgüt yapılarında devlete bağımlı formların oluşmasına neden olmuştur. Türkiye’de Osmanlı İmparatorluğu’ndan devralınan “patrimonyal devlet” ve “zayıf sivil toplum” özelliklerinin Türk ekonomik ve politik sistemi şekillendirdiği bu bağlamda Kurtuluş Savaşı’nın ardından uzunca bir süre devlet tekelinde bir örgütlenme yaşandığını söylemek yanlış olmayacaktır (Özen, 2002). Devletin ekonomide; temel kaynak sağlayıcı olarak yer alması, sanayileşmenin devlet eli ile başlatılması, girişimlerin devlet eli ile yaratılması bugün bile Türk örgüt yapılarında devlete olan beklentiyi artırmaktadır (Buğra, 1994:44-45). Bu bağlamda Türk lider ve profesyonel kimliğini çizerken bu kimliği tek başına, bireysel olarak grup içindeki ve grup dışındaki faktörlerle olan etkileşiminden izole ederek incelemek doğru olmayacaktır. Çünkü Türk örgüt yapısı ve ulusal is sistemine baktığımızda tarih boyunca süregelen devlet ile ilişkiler ve bu ilişkiler arasındaki ağların etkileşimine rastlanmaktadır.

Sosyal kimlik teorisinde bireyin sahip olduğu benlik onu tanıyan diğer insanların zihinlerinde bulunan kendisi hakkındaki imajların sayısı ile ifade edilmektedir (Tajfel, 1982). Sosyal kimlik teorisi bireylerin kendi görünümlerini anlamaya ve oluşturmaya ihtiyaçları olduğunu belirtmektedir (Ely, 1994). Bireyler genellikle içinde buldukları, o toplulukla anıldıkları sosyal yapı içeriği ile beraber hareket etmektedirler (Stets ve Burke, 2000). Bu bağlamda aktörler toplumda oluşan kimlik rollerini benimserler. Lider ve profesyonel kimliklerinin araştırılmasında dikkati çeken en önemli hususlardan biri de onlara toplum tarafından bir takım rollerin atfedilmiş olduğu ve bu roller çerçevesinde onların sosyal kimliklerini oluşturduğudur. Sosyal kategoriler (uluslar, partiler, örgütler, vb.) içinde yer alanlar ya da bu kategorilere kendini bağlı hissedenler kategorilerin karakteristik özelliklerini tanımlanmaktadır (Hogg ve Terry, 2001).

Sosyal kimlik teorisi sosyal yapı ve bireysel kimliği ile dikkat çeken kimlik gruplarına; cinsiyet, ırk ve etnik grup gibi; bireylerin kendi üyeliklerini eklemeleri anlamında katkı sağladığını ifade etmektedir (Haslam, 2002). Bu noktada kendi kimlik grupları ya da diğer kimlik grupları ile meydana gelen sosyal etkileşimlerden bireylerin sosyal kimlikleri şekillenmektedir. Tajfel (1982), sosyal kimliği özetle; bireylerin sosyal gruplara dayanan ve onlardan etkilenen duygularına, hislerine, değerlerine dayalı bilgileri olarak ifade etmektedir.

Bireyler buldukları toplum içinde sosyal kimliklerini oluştururken grubu karakterize eden ve diğer gruplardan ayıran inanç, his, tavır, davranış gibi özelliklerden etkilenmektedir. Bu bağlamda grupları prototip (ilk örnek, öncelikli) olarak temsil etme önem kazanmaktadır (Hogg ve Terry, 2000). Hogg (1996), grup üyeliğinin dikkat çekici olduğu durumlarda prototip grup üyeliğinin grup tarafından inanılan ve iyi değerlendirilen bir kavram olarak karşımıza çıktığını belirtmektedir. Gruba üye olma dikkat çekici olduğunda, liderler için prototip birey olmada önem kazanmaktadır.

Böylece lider büyük çoğunlukla inanılan ve benimsenen bir karaktere sahip olmaktadır (Hogg ve Terry, 2000).

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1 Araştırmanın Analiz Düzeyi, Tasarımı, Alanı ve Örneklem Yöntemi

Türkiye'deki liderlik kimliğinin genel geçer normlarla mı yoksa toplumsal değerlerle mi belirlendiğinin araştırıldığı bu çalışmada analiz düzeyimiz aktör-bireylerdir. Bu çalışmanın araştırma alanı Türkiye'deki siyasi parti liderlerinin yönetim yazınıdır. Türkiye'deki siyasi partilerden; Ak Parti, Cumhuriyet Halk Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi genel başkanlarının konuşmaları ile kongre, kurultay, miting bildirileri, parti program ve tüzüklerinden faydalanılmıştır. Sosyal kimlik teorisine dayalı nitel bir çalışma yapılmıştır. Araştırmaya dört liderlik tipi dâhil edilmiştir. Bunlar *paternalistik*, *katılımcı*, *karizmatik* ve *bürokratik* liderlik tipleridir. Liderlik türleri, Aycan ve Fikret-Paşa (2003) makalesinde belirlenen liderlik tiplerinin benimsenmesiyle ve katılımcı, bürokratik liderlik tiplerinde Sinha (1995), karizmatik liderlik tipinde ise Bass ve AVALIO (1992) uyarlanması ile oluşturulmuştur. Analiz yöntemi olarak içerik analizi seçilmiş analiz birimi olarak kelime, karakter, cümle ve paragraf alınmıştır. Bu çerçevede kimlik tanımı için aşağıdaki kod listesinden yararlanılacaktır: Kadın-kadın hakları, demokrasi-insan hakları, milli, ekonomi/k,lider ülke, cumhuriyet ilkesi, ahlak-etik, inanç, Atatürk.

3. SONUÇLAR

Türkiye'deki liderlik profilinin araştırıldığı bu çalışmada *paternalistik*, *katılımcı*, *karizmatik* ve *bürokratik* liderlik tiplerinin belirlenmesinde kod listesine bağlı olarak sosyal, toplumsal ve kültürel kimlik alt-grupları oluşturulmuştur. Ocak 2009- Mart 2010 tarihleri arasında 6 miting ve 3 meclis konuşması incelenmiştir. Yine AKP, CHP ve MHP tüzük ve programlarının güncel hallerinden faydalanılmıştır.

Beklenenin aksine inanç kavramının parti tüzük, program ve miting ve meclis konuşmalarında en az AKP tarafından kullanıldığı bulunmuştur. (Tablo 1). Yine ahlak ve etik kavramlarının AKP tarafından görece daha az tekrarlandığı tespit edilmiştir.

Tablo:1

AK PARTİ	Tüzük	Program	Mitingler	Meclis Konuşmaları	Toplam
kadın/hakları	45	19	0	0	64
demokrasi/ insan hakları	34	33	11	2	90
milli	4	10	8	8	30
ekonomi/k	5	107	11	1	124
lider ülke	0	0	0	0	0
cumhuriyet ilkesi	6	11	5	0	22
ahlak/etik	1	6	1	0	8
inanç	3	11	0	0	14
Atatürk	1	12	0	0	13

Parti tüzük, program, miting ve meclis konuşmalarından elde edilen verilere göre üç partinin söylemlerinde de ekonomi/k ve demokrasi kavramlarına sıkça rastlanmıştır (Tablo 1, 2, 3). Bu kavramlar CHP yazınlarında sıkça kullanılmıştır. Bunlara ek olarak CHP söylemlerinde cumhuriyet, kadın hakları ve Atatürk kelimeleri de sıkça tekrarlanmaktadır. (Tablo 2).

Tablo: 2

CHP	Tüzük	Program	Mitingler	Meclis Konuşmaları	Toplam
kadın/hakları	1	84	0	6	91
demokrasi/ insan hakları	6	122	7	7	142
milli	1	33	1	19	51
ekonomi/k	5	274	29	13	321
lider ülke	0	0	0	0	0
cumhuriyet ilkesi	10	76	24	6	116
ahlak/etik	0	45	5	0	50
inanç	0	27	1	0	28
Atatürk	2	34	3	0	39

Yapılan içerik analizi sonuçlarına göre MHP söylemlerinde ekonomi/k ve demokrasi kavramlarına ek olarak milli, lider ülke ve inanç kavramlarına sıkça rastlanmaktadır. (Tablo 3).

Tablo 3

MHP	Tüzük	Program	Mitingler	Meclis Konuşmaları	Toplam
kadın/hakları	4	9	0	1	14
demokrasi/ insan hakları	8	34	2	24	68
milli	10	95	65	29	199
ekonomi/k	10	102	0	4	116
lider ülke	3	18	0	0	21
cumhuriyet ilkesi	4	17	7	7	35
ahlak/etik	9	35	5	0	49
inanç	3	14	15	2	34
Atatürk	0	1	2	0	3

Parti genel başkanı miting ve meclis konuşmalarından Türk liderlerinin kültürel değerlerin etkisiyle babacan, hamî özelliklere sahip olduğunu belirlenmiştir. Özellikle liderlerin “baba-hamî” rolü göze çarpmaktadır. MHP lideri 27 Mart Urfa Mitinginde 28 kez “kardeşlerim” kelimesini kullanmıştır. Buna karşılık “arkadaşlarım” ifadesi 2 kez kullanılmıştır. AKP lideri aynı kelimeyi

Van mitinginde 35 kez kullanmıştır. Yine liderlerin vatandaşlara bağlılığı, vatandaşların özel hayatına etkisi, onları dıştan gelecek etkilere karşı koruma çabası olduğu söylemlerinden ortaya çıkarılmıştır. Örneğin MHP lideri aynı mitingde “Bu ülkenin her yeri benim, Yaşayan herkes benim milletim, ben hepsiyle kardeşim “ cümlesi ile vatandaşlarla bağlılığını belirtmektedir. Yine “Biliniz ki yalnız değilsiniz. Büyük Türk milleti ailesinin annesi, babası, evladı, dedesi, ninesi ve torunusunuz. “ ifadesi ile vatandaş ve parti lideri bir bütün, aile olarak nitelendirilmektedir.

Yine AKP lideri 27 Şubat 2009 Van Mitinginde “Türkiye Bölgesel meselelerde, küresel meselelerde söz söylüyor, ağırlığını ortaya koyuyor. Türkiye, zalimin karşısında mazlumun yanında, sapasağlam bir şekilde, sarsılmadan duruyor” ifadesi ile vatandaşların her türlü dış tehlikeye karşı savunacaklarını belirtmektedir.

Bu araştırmada liderlerin diğer baskın özellikleri sırası ile karizmatik ve katılımcı liderlik olarak belirlenmiştir. Karizmatik liderlik ölçeğinde vatandaşların parti liderlerine yürekten inandığını ifade eden cümleler temel alınmıştır. AKP Van Mitinginde parti lideri “Biz sizin efendiniz değiliz, biz sizin hizmetkârınız. Özelliğimiz bu. Millete efendilik olmaz, millete hizmetkârlık olur. Mesele budur..” diyerek lideri ve onu takip edenler arasındaki sıkı ilişki ön plana çıkartılmıştır. Yine liderlerin devleti ve milleti geliştirmeye yönelik ifadeleri karizmatik liderlik ölçeğini güçlendirmiştir. Bu ifadelere örnek olarak;

“Türkiye için yeni bir dönemi açmaya var mısınız?” “Bu doğrultuda hep beraber çalışmaya devam edeceğiz. Türkiye’ye sahip çıkacağız” , “Biliyor ve inanıyorum ki; birliğini bozmak isteyenlere karşı, tıpkı işgalcilere daha önce yaptığı beraber karşı çıkacağız” cümleleri gösterilebilir.

Parti liderleri söylemlerinden elde edilen bulgulardan bir diğeri de liderlerin katılımcı liderlik profilini de benimsemeleridir. Bu söylemlerde vatandaşların fikirlerinin değerli olduğuna dair cümlelere rastlanmıştır. Örneğin CHP 25 Şubat 2009 Çorum Mitinginde

“İşte meydan, işte Çorum, işte millet! Yani bu meydanda bulunan sizler millet değil misiniz? Millet bir parçası değil misiniz? Şimdi bu meydanda muhteşem bir toplantı, Çorum ayağa kalkmış, koşmuş gelmiş. Buraya gelenler millet değil mi? Buraya gelenler Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı değil mi ?” ve AKP Van mitinginde parti lideri

“Ama diyorum ki şimdi buradan ayrılacağız. Buradan ayrıldıktan sonra durmak var mı? Bütün ahabımıza, akrabalarımıza, komşularımıza ulaşacağız değil mi? Onlara bu duyduklarımızı anlatacak mıyız? Çünkü hep beraber çalışacağız. Elele omuz omuza çalışacağız. Çünkü bu dava hepimizin davası. Ortak davamız, bunu beraber başaracağız. Biz sizin emanetinize nasıl sadakatle bağlı kaldıysak, sizin emanetinizi nasıl yücelttiyssek, inanıyorum ki, sizler de sizlere emanet ettiğimi bu arkadaşlara sahip çıkacaksınız” söylemi ile özellikle problemlerin çözümünde vatandaşların fikir ve çabalarına ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir.

Bu çalışmada bürokratik liderlik tarzının Türk liderleri tarafından fazlaca benimsenmediği görülmüştür. Liderin işlerin düzenlenmesinde ve detaylandırılmasındaki rolü çok fazla ön plana çıkarılmamıştır. Yine parti liderinin olası Başbakanlık rolünde ortaya çıkabilecek ast-üst ilişkisi ve yetki gücünün göz ardı edildiği belirlenmiştir. Sadece birkaç yerde “ Ben Partisi’nin Genel Başkanı olarak” tarzı ifadelerle rastlanmıştır (Tablo 4).

Tablo: 4

PATERNALİSTİK LİDER		AK PARTİ	CHP	MHP
1.	Baba-hami rolü	62	83	101
2.	Liderlerin vatandaşlara bağlılığı	16	14	30
3.	Vatandaşların özel hayatlarına hassasiyet		35	
4.	Dışarıdan gelen etkilerden koruma		1	12
KARİZMATİK LİDER				
1.	Vatandaşların parti liderlerine yürekte inandığına dair ifadeler	2	2	1
2.	Liderlerin devlet ve milleti geliştirmeye yönelik ifadeler	2	5	
KATILIMCI LİDER				
1.	Vatandaşların fikirlerinin değerli olduğuna dair ifadeler	1	1	
2.	Problemlerin çözümünde vatandaşların fikirlerine değer verildiğine dair ifadeler		2	1
BÜROKRATİK LİDER				
1.	Liderlerin işlerin düzenlenmesi ve detaylandırılmasındaki rolü			
2.	Liderin yetki gücü	1	1	1

4.TARTIŞMA

Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak sosyal kimlik teorisi çerçevesinde son dönemdeki liderlik kavramı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, hem sosyal çevreye uyumlu bir lider kimliği ortaya atıldığı görülmüş hem de toplumsal konumun sorumluluklarını yerine getiren bir lider kimliğinin öne çıktığı bulunmuştur. Bu çalışma diğer liderlik çalışmalarına paralel bir bakış açısıyla (Aycan ve Fikret-Paşa, 2003 ve Aycan, 2001) Türk liderlerinin kültürel değerlerin etkisiyle paternalistik (babacan, hami özelliklere) sahip olduğunu belirlemiştir. Bu araştırma liderlerin sosyal kimliğinde görülen zayıflıkların yalnızca topluma özgü kültürel değerlerle açıklanmasının doğru olmayacağını savunmaktadır. Araştırma da elde edilen bulgulardan sosyal, toplumsal ve kültürel kimliğe ait kavramların parti söylemlerinde sıkça kullanıldığı görülmüştür. Liderlerin diğer baskın özellikleri sırası ile karizmatik ve katılımcı liderlik olarak belirlenmiştir. Aycan, (2001) Türkiye’de lider ve onu izleyenler arasında paternalizmin yüksek olduğunu belirtirken, genç neslin ”hami”den çok kendilerine eşiti gibi davranacak liderlerle çalışmayı tercih ettiklerine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda baba-oğul ilişkisinden ziyade katılımcı yöneticilik tarzını benimseyen genç nesil yönetime talip olmaktadır. Paşa (2000), yöneticiler tarafından benimsenen lider davranışlarını araştırdığı çalışmada uzun süredir çalışan yöneticilerin hiyerarşiyi koruyan, yapılacak işleri bizzat planlayan ve çalışanların bu planlara uymasını sağlamak için onlara anlatan bir davranış biçimi sergilediklerine dikkat çekmektedir.

Bu dönemde özellikle liderlik kimliğinin toplumsal ve sosyal kimliği boyutları ön plana çıkartılmıştır. Liderlerin; babacan tavırları, günü kurtaran stratejileri benimsemesinin dışında

otoriter olması ve gücü merkezde toplayan bir liderlik benimsenmesine de dikkat çekilmektedir. Takım ruhu taşıyan, paylaşıma açık daha profesyonel liderlerin uzun vadede başarıyı yakalayacağı belirtilmektedir. Paşa (2000), yaptığı çalışmada Türk yöneticilerinin bu tavırlarını bağlı oldukları çevre ve özellikle kültürle ilişkilendirmiştir. İyi liderlik kavramının her toplum için aynı olmadığını bu kavramı şekillendirmede kültürler arası farklılıkların önemli rolü olduğunu belirtmektedir. Türk kültürünün öne çıkan özelliklerinden, toplulukçuluk ve güç aralığının yüksek olması ile Türk firmalarında yetkinin tepede toplanması, karar verme mekanizmasının merkeziyetçi olması, delegasyonun az olması ve güçlü lider tipi arasına bağ bulunduğunu göstermeye çalışan Paşa (2000) bu bağlamda liderlerin kendilerini nasıl gördüklerini ve çalışanların onları nasıl gözlemlediklerini araştırmıştır. Paşa'ya göre geniş güç mesafesi ve paternalizmin Türk toplumunda beraber bulunması insancıl, güler yüzlü, hoş görülü, samimi, şefkatli, korumacı lider özellikleri ile otorite sahibi, kontrol eden ve ciddi bir disiplin beklentisi olan liderin aynı anda bulunmasına neden olmaktadır.

Türk yönetim tarzında egemen olan paternalist ilişkileri bu kimlik açıklamalarını anlama açısından önemlidir. Türk toplumunun toplulukçu yapısının ulusal iş sistemine etkisi bu doğrultuda aile içinde ebeveyn ve evlat arasındaki gücün, babacanlık ve hamilik gibi ilişkilerin temsil hayatına yansması (Aycan, 2001) ile zamanla liderlere inanma, güvenilir olma, saygı duyulma, yakın olma gibi roller atfedilmiştir. Aycan (2001), çalışmasının bir kısmında kültürler arası çerçeveden paternalist ilişkilerini incelerken; Türkiye, Hindistan; Pakistan ve Çin'de bu tür babacanlık ilişkilerine iş dünyasında daha fazla rastlandığını bulmuştur. Türkiye'de yaygın olan paternalizmin etkisi ile çalışanların proaktif olmadığını, bağımsız ve üstünlük almadan iş yapamadıkları sonucuna ulaşmıştır. Vatandaşların liderlerini bir baba yerine koymalarını, onlara yaslanmalarını ve yol göstericiliğine ihtiyaç duymalarını aslında bir bakıma onları engellemektedir. Bununla beraber lidere duyulan saygı ve bağlılık onların sorumluluk almasına engel olmaktadır (Aycan, 2001).

Özen (2002) çalışmasında profesyonel yöneticilerin medya önüne çıktıklarını gözlemlediğini belirtmektedir. Bu bağlamda hem kendilerini, hem firmalarını toplumsal görevler olarak meşrulaştıran yöneticiler kaygan iş sisteminde yerlerini sağlamlaştırmaya çalışmaktadır. Kuralcı ve geleneklere bağlı yönetici tipinden giderek uzaklaşılması ile daha esnek, imaj oluşturabilecek, yenilikçi ve yetkin genç profesyonellere doğru bir geçişin söz konusu olduğu belirtilmektedir. Kabasakal ve Bodur (2002), araştırmalarında Türkiye'deki liderlerin Türkiye-Arap kümesinde yer alan ülkelerden farklı olarak belirsizliklerini azaltmak için törelere, geleneklere, bürokratik uygulamalara gruptaki diğer ülkelere nazaran daha az dayandığını belirtmektedir. Türkiye'deki yüksek enflasyon, siyasi ve ekonomik belirsizlik sonucu örgütlerin kendi uyum mekanizmasını oluşturduğunu belirten Kabasakal ve Bodur (2002) bu farklılıkları bir bakıma ülkelerin ulusal kurumsal çevreleri ile ilişkilendirmiştir.

Buğra (1994: 107-108), işadamlarının Türkiye'de Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinden itibaren kendi sorumluluklarını toplumsal sorumlulukla uyumlu olarak tanımladığına dikkat çekerek onların kendilerini "devletin hizmetkârı" olarak gördüğüne dikkat çekmektedir. Özellikle profesyonelleşme üzerinde duran Sargut (1999), kolektivist kültürlerde profesyonelleşmenin artması ile toplanma, bağımlılık- bağımsızlık gibi kültürler için kritik olan değerleri zayıflattığını belirtmektedir.

Birey kendi özellikleri ile benzerlik gösteren üyeler ile kimliğini tanımlayabilmekte (Chow ve Crawford, 2004), bu bağlamda grup üyeleri ikili etkileşimleri sonucunda kimliğini

oluşturabilmektedir. Bu ayrımın grubu da bireyi de etkileyeceğini belirten Chow ve Crawford (2004), sosyal olarak yapılanmış kimliklerin de bu şekilde oluştuğunu söylemektedir.

Türk toplumunun toplulukçu ve hiyerarşik yapısı; aile içinde ebeveyn ve evlat arasındaki güç, babacanlık ve hamilik gibi ilişkiler zamanla iş hayatına yansımakta bu bağlamda örgüt formlarını yöneten liderlerin sosyal kimliğini de şekillendirmektedir. Türk lider kimliğinde göze çarpan kendi ile övünen ve böbürlenmiş lider tipi de hiç kuşkusuz bu paternalist yapıdan ve direkt üst seviyede gerçekleştirilen ikili ilişkilerin sıklığından kaynaklanmaktadır. Bu noktada kendilerini tek ve eşsiz gören liderler paternalist yapının etkisi ile bu özelliklerinin kabul görmesi ile kendi ile böbürlenmiş bir kimlik oluşturmuşlardır.

Liderlerin içinde bulunduğu toplum ve bu toplumdaki bireylerle olan etkileşimi, lidere hem etken hem de edilgen roller atfetmektedir. Liderler hem genel geçer normlardan etkilenmekte hem de bu normları etkilemektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki liderlik kimliğini genel geçer normlarla beraber toplumsal değerlerin belirlediği söylenebilir. Bu araştırma, diğer çalışmalardan mikro bir kavram olarak incelediğimiz liderliğin kurumsal yapı ile ilişkisine çok fazla önem vermesiyle ayrılmaktadır. Çalışma ile lider ve kurumsal yapı arasındaki karşılıklı ilişki ortaya çıkarılarak ileriki çalışmalara konu olabilecek "Kurumsal Liderlik" modeli için bir mantık oluşturulmuştur.

KAYNAKLAR

Aycan, Z. "Paternalizm: Özgün yönetim ve liderlik anlayışına ilişkin üç görgül çalışma", Yönetim Araştırmaları Dergisi. 1:1, 2001, 11-31.

Aycan, Zeynep & Selda Fikret Paşa. "Career Choices, Job Selection Criteria, and Leadership Preferences in a Transitional Nation: The Case of Turkey", Journal of Career Development. 30:2, Winter 2003, 1-17

Bass, B.M., ve B.J. Avalor. Multifactor leadership questionnaire-short form 65. Binghamton, NY: Center for leadership Studies, 1992.

Buğra, A., State and business in Turkey. Albany: State University of New York Press, Fikret Adaman (çev.). İstanbul: İletişim yayınları, 1994.

Chow, I. H. S. ve Crawford, R. B. "Gender, Ethnic Diversity, and Career Advancement in the Workplace: The Social Identity Perspective", SAM Advanced Management Journal. 69:3, 2004, 22-36.

Ely, R. J. "The effects of organizational demographics and social identity on relationships among professional women", Administrative Science Quarterly. 39:2 1994, 203-221.

Haslam, S. A. "Psychology in organizations: The social identity approach", Leadership and Organization Development Journal. 23:3/4, 2002, 167-168.

Hogg, M. A. "Social identity, self categorization and small group", in: Witte E. H. E Davis, J. H. (Ed), Understanding group behavior. Volume: 2 Small group processes and interpersonal relations: Manwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1996, ss.227-253.

Hogg, M. A. & Terry, D.J. "Social identity and self categorization processes in organizational contexts", Academy of management review. 25:1 2000, 121-140.

Hogg, M. A. ve Terry, D.J. “*Social identity theory and organization process*”, in: Hogg, M. A. ve Terry (Ed.), *Social identity processes in organization contexts*: Philadelphia, PA: Psychology Press, 2001 , ss.1-8.

Paşa, S.F. “*Türkiye ortamında liderlik özellikleri*” , içinde: *Türkiye’de yönetim, liderlik ve insan kaynakları uygulamaları*,(Editör: Zeynep Aycan), Türk Psikologları Derneği Yayınları, Ankara, 2000. ss.225-241.

Özen, Ş. “*Bağlam, aktör, söylem ve kurumsal değişim: Türkiye’de toplam kalite yönetiminin yayılım süreci*”, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 2:1,2002, 47-90.

Sinha,J.B.P., *The cultural context of leadership and power*. New Delhi: Sage Publication, 1995.

Tajfel, H. “*Social psychology of intergroup relations*”, *Annual Review of Psychology*. 33, 1982, 1-39.