

## YERLEŞİKLİK ve İLİŞKİLERİ ANLAMADA AĞ DÜZENEĞİ KURAMI: SOSYOLOJİK BAKIŞ

**Tolga TORUN**

Yrd. Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

**Özüm EĞİLMEZ**

Arş. Gör., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

**ÖZET:** İktisadi faaliyetlerin sosyoloji biliminden ayrı düşünülemez olduğu gerçeğini savunan iktisadi sosyoloji ve bağlı bulunan yerleşiklik kavramı, son yıllarda araştırmacılar tarafından ilgi gösterilen bir konu olmuştur. Yerleşikliğin iktisadi ve sosyoloji boyutunun farklı bakış açılarına / farklı epistemolojilere dayandırılması tartışmalı bir durum yaratmaktadır. Bu makalede yerleşikliğin doğasında bulunan ilişkisellik, ağ düzeneği kuramı çerçevesinde incelenerek ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. İktisadi ve sosyolojik bakış açıları sosyal bilim felsefesi argümanlarınca irdelenerek, ağ düzeneği kuramının açıklamaya çalıştığı ilişkiyel yapılar sosyolojik epistemoloji bağlamında temellendirilerek incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Yerleşiklik, Ağ Düzeneği Kuramı, Sosyolojik Epistemoloji

### UNDERSTANDING EMBEDDEDNESS AND NETWORKS VIA SOCIAL NETWORK THEORY: SOCIOLOGICAL VIEW

**ABSTRACT:** Economic sociology has long argued that economy and sociology are too intertwined to be thought of as independent disciplines. In recent years, economic sociology and the related concept of embeddedness have received considerable attention from researchers. However, questions over its epistemology still remain unanswered. In this article, we employ social network theory to analyze the networks and the relational bounds of embeddedness. Economic and sociological paradigms will be explored via the arguments of philosophy of social sciences and the structures of networks within the social network theory will be investigated through the lens of sociological epistemology.

**Keywords:** Embeddedness, Social Network Theory, Sociological Epistemology

#### 1. Giriş

Sosyal bilimler incelendiğinde birçok bilim dalının bazen iç içe geçmiş bazen de birbirinden çok farklı konuları barındırdığı görülmektedir. Makalede incelenen ana konu olan yerleşiklik kavramı iktisadi temellere dayanmaktadır. İktisat biliminin sosyal bilimler çerçevesinde diğer bilim dallarından ayrılmazlığı göz önüne alındığında, disiplinler arası incelenmesi gereken bir bilim olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle sosyoloji bilimi ile bağdaştırıldığında, yerleşikliğin incelenmesi sorunsal bir hal almaktadır. İktisat ve sosyolojinin bir arada incelenmesi ya da farklı araştırmacılar tarafından ayrı ayrı ele alınması gerektiği yönünde yapılan açıklamalar halen tartışılan bir durumdur.

Süre gelen tartışmaların ana odak noktası yerleşiklik yaklaşımının iktisattan ayrılmazlığı noktasından çıkmaktadır. İktisadi ya da sosyolojik paradigmalardan bakıldığında, yerleşiklik ile ifade edilen olgular temel olarak farklı noktalara dayanmaktadır. Bu farklılık aynı zamanda gerçekçi epistemoloji açısından problemleri bir durumu yansıtmaktadır. Makalede, yerleşiklik ile ifade edilen iktisadi ve sosyoloji bağlamında nelere karşılık geldiği ana sorunsaldır. Bunu anlamak için yerleşiklik kavramının epistemolojik incelenmesi ve, örgütsel ilişkileri anlamada yerleşikliğin sosyolojik altyapısının mercek altına alınması gerekmektedir. Bu doğrultuda, bilginin birey ve toplum açısından sosyolojik değerinin irdelenmesi ve toplumsal olarak anlamının açığa çıkarılması önemli bir adımdır. Bilginin sosyolojik yolculuğu, sosyal bilim felsefesine bakış ile mümkün olmaktadır. Bu doğrultuda, makalede birey ve toplum ilişkileri sosyal bilim felsefesi içerisindeki yeri incelenmekte ve bu bağlamda ortaya atılmış bir teori olan "ağ düzeneği teorisi" üzerinde durularak; ağ düzeneği içerisinde yer alan yerleşik bilginin oluşması ve de örgüt ve de örgüt faaliyetlerine etkisi geniş bir şekilde ele alınacaktır.

#### 2. Sosyal Bilim Felsefesine Bir Bakış

Bireyin içerisinde bulunduğu toplum ile ilişkisini anlamak için sosyal bilimlerin realist bir epistemoloji izlediği hatırlanmalıdır. Bu, düşüncelerimizden bağımsız bir sosyal gerçekliğin var olduğu bir ontolojik yapıdır. İlişkileri anlayabilmek için bizim dışımızda var olan nesnel bir sosyal gerçeklik olduğunu kabul etmemiz gereklidir. Böyle bir bakış açısı sosyal bilimler çerçevesinde bahsi geçen yerleşiklik olgusunu anlamaya çalışmakta genel geçer bireyci insiyatifi tek başına değil de; sosyolojinin perspektifinden, yani bireye indirgeme yapmaksızın tarihsel bir süreci ele alarak bütünsel bir inceleme yapılmasının faydalı olacağını ön görmemiz gerekliliğini sunar.

Toplumlar veya ilişkiyel ağlar ile ilgili yaklaşımları incelemede Burrell ve Morgan (1979) sınıflamasına bakılması yardımcı olabilmektedir. Toplum, insanların oluşturduğu sosyal ilişkiler sistemi olarak (Gould, 1991) tanımlarsak, ilişkiler, yapıyı anlamamızda temel teşkil edecektir. İktisadın savunduğu bireyci yaklaşıma göre; bireyin davranış ve düşünceleri yapıyı oluşturmaktadır. Dolayısı ile ontoloji birey kaynaklıdır. Sosyolojik bakışa göre ise, toplum (yapı) kendine has bir ontolojidir ve bireyin düşünce ve davranışlarını etkiler. Bu bakış açısı içerisinde, keskin ve tartışmalı ayrımlardan başka bir mekanizma doğrultusunda yapının ilişkiyel boyutların bir bütünü oluşu, dolayısı ile mekanizma bileşenlerinin (birey, örgüt, toplumlar) aralarında etkileşimde bulunarak sürekli olarak dinamik ve bütünsel bir yapı olduğu savunulmaktadır.

Gözetilen gerçeklikte, bir şeyin olabilmesi için birçok farklı bileşenin bir araya gelmesi ve belirli bir sebep sonuç ilişkisi içinde ilişkiye girmesi yatmaktadır. Örneğin suyun oluşabilmesi için hidrojen ve oksijen atomlarının, kimyasal, fiziksel ya da biyolojik

nedenle etkileşime girmesi örnek gösterilebilir. Toplumların oluşabilmesi için de bazı bileşenlerin olması gerekliliği ortaya koyulmuştur. Bu bileşenler üzerine yapılan sosyolojik saptamaların temel farklılığını ise analiz noktası olarak bireyin ele alınması ya da alınmaması oluşturmaktadır.

Weber (1965, 88) bireyi analiz noktası olarak saptarken, “*sosyoloji: bireylerin eylemlerine verdikleri anlamı anlama bilimi*” tanımlamasında bulunmuştur. Durkheim (1985, 42) ise; bireysel eylemlerin bireylere sunulan bir çerçevede gerçekleştiğini belirterek analiz biriminin birey olamayacağını belirtmiştir. Gözetilen temel varsayımlar ile toplumun çevresi ile ilişki içerisinde olduğu ve bu çevrenin bir mekanizma şeklinde toplumun yapısını etkilediği görülmektedir (Lane, 2001). Burada ilişkisel bir analiz kullanma gerekliliği mevcuttur. Çünkü hem bireyler arası ilişkiler hem de birey-yapı ilişkileri sürekli birbirlerini etkileyen ve değiştiren olgulardır. İlişkilerin sınıflandırılması yapıldığında gereklilik arz eden ilişkiler (aile içinde eşler arası ilişkiler, örgüt içinde işçi-işveren ilişkileri vb.) ve koşul bağımlı ilişkiler (tüketimin üretim bağlamı dışında düşünülmemesi vb.) olarak açıklanabilmektedir (Sayer, 1985, 1995). Ayrıca, ilişkilerin nedenselliğine bakıldığında, bireylerin görevleri ve pozisyonları, işbirlikleri, kültürel, politik durumlar, fiziksel sınırlar, hammadde gibi olgular birbirini etkileyen bağımlılıklar ve farklı koşullara bağlı oluşumlarla ilintilidir. Bu gömülü nedensellikler sonucunda, sosyal yapı ontolojik olarak pozitivizmin dışında kalmaktadır (Sayer, 2000). Çünkü burada ele alınan bireylerden bağımsız bir yapının nesnel gerçeklik olduğu hatırlanmalıdır. Bu sayede ilişki kavramının soyut oluşu, bir takım somut gerçekliklerle birebir örtüşmemesi genelleme yapmaya imkân tanımaz. Hem iktisat, hem de sosyoloji açısından aynı yapı benzer süreçlerden geçerek oluşmayabilir. Örneğin her birey aynı süreçleri yaşasa da aynı bilgi birikimine sahip olamayabilir. Diğer bir örnek olarak her işçi sınıfında yer alan alt kültürlerin farklı karar verme mekanizması olduğu verilebilir (Granovetter, 1985:485). Yerleşiklik kavramının da, belirli bir yargıya varılmadan önce her disiplinin kendi çerçevesinde değerlendirilmesi ayrı bir gereklilik arz etmektedir.

Belirtilen ilişkisel yapı daha ziyade etkileşimi içeren açık bir sistem oluşu ile aynı yapı ve mekanizma altında olsa dahi farklı sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. Örneğin benzer iktisadi sistemlerde aynı rekabet şartları kimi örgütleri yenilik yapmaya iterken, kimi örgütleri üretimi durdurmaya sürükleyebilmektedir. Burada ise nedenden ziyade sonuçlar ön plana çıkmaktadır. Aynı şekilde farklı mekanizmalar da aynı sonuçları doğurabilir. Sonuçların önceden belirlenemez ve kesin olmayan bir yapısı bulunmaktadır (Sayer, 2000). Güç, bu sonuçların güzel bir örneğidir. Yapı içerisinde yerleşik olarak bulunan, karmaşık ve gözlemlenemeyen ilişkiler; güç, yükümlülükler, eğilimler, kurallar, bölgeler, roller, görevler ve haklar gibi olguların etkileşimi doğrultusunda belirlenmektedir. Bu etkinin düzeyi, yapının oluşmasında bireylerin birbir etkisinin fazla olmadığı ve dışarıdan uygulamalar doğrultusunda etkilendiği ile açıklanabilir. Bu açıdan toplumsal yapının ve toplulukların oluşmasında, insan doğası açısından bir belirlemci yapının etkisi olduğu söylenebilir. Bu şekilde yapı oluşturulurken, insanlar özgür seçimlerinden uzak bir şekilde dışsal belirleyiciler yardımıyla bir araya gelmektedirler (Atmanspacher, 2002). Oluşturulan ilişkisel yapının bileşenlerine bakıldığında, gerçek hayatta bulunan zorunlu ilişkiler (aile içi, yakın arkadaş vb.), seçime bağlı olmayarak oluşan oldukça kuvvetli, güven unsuru fazla olan ve yoğun ilişkileri beraberinde getirmektedir. Koşul bağımlı ilişkiler (ağ düzeneğinde yer alan örgütsel ağlar gibi) ise daha zayıf nitelik taşımakta ve genelde bilgi iletişimi şeklinde kendini göstermektedir (Katz vd., 2004:309).

Yerleşikliğin söz konusu olduğu bu ilişkisel yapıyı açıklayabilmek için ağ düzeneği kuramının incelenmesi gereklidir.

### 2.1. Sosyolojik Bakış Açısı İle Ağ Düzeneği Kuramı

Günümüz dünyası, ağlardan oluşmaktadır. Bilimsel araştırmaların çoğu bu ağların, işletmeler açısından kullanımı, düzenlenmesi ve bir uyum içerisinde kontrol edilmesi şeklinde olmaktadır. Bu ağlar ile ilgili araştırmaların yansımaları olarak, insan-bilgisayar etkileşimi, sosyal medya, ağ içerisinde iletişim, bilgisayar bilimleri ve bilginin görselleştirilmesi gibi kavramlar oluşmuş ve bu ağların işleyişinin incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır (Hansen, Shneiderman ve Smith, 2011:ix).

Ağ düzeneği kuramı doğa ve toplum; yapı ve kültür; insan ve insan olmayanlar arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla geliştirilmiş sosyal bir teoridir (Callon, 1986; Law, 1992). Callon'a (1986:1-2) göre, sosyolojik açıdan her bir elementin arasında bir ilişki mevcuttur. Sosyoloji bu ilişki ağlarının oluşma nedenlerini ve aktörler arasındaki ilişkilerin yapısının tercüme edilmesinden sorumlu bir bilim dalıdır. Diğer yandan organizasyon içerisinde yer alan aktörler arasındaki ilişkilerin tercüme edilmesi ile örgütün çalışma prensiplerinin ortaya koyulması sağlanabilmektedir. Bu ilişkilerin ortaya koyulması, aktörler arasında yer alan bilginin açığa çıkarılması ile olabilmektedir. Bu bilgi kendini üretim süreçleri, patentler ve organizasyonun yapısı olarak gösterebilmekte ve örgütlerin üretim ve pazarlama gibi süreçleri üzerinde etkisi bulunmaktadır (Law, 1992:2). Görüldüğü üzere ağ düzeneği kuramı içerisinde aktörlerden ve bir yapıdan söz edilmektedir. Yapı içerisinde yer alan tüm aktörler insan ve insan olmayan varlıklar şeklindedir ve tüm bu oluşumlar eşit derecede eylemde bulunma kapasitesine sahiptir (Kasapoğlu&Odabaş, 2009:32).

Ağ düzeneği kuramı, fiziksel ve sosyolojik bağları ölçmek ve derecelendirmek amacıyla ortaya atılmış bir modern sosyoloji tekniğini yansıtan fenomendir. Ağ teoremi içerisinde, antropolojiyi, biyolojiyi, modern iletişim çalışmalarını, iktisadı, jeolojiyi, sosyal psikolojiyi ve dil bilimciliğini barındıran bir teori türüdür (Anonymous, 2011:2). Ağ teoremi genler ve kan bağları gibi fiziksel bağların dışında, güven, karşılıklı etkileşim, sorumluluklar, yetkiler ve empati gibi bağların oluşturduğu sosyal bağlarla ile de ilgilenmektedir. Yapılan araştırmalar her insanın, henüz iletişim kurmadığı bir diğer insan ile ortak olarak sahip olduğu bir ya da bir kaç arkadaşının olduğunu göstermektedir. Ancak bu ortak arkadaşların birbiri ile olan doğrudan ilişkisinin derecesi bilinmemekte; ancak matematiksel olarak ortaya koyulmaya çalışılmaktadır. Bu ortak arkadaş etkisine, ağ teorimi içerisinde, "küçük dünya etkisi" denilmektedir (Degenne&Forse, 1999:13).

Ağ düzeneği kuramı, özellikle kamu yönetimi ve de örgüt kuramı alanında yaygın bir şekilde kullanılan bir terimdir. Kamu yönetimi açısından ağ düzeneği kuramı, kamu politikaları ile çıkar gruplarının ilişkilerin incelenmesi açısından önem arz etmektedir. Bu ilişkiler incelendiğinde gizli iktidar (sub-governments) ve demir üçgen (iron triangles) gibi örgüt kuramlarına ait

temel kavramlar ortaya çıkmaktadır. Bahsi geçen kavramlar arasındaki ilişkiler ise, üretim ve pazarlama süreçlerinde değişimlere, devlet anlayışındaki farklılaşmalara neden olmaktadır (Aygül, 2006:143).

Ağ düzeneği kuramı işleyişi ve etkisi bakımında incelendiğinde ilişkiler ve etkileşimler ile ilgili olduğu görülmektedir. Bir örgüt içerisinde yer alan aktörlerin (çalışanlar, örgütün yapısı, ürün vs) ve çıkar gruplarının arasında yer alan ilişkilerin ve etkileşimin oluşmasında ise bilginin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu açıdan ağ teoremi bir birine bilgi ile bağlı aktör ağlarından oluşmaktadır. Bu yüzden örgüt içerisinde yer alan bilginin özellikle yerleşikliğinin (gömülü bilgi-embeddedness) aktörler arası ilişki ve etkileşim üzerinde önemli bir rolü olduğu söylenebilir (Aggarwal, 2011:2).

Ağ düzeneği kuramı, birçok alanda uygulama fırsatı barındıran bir kuramdır. Özellikle, içerisinde nedensellik barındırması sebebiyle pozitivist epistemolojiye dayandırabilmesi ve ilişkisel boyut taşıması sosyolojinin konusu haline gelmesini sağlamıştır (Otte ve Rousseu, 2002:450). Sosyal bilimciler, ilişkisel boyutun açıklanması yönünde hareket etmektedirler. Ağlar üzerindeki sosyal ilişkiler, bireyler (aktörler) ve örgütleri karşılıklı değişim ilişkileri içine sokmaktadır (Cock ve Whitmeyer, 1992:110). Bu etkileşim ve ilişkilerin ortaya konulabilmesi açısından ağ düzeneği kuramı ortaya çıkmıştır. Bu kuram doğrultusunda toplumlar ve bireyler arasındaki etkileşim ve iletişim bir hedef olarak örgütlere sunulmaktadır. İçerisindeki nedenselliğin araştırılması ve etkilerinin bulunması açısından sosyal ağlar önemli bir konumda yer almaktadır (Tichy vd., 1979:507).

Ağ düzeneğinin en önemli özelliği, ağdaki aktörlerin birbirleri ile etkileşimde bulunduğu uzun süreli tekrarlanan ilişkileri içermesidir. Bu düzenekler bireyler ve örgütler tarafından oluşmaktadır. Bireyler ve örgütler birbirlerine sosyal ilişkiler ile bağlıdır (Gulati vd.,2002). Bu ilişkiler arkadaşlık, üyelikler, kaynak değişimleri vb. şeklinde olabilmektedir. Bireylerin yerleşikliklerinin davranışlarına olan etkisi ağ düzeneği kuramı ile açıklanmaktadır ve aynı durum örgütler için de geçerlidir. Örgütler farklı ağ yapılarında yer almak üzere diğer örgütlerle sosyal ve iktisadi bağlamda bir bağlantının içerisinde olduklarıdır. Bu bağlantılar, ilişkileri yansıtmaktadır. Burada da sosyal ilişkilerdeki iktisadi yerleşiklik ifade edilmektedir.

Konu ile ilgili yazın incelendiğinde farklı düşünce okulları olduğu görülmektedir. Büyük bir çoğunluk, ağların sağladığı bağlantıların, bireylerin kişisel tercihlerini ve isteklerini en yüksek düzeye çıkardığını savunmaktadır (Katz vd., 2004:313). Bireysel seçimin ön planda olduğu bu düşünce Coleman'a (1988) dayandırılmaktadır. Coleman, iki aktör arasında yaşanan ilişkinin bir sosyal sistem içerisinde çıkarlar doğrultusunda olduğundan bahseder. Her birey, çıkarlarını en üst düzeye çıkarmaya çalışmaktadır. Diğer yandan da diğer kişiler ile olan bağımsız ilişkilerinden kaynaklı gömülü bilgiler doğrultusunda kısıtlanmaktadır. Bu tür ilişkiler bireylerde, davranışsal özellikler yaratmaktadır. Bu ilişkiler doğrultusunda oluşan bağlar ise güven duygusu yaratarak paylaşımları arttırmakta ve ilişkileri güçlü kılmaktadır.

Bir diğer düşünce okulu ise; Homans'ın (1958) değişim ve bağımlılık teorileridir. Homans'a göre bireyler bazı değerleri değişime tabi tutmak amacıyla sosyal bağlar kurmaktadır. Kurulan bu ilişkiler, paylaşılan değer son bulana kadar devam etmektedir. Bu değişim teorisi ile birlikte Homans, kişiler arası etkileşimin makro ve mikro düzeyini görme imkanını sağlamaktadır.

Üçüncü bir düşünce okulu ise; karşılıklı çıkar ve toplu hareket teorileridir (Katz vd., 2004:314). Bu teoriye göre toplu olarak yaşanan hareketler, belli çıkarlara ve zengin kaynaklar barındıran bireylere bağlıdır. İnsanlar kurdukları bağlar ile birlikte salt kendi çıkarlarını en üst düzeye çıkarmakla kalmazlar; ellerinde mevcut bulunan değerleri de paylaşma yoluna giderler. Bazen toplum içerisinde oluşturulan bağlar içerisinde yaşanan bu paylaşımlar (köprü yapma, park kurma, tüneller açma vb.) çerçevesinde, grubun tüm bireyleri toplu halde yarar sağlayabilmektedir (Marwell ve Oliver, 1993).

Bir diğer yaklaşım, bilişsel aile teorileri olarak adlandırılan, küçük gruplar üzerine yapılan bir çalışmadan kaynaklıdır. Teori, genel olarak grup üyelerinin bilişsel düzeyine odaklanır ve bu bilişsel düzey sayesinde üyelerin biraraya gelme ve bağ oluşturma nedenlerini açıklamaya çalışır. Grup üyelerinin biraraya gelerek belirli yeteneklerini ve uzmanlıklarını paylaşabilecekleri ilişkisel ağlar oluşturdukları da belirtilmektedir. Bu tür sosyal ilişkilerde, üyeler arasında bir bilgi birikiminin paylaşımından da söz edilmektedir (Katz vd., 2004:315).

Örgütler arası ilişkileri ve yapıları incelemede ağ düzeneği kuramının konumu önem teşkil etmektedir. Belirtilen yaklaşımlar doğrultusunda yazında incelenen ilişkiler çeşitli şekillerde örneklenmektedir. Bu ilişkiler: birlikler, ittifaklar, tedarikçiler, kaynak sağlayıcılar, araçlar, ortak yönetim kurulu üyelikleri, örgüt içinde çalışan bireylerin bireysel ilişkilerinden oluşmaktadır (Gulati, 2002; Håkansson ve Ford, 2002; Johansson vd., 2002; Coleman, 1988; Uzzi, 1996; Burt, 1992; Granovetter, 1973, 1985). Aynı zamanda örgütler kaynağa, pazarlara ya da bilgiye ulaşmak adına da ilişkisel ağlardan yarar sağlarlar. Burada kaynağa yakın olan örgüt/birey (yapı içerisindeki konum önem arz etmekte), daha güçlü ve diğerine nazaran daha az bağımlı durumdadır (Pfeffer ve Salancik, 1978). Bu tarz bir ilişkisel yapı aynı zamanda makro açıdan bakışın (sosyolojinin desteklediği) yerleşikliği anlamada destekleyici olduğunu kanıtlar. Çünkü burada önemli olan, oluşturulan ilişkisel yapıdır; birey daha arka planda bulunmaktadır.

İşletme terminolojisi içerisinde, örgüt açısından ağ düzeneği kuramına baktığımızda karşımıza örgütsel ağ düzeneği kuramı çıkmaktadır. Bu kuram, yerleşikliğinin aktörlerin ilişki kurarken kendi kısa vadeli iktisadi kazançlarından çok güven ve karşılıklılık amacıyla olduklarını öne sürmektedir. İşin içinde güven unsurunun olması sosyolojik açıdan incelemenin gerekliliği savını ayrıca desteklemektedir. Aynı sosyal topluluğa üye aktörlerin, komiteler oluşturarak ya da bir araya gelerek iktisadi ilişkiler kurmalarının temelinde de güven yatmaktadır. Tekstil sektöründe yapılan bir inceleme doğrultusunda, arada güven unsuru var ise, benzer iş ile uğraşan, sahiplerinin biçimsel ve biçimsel olmayan bir şekilde bir araya geldiği, aynı kuruma üyelikleri bulunan iki firmanın, olası bir anlaşma durumunda yazılı bir kontratı tercih etmeyeceği belirtilmiştir (Eğilmez, 2011). Burada yerleşik bulunan iktisadi davranışın ise uzun vadeli karşılıklı kazancı işaret ettiği ve dolayısıyla iktisadi ilişkilerin sosyal boyutunun ön plana çıktığı söylenebilir. Bu ilişkiler doğrultusunda Türkiye'de TÜSİAD (Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği), MÜSİAD (Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği) ve TUSKON (Türkiye İş Adamları ve Sanayiciler Konfederasyonu) kurulmuştur. TÜSİAD, Türk sanayicileri ve iş adamlarının temsil etmek amacıyla iş dünyasında, sivil toplum kuruluşu olarak kurulmuştur (Tüsiad, 2014). MÜSİAD ise Türkiye'nin mahalli ve evrensel değerlerini korumak, bölgede etkin, dünyada saygın, müreffeh bir

ülke haline getirmek; Türkiye'nin ve dünyanın sosyal, kültürel, iktisadi ve teknolojik alanlarda kalkınmasını sağlamak amacıyla kurulmuştur (Müsiad, 2014). TUSKON, dış politikalarda etkinlik sağlamak amacıyla, AB müzakerelerinin başlaması ile dünya çapında daha güçlü temsil adına iş dünyası federasyonunun tek bir çatı altında toplanmış halidir (Gürpınar, 2012).

Kültürel boyutun da örgütsel ilişkilerin yerleşiklik boyutunu anlama önemli bir yeri vardır. Japon endüstriyel grupların içerisindeki alışverişin iktisadi rekabetten ziyade, uzun yıllara dayanan eski ilişkilere dayandığı (Granovetter, 1985:497) bahsedilen olguya uygun bir örnektir.

İktisadi yapıların değişmesi ve globalleşmenin hız kazanması ile yaygın bir uygulama olan dış kaynak kullanımı (outsourcing), ilişkisel yapısı ile üretim zinciri biçiminde işleyen bir ağ düzeneği yapısının oluşumuna katkı sağlamaktadır. Burada merkezde hakim bir firma yer almaktadır. Sanayi bölgelerinde ise hakim bir firma olmadan, aktörlerin ağ düzeneğinin sınırlarını ve değişim ilişkilerinin yapısını kendilerinin belirlediği bir yapı oluşturabilmektedirler. Bu ilişkisel yapılar örgütler açısından ortaya çıkışları itibari ile iktisadilik (malîyet tasarrufu gibi) arz etse de, zamanla bilgi edinebilme platformu ve ağlar arası bağlantı sağlama şeklinde bir avantaj sağlama durumuna gelmiştir. Bu değişim, yapı faktörünün kuralları belirleyici ve kısıtlayıcı yönünü yansıtmakta (Uzzi, 1997: 38) ve işletmeler için şebeke/network organizasyon şeklini almasını sağlamaktadır. Şebeke organizasyon yapısıyla örgütler, pazarın beklentilerine uygun ve de hızlı bir şekilde cevap verebilme yetisi kazanmaktadır. Bu ağ yapı günümüz rekabet koşullarında, örgütlere yerleşik bilgi kazandırması açısından, kalite, fiyat, üretim faktörleri, verimlilik, etkinlik, karlılık, yönetimin yapısı, bilim ve teknoloji gibi unsurlar açısından avantajlar getirmektedir (Sayli, Kurt ve Baytok, 2006).

Diğer yandan, işin yerleşiklik ve ilişki boyutu, işletmelerin en önemli paydaşlarından birisi olan tüketiciler açısından da önem arz etmektedir. Ağ düzeneği kuramı çerçevesinde, yerleşim bir şekilde toplumda yer edinmiş bilgilerin tüketiciler üzerinde etkisi bulunduğu ve bu etkilerin referans grup şeklinde, tüketici davranışlarını etkilediği ve toplum doğrultusunda tutumlar belirlendiği saptanmıştır (Escalas ve Bettman, 2003). Özellikle, tüketiciler yoğun ilişki ağları sayesinde, içinde bulunduğu toplum ve ilişki içerisinde bulunduğu kitle doğrultusunda düşüncelerinin şekillendiği görülmüştür. Hatta bu ilişkilerin önemini Brown'ın (vd., 2007) araştırması daha belirgin bir şekilde ortaya koymuştur. Bu araştırmaya göre, belli bir ilişki ağı içerisinde bulunan bireylerin, bu ağların gücü zayıf da olsa, bir süre sonra en sağlam yani güçlü ağa sahip birey kadar kuvvetli tutumlardan etkileneceğini saptanmıştır. Yani ağ düzeneği içerisinde ilişkiler, her bireyi bir süre sonra en kuvvetli birey kadar etkilemektedir (Degenne ve Forse, 1999; Thomas, 2008). Ağ düzeneği kuramı doğrultusunda, örgütler, tüketiciler ile yakından iletişime geçerek, davranışsal ve algısal etki yaratılabilmekte ve bu sayede tüketiciler tarafından kimlikleri (identify) bu örgüt doğrultusunda yeniden tanımlanarak yoğun bir etki yaratılması sağlanarak, birey düzeyinde yerleşik bir etkinin oluşturulması ve dolayısıyla toplumsal yapının etkilenmesi düşünülmektedir (Ku, 2011; Escalas ve Bettman, 2003; Stokburger-Sauer, 2010; Algesheimer, 2005).

### 3. Yerleşikliği- Gömülü Bilgiyi Anlamak

Yerleşiklik, genel olarak, sosyal yapının iktisadi eylemleri ne şekilde etkilediğini açıklayan bir kavramdır. Kısaca, bir nevi iktisat sosyolojisi kavramıdır denilebilir. Karl Polanyi'nin (1944) öncülüğünü yaptığı yerleşiklik kavramı daha sonra Granovetter'e (1973) temel oluşturarak iktisat ve sosyoloji alanlarında çalışılmıştır. Yerleşikliğin önermesine göre iktisadi faaliyet sosyal olarak yerleşiklik durumunu sergilemektedir.

Yazın incelendiğinde ve ortaya çıkış noktası iktisadi temellere dayandırıldığında Adam Smith (1776) ve "Ulusların Zenginliği"ne (Wealth of Nations) kadar ulaşmaktadır. Rekabetin ticaretin kurallarını belirlediği ve bu kuralların herhangi bir birey tarafından manipüle edilemeyeceği düşüncesine karşın Smith: bir takım yükümlülüklerin, normalde hiç karşılaşmayacak bireylerin ticaret ile bir araya geldiklerini belirterek bir noktada sosyal ilişkilerin kusursuz bir rekabet için bir gereklilik olduğunu savunmuştur (Granovetter, 1985:484). Bu görüş ile iktisadi yapının içerisindeki sosyal ilişkilerin varlığını öngörebilmekteyiz. Aynı şekilde Smith'in bir ahlak felsefesi olduğu hatırlanır ise, "Ahlaki Duygular Kuramı" (The Theory of Moral Sentiments, 1759) başlıklı kitabında: bireysel ahlak değerlerinin kaynağının toplumsal olduğu, dolayısı ile bireysel çıkarlarla toplumsal çıkarların örtüşmesinin olağan olduğundan bahsetmektedir. Burada anlatılmak istenen "bireysel çıkar"dan farklıdır: doğa yasaları çerçevesinde insanların kendi çıkarlarını izlemelerinin farklı kurumsal yapıları (iş bölümü, dış ticaret gibi) destekleyeceğini, bu yapıların oluşumu ile de görünmeyen el mekanizmasının toplumsal refahı arttıracığıdır (Smith, 2006:xiv). Bu ifade ile de bireyden ziyade oluşan yapının önemi ön plana çıkarılabilir.

İktisadi yapının *homo economicus*'a dayandırılarak, bireylerin rasyonelliği ve kendi çıkarları doğrultusunda davranacaklarını savunan yaklaşımda da sosyal ilişkinin varlığından söz edilebilir. Burada ise daha çok bireye dayanan bir seçim ve bireyin kendi seçiminden kaynaklı bir yapıdan bahsedilmektedir. Her iki yaklaşım bireylerin içinde yaşadığı bir yapıyı öngörmektedir. Zaten "yapı" kelimesinin sözlük karşılığında "parçaları ve öğeleri arasında yasaya uygunluk, durağan bağlar ve karşılıklı ilişkiler bulunan dizge veya bütün" ifadesi yer almaktadır (tdk.gov.tr). Bu tanım çerçevesinde iktisadi yapıyı oluşturanların bireyler oluşu ve bu bireyler arasında bir takım bağlar ve ilişkilerin bulunması önermesi yapılabilir. Belirtilen birey-yapı tartışması sosyal bilimler felsefesi bölüm başlığında irdelenecektir.

İktisatçı düşünce yerleşikliğe daha bireysel bir gözlükten bakmasına karşın, sosyolojik bakış açısı ile bireylerin içinde bulunduğu bir yapı daha ön plandadır. Bu tartışmalı durum iktisadi sosyoloji bilim dalının ilerlemesine katkıda bulunmuştur. Bireysel rasyonelitenin karşısında, sosyologlar, tümdengelimci bir anlayışla, yapının bireylere inilebileceği savunulmaktadır. İktisadi sosyolojinin öncüleri arasında Burt ve Granovetter sayılabilir. Granovetter'e (1985) göre, yerleşiklik salt birey ya da salt yapıdan farklı olarak üçüncü bir boyuttadır. Bu boyut; hem bireysel (mikro) hem de yapısal (makro) düzeyde bir incelemeyi savunan, bireyler tarafından kurulan sosyal ağların ve değişim ilişkilerinin içinde iktisadi hayatın yerleşikliğidir. Burt (2000) ise; sosyal yapı içerisinde yapısal boşlukların olduğunu savunarak, ilgili yapı içerisinde bireylerin buldukları yere dikkat çekmektedir. Yapısal boşluklar ile ilişkilerin düzeyi değişebilecek, dolayısı ile de boşluğun her iki tarafındaki bireyin rekabetçiliği

değişecektir. İlişkilerin gömülü olduğu bir yapıdan söz edilirken sosyal bilim felsefesi açısından yapı kavramının sosyolojik gerçekliğini anlamamızda fayda vardır.

#### 4. Sonuç

Yerleşiklik kavramının anlaşılması ağ düzeneği kuramına ilişkin örneklerin çoğaltılması ile mümkün olabilir. Barındırdığı iktisadi yerleşiklik iktisat, sosyoloji veya diğer bilimler tarafından incelendiği takdirde yeni oluşumları sağlayacağı hatırlanmalıdır. Birey ya da yapı tartışmalarının her disiplin içerisinde farklı yaklaşımlar tarafından incelenmesi alandaki zenginliği arttıracaktır. İlişkisel boyut kapsamında iletişim, etkileşim, değer, empati (duygudaşlık), güç, güven, bağlılık (Grönross, 2004; Rashid, 2003; Doyle, 2003) gibi olguların sosyal yapıda ön plana çıkması toplumsal boyutta bir incelemenin yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu noktada, toplumların oluşumları ile iş sistemleri tarihsel bir süreç ile incelenebilir. Örneğin; küresel anlamda Amerika ve Japonya'da hakim olan küresel iş sistemleri ve hatta ulusal anlamda Türkiye'de hakim olan ulusal iş sistemleri, ülkelerin mevcut iktisadi yapısı ve içinde bulunduğu sosyal yapı ile ilişkilendirilerek değerlendirilebilir. Türkiye'nin bahsi geçen iki küresel toplum gibi kapital ekonomiyi benimsediği göz önünde bulundurulursa, gerçekten "güçlü" sayılabilen bu noktaya gelmelerinde hangi süreçlerin ön plana çıktığı ve ilişkisel ağları hangi yapılar gözetilerek oluşturdukları araştırılarak ulusal iş sistemlerine düzeltici bir öneri olarak sunulabilir. Bu tür bir araştırma aynı zamanda sosyolojik bir yapı oluşumunun nedenlerini de ortaya koymada yardımcı olacaktır. Özellikle sosyoloji çıkışlı disiplinlerden bir tanesi olarak işletme biliminin (işletme biliminin meşruluğu tartışıla dursun), yapı taşlarından olan örgüt ve örgütlerin temelinde var olma nedeni olarak tüketiciler ağ düzeni kuramı yaklaşımı ile incelenmektedir. Ayrıca ağ düzeni kuramı, durumsallık yaklaşımın da üzerinde durduğu tek bir genel geçer doğru yoktur ilkesi paralelinde, toplumsal yerleşiklik ve ilişki düzeyine göre ele alınmasını sağlayacaktır.

Ağ düzeneği kuramından yola çıkarak örgütlerin ve örgütler içerisinde yer alan yapı ve aktörlerin (aktörler daha önce değinildiği üzere tedarikçiler, rakipler, personel, ürünler, hizmetler, sosyal destekler, bilgiler, fikirler, müşteriler ve tüketiciler- yani paydaşlar (Streeter ve Gillespie, 1992:3) birbirinden ayrı tutulamaz ve yalıtılamaz olduğunu bilmek (Sargut, 2010:106) ve bu aktörler ile yapı arasında güven ve karşılıklı amaçların keşifmesi doğrultusunda ilişkiler kurduğu ve sürdürdüğünü anlamak zorundayız. Bu güvenin yaratılması ve amaç birliği sağlanması, ağ düzeni kuramı çerçevesinde, yapı içerisinde yer alan aktörlerin yerleşiklik düzeyine göre değerlendirme yapılarak mümkün kılınabilir. Özellikle sosyal medyanın, ağ düzeneği kuramı açısından düşünüldüğünde, Twitter, Facebook, Youtube ve Wikipedia gibi kaynaklar ile marka değeri yaratılması, tüketicilerin etkilenmesi, motive edilmesi ve sosyal rollerin atanması için bilginin oluşturulması ve yerleştirilmesi açısından (Hansen, Shneiderman ve Smith, 2011:ix) bir araç olarak kullanılabilirliği geçmiş araştırmalara (Erdoğan ve Torun, 2009; Kitchen, Erdoğan ve Torun, 2011; Torun ve Erdoğan, 2013) konu olduğu gibi bu ilişki ağlarının daha detaylı incelenerek, etkilerinin ortaya koyulması gelecek araştırmalara da konu olması kaçınılmazdır.

#### KAYNAKÇA

- Aggarwal, C. C. (2011), "An Introduction to Social Data Analytics", 1-14. in: Charu, C. Aggarwal (ed.), *Social Network Data Analytics*, London: Springer.
- Algesheimer, R., Dholakia, M.U. ve Herrmann, A. (2005). "The Social Influence of Brand Community: Evidence from European Car Clubs". *Journal of Marketing*, 69, 19-34.
- Anonymous, (2011), "Social Network Analysis: Theory and Applications", Erişim: 12.09.2014, [http://train.ed.psu.edu/WFED-543/SocNet\\_TheoryApp.pdf](http://train.ed.psu.edu/WFED-543/SocNet_TheoryApp.pdf).
- Atmanspacher, H., (2002). "*BetweenChanceandChoice: InterdisciplinaryPerspectives on Determinism*", ImprintAcademic, USA.
- Aygül, C. (2006), "Şebeke Kuramlarına Eleştirel Bir Bakış", *Memleket Siyaset Yönetim*, 1, 141-153.
- Brown, Jo, Brockerick, A.J. ve Lee, N. (2007). "Word of Mouth Communication Within Online Communities: Conceptualizing the Online Social Network". *Journal of Interactive Marketing*, 21(3), 2-20.
- Burrell, G., ve Morgan, G. (1979). "*Sociologicalparadigmsandorganizationalanalysis*", London: Heinemann.
- Burt, R., (1992). "*StructuralHoles: TheSocialStructure of Competition*", Cambridge, MA: Harvard UniversityPress.
- Burt, R. (1997), "TheContingentvalue of socialcapital", *AdministrativeScienceQuarterly*, 42: 339 365.
- Burt, R., (2000), "The Network Structure of SocialCapital", B. M. Staw ve R. I. Sutton (Der.), *Research in OrganizationalBehaviour*, Vol:22: 345-423, ElsevierScienceInc., New York.
- Callon, M. (1986). "Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and The Fishermen of St Brieuc Bay". in J. Law, Power, action and belief: a new sociology of knowledge?. London:Routledge, 196-223.
- Cock, K. S. ve Whitmeyer, J. M., (1992), "TwoApproachestoSocialStructure: Exchange Theoryand Network Analysis", *AnnualReview of Sociology*, Vol. 18:109-127.
- Coleman, J. S., (1988), "Socialcapital in thecreation of humancapital", *AmericanJournal of Sociology*, 94: 95-120.
- Degenne, Alain ve Forse, Michel (1999). *Introducing Social Networks*, çeviri: Arthur Barges, Sage Publications, London.
- Doyle, P. (1993), *Değer Temelli Pazarlama*, Çev. Gülfidan Barış, MediaCat, İstanbul.
- Durkheim, E., (1985), "*Toplumbilimsel Yöntemin Kuralları*", (Çev. C. B. Akal), BFS Yayınları, İstanbul.

- Eğilmez, Ö., (2011), "Kaynak Bağımlılığı Bağlamında Dış Kaynak Kullanımına İlişkin Bir İnceleme", Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Üniversitesi.
- Erdoğan, B. Z. ve Torun, T. (2009), "Bir İlişkisel Pazarlama Aracı Olarak Sanal Topluluklar". Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 2, (4), 45-71.
- Escalas, Edson J. Ve Bettman, James R. (2003). "You Are What They Eat: The Influence of Reference Groups on Consumers' Connections to Brands". *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 339-348.
- Gordon, I.H. (1998). *Relationship Marketing-New Strategies, Techiques and Technologies to Win the Customer You Want and Keep Them Forever*. Canada:John Willey&Sons.
- Gould, P., (1991), "DynamicStructures of Geographic Space", *Space and Time* (ed. S. D. Brunch ve T. R. Leinbach), HarperCollins.
- Granovetter, M., (1973), "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, 78 (6): 1360-1380.
- Granovetter, M., (1985), "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *AmericanJournal of Sociology*, 91 (3).
- Grönross, Christian (2004). "The Relationship Marketing Process: Communication, Interaction, Dialogue, Value". *Journal of Business&Industrial Marketing*, 19(2), 100-103.
- Gulati, R.,Dialdin, D. A. ve L., Wang, (2002)."Organizational Networks", (Ed. J. Baum, J. A. C.), *Companion toOrganizations*. Malden: Blackwell, 281-303.
- Gürpınar, B. (2012). "İş Çevreleri ve Dış Politika: TUSKON", Erişim: 12.09.2014, <http://www.academia.edu/5164803/TUSKON>.
- Håkansson, H. ve Ford, D., (2002), "How shouldcompaniesInteract in Business Networks", *Journal of Business Research*, 55:133-139.
- Hansen, D. L., Shneiderman, B. ve Smith, M. A. (2011), "Analyzing Social Media Networks With Nodexl: Insights Form a Connected World", Morgan Kaufmann, USA.
- Homans, G.C. (1958), "Social Behavior as Exchange", *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Johanisson, B. vd. (2002), "The Institutional Embeddedness of Local Interfirm Networks: A Leveragefor Business Creation", *Entrepreneurship&Regional Development*, 14:297-315.
- Kasapoğlu, A. ve Odabaşı, Y. (2009), "Sosyolojik Açıdan Teknoloji Odağında Güncel Sorunların Yorumlanması", *Elektrik Mühendisliği*, 436 (Haziran), 31-33.
- Katz, N., Lazer, D., Arrow, H. ve N., Contractor (2004), "Network Theoryang Small Groups", *Small groupResearch*, Vol.35:307-332.
- Kitchen, J. Philip, Erdoğan, B. Zafer, ve Torun, Tolga (2011) "The Impact of IMC in Virtual Communities on University Brand" In: Proceedings of the 16th International Conference on Corporate and Marketing Communications, Athens University of Business and Economics, Athens - Greece. (Bildiri Özeti), 2011, 18-19.
- Ku, Edward C.S. (2011). "How Virtual Community Influence Travel Products Purchasing Decisions: The Flow Experience Perspective". BAI 2011 Internatioanl Conference of Business and Information, <http://bai-conference.org/files/BAI2010%20Proceeding/Papers/4.MIS/4063.pdf>.
- Lane, D. C., (2001), "How Do TheIdeas of System Dynamics RelatetoTraditionalSocialTheoriesandtheVoluntarism/DeterminismDebate?", *Syst. Dyn. Rev.*, Vol.17:97-118.
- Law, J. (1992), "Notes on the Theory of the Actor Network: Ordering, Strategy and Heterogeneity", 1-11. Erişim: 12.09.2014, <http://www.lancaster.ac.uk/fass/sociology/research/publications/papers/law-notes-on-ant.pdf>.
- Marwell, G. ve Oliver, P. (1993), "The Critical Mass in Collective Action: A Micro-SocialTheory", MA: Cambridge UniversityPress, Cambridge.
- Müsiad, 2014, Erişim: 12.09.2014, [http://tr.wikipedia.org/wiki/M%C3%BCstakil\\_Sanayici\\_ve\\_%C4%B0%C5%9F\\_Adamlar%C4%B1\\_Derne%C4%9Fi](http://tr.wikipedia.org/wiki/M%C3%BCstakil_Sanayici_ve_%C4%B0%C5%9F_Adamlar%C4%B1_Derne%C4%9Fi).
- Otte, E. ve Rousseau, R., (2002), "Social Network Analysis: A PowerfulStrategyAlsoforThe Information Sciences", *Journal of Information Science*, Vol.28:441-453.
- Pfeffer, J. ve Salancik, G. R., (1978), "TheExternal Control of Organizations: A Resource DependencePerspective", New York: Harper&RowPublishers.
- Polanyi, K., (1944), "The Great Transformation", New York: Holt, Rinehart.
- Rashid, T. (2003). "Relationship Marketing: Case Studies of Personal Experiences of Eating Out". *British Food Journal*, 105(10), 742-750.
- Sayer, A., (1985), "TheDifferenceThat Space Makes", (Ed. D. Gregory ve J. Urry), *SocialRelationsandSpatialStructures*, Macmillan, London.

- Sargut, Selami A. (2010). Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim, İmge Kitabevi, 3. Baskı, Ankara.
- Sayer, A., (1955), "RadicalPoliticalEconomy", Basil Blackwell, Oxford.
- Sayer, A., (2000), "RealismandSocialScience", Sage Publications, 13, New Delhi.
- Sayli, H., Kurt, M. ve Baytok, A. (2006). "Şebeke (Network) Organizasyon Yapılarının Rekabet Gücü Kazandırma Rolü ve AFYONKARAHİSAR Mermer Sektöründe Bir Uygulama Örneği". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16, 31-46.
- Smith, A., (2006), "Ulusların Zenginliği", (Çev. Derin, H.), İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- STREETER, Calvin L. ve GILLESPIE, David F. (1992). "Social Network Analysis". Journal of Social Service Research, 16(1/2), 201-222.
- Tichy, N. M., Thusman, M. L. ve C. Fomburn (1979), "Social Network Analysis for Organizations", *Academy of Management Review*, 4(4):507-519.
- Tüsiad, 2014. Erişim:12.09.2014. <http://www.tusiad.org.tr/tusiad>.
- Stokburger-Sauer, Nicola (2010). "Brand Community: Drivers and Outcomes". *Psychology&Marketing*, 27(4), 347-368.
- TDK, [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr), erişim: 18.07.2012.
- Thomas, Friemel N. (2008). Why Context Matters: Applications of Social Network Analysis, Vs Verlag, Germany.
- Torun, T. ve Erdoğan, B. Z. (May 2013) "Effects of Marcoms and Social Interactions through Virtual Communities on Consumer-based Brand Equity" Integrated Communication in Post-modern Era, Izmir University of Economics.
- Uzzi, B.,(1996), "Thesourcesandconsequences of embeddednessfortheeconomicperformance of organizations: The network effect", *AmericanSociologicalReview*, 61: 674 698.
- Uzzi, B.,(1997), "SocialStructureandCompetition in InterfirmNetworks: TheParadox of SocialEmbeddedness", *AdministrativeScienceQuarterly*, 42: 35-67.
- Weber, M., (1965), "SocialandEconomicOrganization", Free Press, New York.

This page intentionally left blank.