

SOSYAL İLİŞKİLER AĞI GELİŞTİRME DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK LİSANSÜSTÜ ÖĞRENCİLER ÜZERİNDE NİTEL BİR ÇALIŞMA

Benan ARDA¹ & Merve Gözde DURMAZ²

ÖZET

Sosyalleşmek, günümüzün toplumsal yapısı ve çalışma koşullarının gösterdiği değişim ve gelişim neticesinde gerekli bir unsur haline almıştır. Bu anlamda hayatın her alanında sosyal ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri sürdürebilir kılmak gerekmektedir. Literatürde sosyal ilişkiler ağı geliştirme davranışı sosyal sermaye kavramı ile ilişkilendirilmekle beraber örgütsel, yönetsel, motivasyonel ve kariyer alanında katkı sağlayan bir unsur olarak değerlendirilmiş ve sonuçları üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda çalışma kapsamında lisansüstü öğrencilerinin sosyal ilişkiler ağı geliştirme davranışı sergilemelerinin nedenlerinin incelenmesi ve ulaşılan sonuçların bir model dâhilinde sunulması amaçlanmaktadır. Araştırma amacı kapsamında bir akademik örgütte öğrenimine devam etmekte olan lisansüstü öğrencileri ile; cinsiyet, yaş ve çalışma durumu gibi farklı kriterler esas alınarak, 24 yapılandırılmış soru formu kullanılarak, mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatlardan elde edilen veriler MAXQDA nitel veri analizi programı kullanılarak kodlanmış ve kategorize edilmiştir. Kodların ve kategorilerin görselleştirilmesinde frekans analizi, karşılaştırmalı analiz ve ilişki analizlerinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre sosyal ilişki ağı geliştirme davranışını etkileyen faktörlere yönelik olarak sosyal faktörler, çevresel faktörler, bireysel faktörler ve kariyere yönelik faktörler olmak üzere 4 ana tema belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal İlişkiler Ağı, Ağ Geliştirme

Jel kodlar: L2, M16, M19

A QUALITATIVE STUDY ON GRADUATE STUDENTS ON DETERMINATION OF SOCIAL RELATIONSHIPS NETWORK BEHAVIORS

ABSTRACT

Socialization has become a necessary element as a result of the change and development of today's social structure and working conditions. In this sense,

1- Sorumlu yazar Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası İşletmecilik Doktora Öğrencisi Benan ARDA, Kepez-Çanakkale, benancioplak@gmail.com, Orcid: 0000-0001-7530-5966

2- Sorumlu yazar Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası İşletmecilik Doktora Öğrencisi Merve Gözde DURMAZ, Kepez-Çanakkale, mervegozdedurmaz@gmail.com, Orcid: 0000-0003-1000-8316

to establish social relations in all areas of life and it is necessary to make these relations sustainable. In the literature, social networking development behavior is associated with the concept of social capital, but it is considered as an element that contributes in organizational, managerial, motivational and career fields and its results are emphasized. In this context, it is aimed to examine the reasons of graduate students' behavior in developing social relations network and present the results within a model. Within the scope of the research, graduate students who are continuing their education in an academic organization; interviews were conducted using 24 structured questionnaires based on different criteria such as gender, age and working status. Data obtained from the interviews were coded and categorized using MAXQDA qualitative data analysis program. Frequency analysis, comparative analysis and relationship analysis were used to visualize codes and categories. According to the results of the analysis, four main themes were determined: social factors, environmental factors, individual factors and career factors for the factors affecting the social networking behavior.

Keywords: Social Networking Behavior, Networking

Jel codes: L2, M16, M19

1. GİRİŞ

Sosyalleşmenin etimolojik tanımına bakıldığında genellikle toplum kavramı ile özdeş tutulduğu görülmektedir. İki kavram arasındaki temel benzerlik ise ihtiyaçlar için birlikte yaşama olgusudur. Burada kasıt sadece bir ihtiyaç temelinde herhangi bir topluluğa ait olmak değil, aynı zamanda o topluluğa uyum sağlayabilmektir. Sosyalleşme süreci olarak adlandırılan bu aktif ve çok yönlü uyum sürecinde ise bireyler sosyal ilişkiler ağı geliştirerek toplumda bir yer edinmeye ve yerlerini sağlamlaştırmaya çalışmaktadırlar (Bakıroğlu, 2013: 1-2). Ağ geliştirme, bir kişinin işine ya da kariyerine yardımcı olma potansiyeline sahip olan, kuruluşun içinde ve dışında bulunan kilit kişilerle etkili ilişkiler kurma amaçlı davranışlarını kapsamaktadır. Bu davranışlar, bir bilgi, iletişim ve destek sistemi oluşturmak için kişisel ve profesyonel bağlantıların kurulmasını ve beslenmesini içermektedir (Hwang, Kessler & Francesco, 2004: 139). Bu nedenle ağ geliştirme, hedef ve motivasyon odaklı bir davranış grubu olarak tanımlanmakta ve kariyer başarısı için önemli bir araç olarak görülmektedir (Huang, 2016: 907). Bu tanım, sosyal ilişki ağını; birbiriyle ilişkili ya da benzer insanların oluşturduğu ve grup bağlantıları kurmaya ve geliştirmeye yardımcı olan davranış olarak açıklamakta ve aynı zamanda yardımcı olup olmadığına bakılmaksızın bireylere iş veya kariyerlerinde yardım etme potansiyeli olan kişilerle ilişki kurmayı da ifade etmektedir (Forret & Dougherty, 2004: 420). İşlerinde veya kariyerlerinde karşılıklı yarar sağlamak

amacıyla başkalarıyla ilişki kurma ve sürdürme girişimleri olan ağ geliştirme davranışları proaktif bir davranış olarak değerlendirilmektedir (McCallum, Forret & Wolff, 2014: 596). Bazı akademisyenlerce ise sosyal iletişim ağları, bireyler arasındaki iletişim bağlantıları olarak incelenmiş ve konum, üyelerin birbirine benzerlikleri ve iletişim ağının boyutu gibi özelliklere odaklanılmıştır (Forret & Dougherty, 2001: 284).

Sosyal ağ teorisine dayanan ağ geliştirme davranışının yapısı ve öğelerinin ağ davranışı açısından farklılıklara neden olan anahtar faktörler olduğu düşünülmektedir (Lin & Le, 2019: 3). Ağ geliştirme davranışı, performans, motivasyon, kariyer hedefleri, alınan mentorluk, örgütsel hareketlilik, maaş, promosyonlar ve kariyer memnuniyeti gibi kariyerle ilgili çeşitli değişkenlerle pozitif ilişkili olduğu için kariyer gelişiminde kritik bir faktör olarak görülmektedir (Spurk vd., 2015: 135). Ağ geliştirme davranışı sergilemede başarılı kişiler çeşitli kaynaklardan daha fazla yararlanma imkanı bulurken, daha fazla bağlantıya (bazıları gereksiz olsa da) da sahip olabilmektedir (Volmer, Orth & Wolff, 2018: 680). Sosyal ağ ilişkileri geliştirmek ve sürdürmek, başkalarına yardım etmeye ve güven kazanmaya yardımcı olarak aynı zamanda sosyal sermayeye de öncülük etmektedir (McCallum, Forret & Wolff, 2014: 596). Bu olumlu katkıları ve özellikleri sebebiyle sosyal ilişkiler ağı geliştirme davranışı kavramına son yıllarda dikkat çekildiği görülmektedir. Ancak, mevcut çalışmalar incelendiğinde sosyal ilişkiler ağı geliştirme davranışının nedenlerine yönelik olarak literatürde bir boşluk olduğu göze çarpmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada kariyer gelişimi ile ilişkisi göz önünde bulundurularak, lisansüstü öğrencilerinin sosyal ilişkiler ağı geliştirme davranışı sergilemesine neden olan faktörlerin belirlenmesi ve bir model çerçevesinde sunulması amaçlanmaktadır.

2. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal İlişki Ağı Kavramı

Sosyal ilişki ağı kavramsal olarak, ilgi alanları benzer olan bireylerle bağlantıya geçerek tecrübe ve bilgi dağarcığını geliştirme olarak değerlendirilmektedir (Gunawardena vd. 2009: 4). İlişki ağları, bireylerin ve örgütlerin birbirleriyle etkileşimde bulunması ile oluşmaktadır (Salancik, 1995: 345). Sosyal bilimler alanında uzun bir geçmişe sahip olan sosyal ilişki ağı teorisi bireyler arası etkileşimi incelemektedir (Sih vd. 2009: 975). Sosyal ilişkiler ağı teorisi, bireyin çevresindeki kişilerle anlaşabilmesine, kimlik oluşturabilmesine, örgütsel yaşama uyum sağlayabilmesine yardımcı olan tutum ve davranışların

şekillenmesinde etkili sosyal karşılaştırma teorisiyle ilişkilidir. Sosyal ilişkiler ağı teorisi, bireylerin örgütsel ilişkilerden etkilenmesi ve bu etkileşimin ilişki ağına yansımaları düşüncesine odaklanmaktadır. 1970'lere dayanan sosyal ilişki ağı teorisi, toplumda insan ilişkileri perspektifine dayanmaktadır. Bununla birlikte bireyin ilişki yönelimini temel alan, sosyal ilişkilerinin biçimi ve yapısını derinlemesine incelemek, temel amacdır. Bireyin karşılıklı ilişkisel bağları ve olayların davranışsal boyutlarını anlamlandırmaya yardımcı olmaktadır (Chang, 2018: 4).

Bandura (1977) sosyal öğrenme teorisinde, bireylerin istedikleri öğrenme çıktılarını elde edebilmek için öğrenim sürecine başladıklarını ve bu süreci düzenlediklerini belirtmektedir. Sosyal öğrenme teorisine göre, bireyi etkileyen üç unsur bulunmaktadır. Bunlar; bireysel öğrenme çabası, sosyal çevre ve var olan durumlar olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte sosyal öğrenme teorisi, öğrenmenin sosyal bir süreç olduğuna değinmektedir. Sosyal öğrenme, bireyin içinde bulunduğu koşullarda, çevresindeki kişilerle etkileşime girdiği sosyal bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Sosyal öğrenmenin odak noktasını, kişinin davranışlarının şekillendirilmesi ve sosyal çevre ile olan etkileşiminin önemi oluşturmaktadır. Bu teoriye göre bireyler bulunduğu sosyal çevre ile etkileşime girme yoluyla diğer bireylerin bilişsel seviyelerinden ve davranışlarından etkilenmektedir (Yu vd. 2010: 1495).

Burt (1997) sosyal ilişki ağını bir sosyal sermaye biçimi olarak ele almıştır. Sosyal ilişki ağı bireyin, imkan elde etme, bilgi alma ve sosyal destek sağlamaya yönelik oluşturduğu ilişkisel bir yapıdır. Sosyal ilişki ağı sosyal ağları birleştirme, ağ yapısı ve ilişkilerin içeriğine odaklanmaktadır. Sosyal ilişki ağı, örgütsel anlamda ortak değer oluşturulmasına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte gruplar arası tutumları etkileme, ortak hedef belirleme ve genel bir fayda sağlamaya yönelik gereklilikleri belirlemeye imkan sağlamaktadır. Sosyal ağ teorisi iki bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Bunlar; ilişkisel bakış açısı ve konum (durumsal) bakış açısıdır. İlişkisel bakış açısı, bireyler arasındaki ilişki formlarını ve içeriğini, özellikle birbirine bağlı olan alt gruplar arasındaki ilişkileri ele almaktadır. Durumsal bakış açısı, örgütün yetenek dağılımını tanımak için bireylerin göreceli durumsal ilişkisini ele almaktadır (Chang, 2018: 4). Sosyal ilişki ağı teorisi bireyler arasındaki karmaşık ilişkileri açıklanmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal ilişki ağında iyi arkadaşlıklar ve aile üyeleri arasındaki yakın ilişkiler güçlü bağ olarak kabul edilirken, iki tanıdık birey arasındaki bağ daha zayıf olarak değerlendirilebilmektedir. İki kişi arasındaki bağın gücünü bireylerin ilişkisel yakınlığı temsil etmektedir. Sosyal ilişki ağı açısından önemli görülen bağ,

yakınlarla olan güçlü bağlar değil, bireyi tanıdıklarına bağlayan zayıf bağlardır. Granovetter'in (1973) "zayıf bağların gücü" olgusuna göre ise sosyal ilişki ağı, aynı bölgede yaşama veya benzer çıkarılara sahip olma gibi faktörlerden etkilenmektedir (Willis, 2008: 2).

Literatürde sosyal ağ türleri; dışavurumsal ağ ve yardımcı (enstrümantal) ağ olarak ikiye ayrılmaktadır. Yardımcı (enstrümantal) ağ iş odaklı bir ağ ilişkisini ifade etmektedir. Dışavurumsal ağ ise, değer paylaşımı ve güven temelleri üzerine kurulan bir ilişkidir. Krackhardt ve Hanson (1993) sosyal ilişki ağını, üç açıdan değerlendirmiştir. Bunlar; dostluk ağı, tavsiye ağı ve istihbarat ağıdır. Dostluk ağı, bir sosyal destek ağıdır ve dostluk kurma yoluyla manevi desteğin sağlanabileceğine odaklanmaktadır. Tavsiye ağı, rutin yaşamımızda iş gereklilikleri sonucunda oluşturduğumuz ilişki ağıdır. İstihbarat ağı ise, kimlerin birbiriyle iletişim kurduğuna ilişkin resmi ya da resmi olmayan bilgilerin doğrulanmasına yönelik bir ilişki ağıdır (Chang, 2018: 5). İlişki ağı bireyler arasında kısa süreli etkileşim veya düzenli etkileşime dayalı olarak da gözlemlenmektedir. Bununla birlikte sosyal ilişki ağı, bireylerin sosyal temaslarda bulunması (bağlantı kurması) olarak değerlendirilmektedir. Kurulan sosyal temaslara ilişkin ağlarının temelini oluşturmaktadır (Sharafizad, 2011: 159).

2.2. Sosyal İlişki Ağı Geliştirme Davranışı

Sosyal ağ yapısı, sosyal ilişkilerin özellikleri, sosyal ağların özellikleri ve bir bireyin sosyal ağ içinde işgal ettiği konum olarak tanımlanabilmektedir (Huang, 2016: 909). Sosyal ilişki ağı geliştirmenin temel amacı ise ilişki ağı geliştirme sonucunda elde edilen kazanımlardır. İki tür kazanım elde edilmektedir. Bunlardan ilki, ilişki ağı yoluyla bağlantıların nasıl oluşturduğunun belirlenmesidir. Bununla birlikte var olan bu bağlantıların örgütsel uygulamalar ve davranışlarda nasıl ortaya çıktığının gözlemlenmesidir. İkinci kazanım ise, bireylerin sosyal ilişki ağının performans çıktıları olarak nitelenen "bilgilendirme" ve "değerlendirme" sağlamasıdır. Sosyal ilişki ağı kuramsal temelde bilgi ve bilgi akışı ile ilgilenmektedir (Yamin & Kurt, 2018: 5).

Sosyal ilişki ağı teorisi, örgütler arasındaki ilişkilerin derinlemesine incelenmesine katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte sosyal ilişki ağı teorisi, ilişkilerin yapısını ve örgütsel ortamdaki durumunun değerlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Sosyal ilişki ağı teorisine göre, bir ilişki ağı çeşitli aktörler (birey, örgüt veya işletme) tarafından örgüt içinde bağ oluşturulmasıyla gelişebilmektedir (Dobbels, 2018: 575). Bununla birlikte ilişki ağı; aktörlerin ilişki ağlarındaki pozisyonları aracılığıyla nasıl prestij elde ettikleri, bireysel aktörlerin etkilerinin neler olduğu

gibi konular üzerinde durmaktadır. İlişki ağı; örgütün işleyişi, koordinasyonu, başarısızlıkları ve başarıları hakkındaki bilgileri yansıtmaktadır (Salancik, 1995: 346). Yapılan çalışmalarda ilişki ağı, bireyin kariyer gelişimini destekleyen bir dizi ilişkiler bütünü olarak değerlendirilmiştir. Bireyler ilişki ağını, örgüt içindeki ve örgüt dışındaki kişilerle ilişki kurma eğiliminde bulunarak oluşturmaktadır. Bununla birlikte ilişki ağı geliştirme, bireylerin gelecekteki kariyer gelişiminde yardımcı olma ihtimali olan diğer kişilerle ilişki kurması olarak da değerlendirilmektedir. Bireyler çok yönlü ve gelişmiş ilişkiler kurma aşamasında ilişki ağlarından yararlanmaktadır. Bazı bireyler ilişki ağı geliştirme yönünde daha fazla girişken olabilmektedir. Forret ve Dougherty (2001) ilişki ağı geliştirme davranışını beş başlık altında değerlendirmektedir. Bunlar; ilişkiyi sürdürme, sosyalleşme, profesyonel etkinliklere katılma, toplumsal çevreye katılıma ve görünürlüğü arttırma (ilgi odağı haline gelme) olarak sıralanabilmektedir (Forret & Dougherty, 2004: 420).

2.3. Sosyal İlişki Ağı Geliştirme Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Literatürdeki çalışmalarda sosyal ilişkiler ağı, bireyler arasındaki ilişkilere odaklanmaktadır. Muldoon (2013) bireyler hakkındaki düşüncelerimizin sosyal ilişkiler için yeterli olmadığını; bireylerin tercihleri ve davranışlarının sosyal ilişkiler ağı için önemli faktörler olduğunu belirtmiştir (Akar & Dalgıç, 2018: 476). Sosyal ilişki ağı geliştirme konusunda bazı bireyler sosyal çevredeki diğer bireylerle etkileşimde bulunmak için istek duymaktayken; bazıları ise sosyal temasta bulunma konusunda çekimser davranabilmektedir. Bireylerin sosyal ilişki kurma konusunda çekimser davranmasını etkileyen faktörlerin içinde bireysel farklılıkların varlığı etkili bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Krause vd. 2007: 15). Literatürde ağ oluşturma davranışı çeşitli açılardan değerlendirilmektedir. Bunlardan bazıları; çalışma ortamına katılım, çevredekilerin ilgisini çeken görevler üstlenme ve sosyal çevreye katılım olarak sıralanabilmektedir. İlişki ağı geliştirme davranışı, bireylerin gelecekteki kariyerlerinin şekillenmesi sürecinde örgütsel çevre yerine bireysel güvene dayalı kariyer gelişimi oluşmasına katkı sağlamaktadır (Forret & Dougherty, 2004: 419).

2.4. Sosyal İlişkiler Ağı Geliştirmenin Önemi

Sosyal ilişki ağı temel olarak; sosyalleşme, bireysel yetenek ve örgütsel işlev üzerine kurulmuştur. Bununla birlikte sosyal ilişki ağı sosyal davranışların gelişimine katkıda bulunarak, davranışsal ekoloji için de önem taşımaktadır. Sosyal ilişki ağı bireylerin sosyal deneyimleri açısından farklılık göstermektedir. Bununla birlikte sosyal ilişki ağı, bireyin dolaylı bağlantılar kurmasıdır. Aynı

zamanda sosyal ilişki ağı bireysel farklılıkları dikkate alırken sosyal ilişki ağlarının farklı çevrelerde oluşu da sosyalleşmeyi etkilemektedir (Sih vd. 2009: 976).

İlişki ağı geliştirme, kariyer gelişiminin süreklilik gösterdiği günümüz şartlarında önemli bir kariyer yönetimi stratejisidir. Sosyal ilişki ağı geliştirme, yeni iş fırsatları hakkında bilgi sahibi olmamıza yardımcı olmaktadır (Forret & Dougherty, 2001: 283). Yapılan çalışmalarda ilişki ağı geliştirme davranışlarına katılım ile kariyer başarısı arasındaki ilişkide; iç görünürlüğü artırılması ve mesleki faaliyetlere katılımın kariyer başarısını etkilediğini ileri sürmüşlerdir. Bununla birlikte sosyalleşmenin kariyer başarısı ile ilişkili olduğu sonucuna da ulaşılmıştır. Aynı zamanda toplu faaliyetlere katılım ile terfi alma arasında bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir (Forret & Dougherty, 2004: 431). İlişki ağı oluşturma örgütsel anlamda çalışma ortamında ortak hareket etmeyi sağlamaktadır. Bununla birlikte, ilişki ağlarının yardımıyla yöneticiler, yönetsel çabalarının performans çıktılarına ulaşabilmektedir (Walker vd. 2007: 743). Adler ve Kwon (2002), gelişmiş sosyal ilişki ağına sahip bireylerin; bireysel performansının, takım çalışması performansının ve yaratıcılığının önemli ölçüde geliştiğini ileri sürmüşlerdir. Bununla birlikte sosyal ilişki ağı teorisinin liderlikle de ilişkili olduğuna değinilmektedir. Sosyal ilişki ağı yardımıyla, liderlerin eylemlerinin sadece doğrudan etkileşimde bulunduğu çalışanlarla değil, aynı zamanda ilişki ağının ulaşabildiği herkesle ve ilişki ağı dışındakilerle etkileşim sağlayabilmesine yardımcı olabileceği sonucuna ulaşılmıştır (Willis, 2008: 5).

İlişki ağı geliştirme davranışına katılım, bireylerin sosyal sermayelerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Sosyal sermaye bireyler için değerli bir kaynaktır. Bireyin kurduğu ilişki ağı; yeni bilgiye ulaşım, kaynak ve fırsatlara erişim sağlamaktadır. Alan yazında sosyal ilişki ağı geliştirme davranışının sonuçları üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Burt (1992) ve Granovetter (1973-1974) tarafından yapılan çalışmalarda, geniş bir iletişim ağına sahip olmanın bireyin ilişki ağında farklı sosyal çevrelere ulaşabileceği ve bununla birlikte daha hızlı terfi ve kariyer fırsatı elde etmeyi sağlayabileceği belirtilmiştir. Luthans vd. (1988) ilişki ağı geliştirmeyi; yabancılarla etkileşimde bulunma, sosyalleşme ve politika oluşturma olarak değerlendirmektedir. Yukl (1993) bireyin geliştirdiği iç ve dış ilişki ağının örgütün gelişimine katkı sağlandığını vurgulamaktadır (Forret & Dougherty, 2004: 421). İlişki ağı geliştirme davranışı geniş bir sosyal sermaye ve değişken kariyer perspektifiyle birlikte incelenmektedir (Forret & Dougherty, 2001: 284). Örgüt üyeleri arasındaki sosyal ilişki ağının geniş olmasının, bilgi paylaşımına yönelik tutumları olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte, örgütsel ortamdaki sosyal ilişkilerin gelişimi olumlu davranışlar ve

meslektaşlara yönelik beklentileri arttırmaktadır. Aynı zamanda örgüt üyeleri arasındaki sosyal ağın geniş olmasının, bilgi paylaşımını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Chow & Chan, 2008: 459).

Sosyal ilişkiler ağının önemi işletmelerde de vurgulanmaktadır. Çalışmalar; sosyal ilişki ağının var olmasının, bireylerin sosyal iletişimde ve iş performansında artış sağladığını göstermektedir. Bununla birlikte sosyal ilişki ağı, kariyer hedeflerine ulaşmayı kolaylaştırmaktadır (Yu vd. 2010: 1494). Küçük işletmelerde ilişki ağı geliştirme, işletmenin başarılı olmasını sağlayan önemli bir faktördür (Sharafizad, 2011: 158). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin uluslararası alanda yeni girişimlerde bulunması sürecinde ilişki ağlarının önemi vurgulanmaktadır (Yamin & Kurt, 2018: 2). Yapılan çalışmalarda yönetici ve işinde uzman kişilerin ilişki ağı geliştirme davranışlarıyla; cinsiyet, sosyo-ekonomik arka plan, dışa dönüklük, benlik saygısı ve işyeri politikalarına yönelik tutumların ilişkili olduğu sonucu elde edilmiştir (Forret & Dougherty, 2004: 420-421).

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı; bir devlet üniversitesinde lisansüstü öğrencilerinin sosyal ilişki ağı geliştirme davranışlarına neden olan ve bu davranışlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Gerek ulusal gerekse uluslararası literatür incelendiğinde sosyal ağ geliştirme davranışlarının özellikle kariyer alanındaki sonuçlarına odaklanıldığı ve bu doğrultuda, sosyal ilişki ağı geliştirme davranışının öncülleri üzerinde literatürde bir boşluk olduğu görülmüştür. Dolayısıyla sosyal ilişki ağı geliştirme davranışını etkileyen faktörlerin de belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu amaç kapsamında aşağıda belirtilen araştırma sorularına cevap aranmaktadır.

- 1) Sosyal ilişkinin anlamı ne ifade etmektedir?
- 2) Sosyal ilişki ağının anlamı ne ifade etmektedir?
- 3) Sosyal ilişki ağı geliştirmeyi etkileyen faktörler nelerdir?
- 4) Sosyal ilişki ağı geliştirilirken kullanılan stratejiler nelerdir?
- 5) Kariyere yönelik olarak lisansüstü öğrenciler kimlerle sosyal ilişki kurmaktadır?
- 6) Kariyere yönelik olarak geliştirilen sosyal ilişkilerin türü nedir?

3.2. Araştırma Örneklemi

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda katılımcılar, bir devlet üniversitesinde öğrenim görmekte olan 24 lisansüstü öğrencisinden oluşmaktadır. Cresswell (1998) nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün 10-30 arasında değişebileceğini öne sürmektedir. Bununla birlikte örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde veri doygunluğu (yeni verilerin mevcut bilgilere düşük düzeyde katkı sağlaması veya herhangi bir etki oluşturmaması) ve veri yeterliliği (elde edilen verilerin araştırma probleminin cevaplanmasına fayda sağlayacak düzeyde olması) gibi iki temel faktörün dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir (Kanten vd. 2018: 943). Bu faktörler dikkate alındığında veri doygunluğuna ulaşıldığından görüşmeler 24 katılımcı ile sonlandırılmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik yaklaşıma (olgu bilime) dayanmaktadır. Olgu bilim deseniyle tasarlanan çalışmalarda, farkında olunan, ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olunmayan olgulara odaklanılmaktadır. Fenomenolojik araştırmalar katılımcıların vurguladığı olguyu tanımladığı ve bu olguya ilişkin yaşadıkları deneyimleri betimledikleri bir araştırma yöntemidir (Kanten vd., 2018: 948). Bu bağlamda araştırma kapsamında ele alınan sosyal ilişki ağı geliştirme davranışının bireyler açısından değişik anlamlar çağrıştırması, bu davranışı ifade etme şekillerinin farklılık göstermesi ve sosyal ilişki ağı geliştirme davranışına neden olan faktörlerin derinlemesine anlaşılması açısından fenomenolojik araştırma deseninden faydalanılmıştır. Böylece araştırmada sosyal bir olgu olarak kabul edilen sosyal ilişki ağı geliştirme davranışı ve bu kavram üzerinde etkili olduğu düşünülen öncüller ele alınmıştır.

Nitel araştırmalarda veri toplama yönünden güçlü bir yöntemdir ve araştırmacıların zengin sonuçlara ulaşmasını sağlamaktadır (Başkale, 2016: 24). Bu araştırmada, veriler yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak ve görüşme sırasında not tutularak toplanmıştır. Görüşme formu hazırlanmadan önce ilgili literatür taranmış ve konuyla örtüşen çalışmalar incelenerek, görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formunun geçerliliği iki uzman görüşüne başvurularak sağlanmıştır. Görüşme formu sosyal ilişki ağı geliştirme davranışı ile ilgili 16 adet açık uçlu soru ile 5 adet demografik sorudan oluşmaktadır. Görüşmeler Ekim 2019-Kasım 2019 tarihleri arasında; ses kayıt cihazı kullanılmadan 30-45 dakika arasında bir sürede gerçekleştirilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada, elde edilen verilerin değerlendirilmesinde MAXQDA programından ve içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Bununla birlikte kayıt altına alınan veriler; edinilen her verinin bir önceki veri ile karşılaştırılmasına dayanan sürekli karşılaştırmalı analiz yöntemiyle açık kodlama, eksen kodlama (kategorileştirme), seçici kodlama (temalaştırma), kategori azaltma ve model önerisi geliştirme olmak üzere dört süreçte incelenmiştir. Bu bağlamda görüşmeler sonucunda elde edilen veriler incelenerek, araştırma amacına uygun olarak açık kodlar oluşturulmuş, eksen kodlama aşamasında ana kategoriler ve alt kategoriler oluşturularak, ilişkili görülen verilerin bir araya getirilmesi sağlanmıştır. Seçici kodlama aşamasında, alt kodlar ana kategorilerle uyum gözetilerek daraltılmış; karşılaştırmalı ve ilişkisel analiz yoluyla, ilgili literatürden de yararlanılarak bir model geliştirilmeye çalışılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma verilerinin analizi sonucunda, kodlar arasındaki ilişkilerin oluşturduğu yapı içerisinde 12 adet kategori (sosyal ilişkinin anlamı, sosyal ilişki ağının anlamı, sosyal çevrenin tanımı, sosyal ilişki ağı kurma davranışlarından beklentiler, sosyal ilişkinin önemi, sosyal ilişkiler yönünden bireylere bakış, sosyal ilişki kurma yöntemleri, sosyal ilişki ağı geliştirme davranışı için kullanılan stratejiler, sosyal ilişki ağı geliştirmeyi etkileyen faktörler, sosyal ilişki kurma düzeyi, sosyal ilişki kurmada etkili olan bireysel özellikler, kariyere yönelik sosyal ilişki kurma türü) ve 1211 açık kod belirlenmiştir. Bu kodların görselleştirilmesinde frekans (f) tablo ve grafikleri, yoğunluk tabloları ve kod haritaları kullanılmıştır.

4.1. Sosyal İlişkinin Anlamına Yönelik Bulgular

İlk aşamada çalışmanın ana temasını temsil eden sosyal ilişki kavramının katılımcılara çağrıştırdığı anlamlar belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler sosyal ilişki kelimesinin 25 farklı anlam çağrıştırdığını göstermektedir. Buna göre sosyal ilişki kelimesinin en yüksek düzeyde (%14,4) iletişim kurma ile kodlandığı; bunu sırasıyla arkadaşlık (%13,1), sosyal çevre (%9,2) ve insan (%6,5) kodlarının izlediği görülmektedir. Tablo 1’de sosyal ilişki kelimesinin çağrıştırdığı ifadelerle ilişkin frekans ve yüzde dağılımları verilmektedir.

Tablo 1: Sosyal İlişki Kelimesinin Anlamına Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımları

	Frekans	Yüzde
iletişim kurma	11	14,47
arkadaşlık	10	13,16
sosyal çevre	7	9,21
insan	5	6,58
keyifli vakit geçirme	5	6,58
sosyal yaşam	5	6,58
aktif olma	4	5,26
aile	3	3,95
dostluk	3	3,95
kalabalık	3	3,95
fedakarlık	2	2,63
yaşam tatmini	2	2,63
eleştiriye açıklık	2	2,63
yeni insanlarla tanışma	2	2,63
yaşamın gereği	2	2,63
koordinasyon	1	1,32
samimiyet	1	1,32
sosyal medya	1	1,32
özgüven	1	1,32
kişisel gelişim	1	1,32
anlayışlılık	1	1,32
çıkar ilişkisi gütmeme	1	1,32
yardımseverlik	1	1,32
paylaşılan değerler	1	1,32
manevi destek	1	1,32
TOPLAM	76	100,00

4.2. Sosyal İlişki Ağının Anlamına Yönelik Bulgular

Sosyal ilişki kavramı ile yakın anlamlı olduğu düşünülen sosyal ilişki ağı kelimesinin katılımcılara çağrıştırdığı anlamlar belirlenmeye çalışılmış ve bu kapsamda sosyal ilişki ağı kelimesinin katılımcılara 15 farklı anlam çağrıştırdığı

görülmüştür. Buna göre sosyal ilişki ağı kelimesinin en yüksek düzeyde (%24,0) sosyal medya bağlantıları ile kodlandığı; bunu sırasıyla iletişim kurma (%22,0), geniş arkadaşlık ilişkileri (%18,0) ve ulaşılabilirlik (%6,0) kodlarının izlediği görülmektedir. Tablo 2’de sosyal ilişki ağı kelimesinin çağrıştırdığı ifadelerle ilişkin frekans ve yüzde dağılımları verilmektedir.

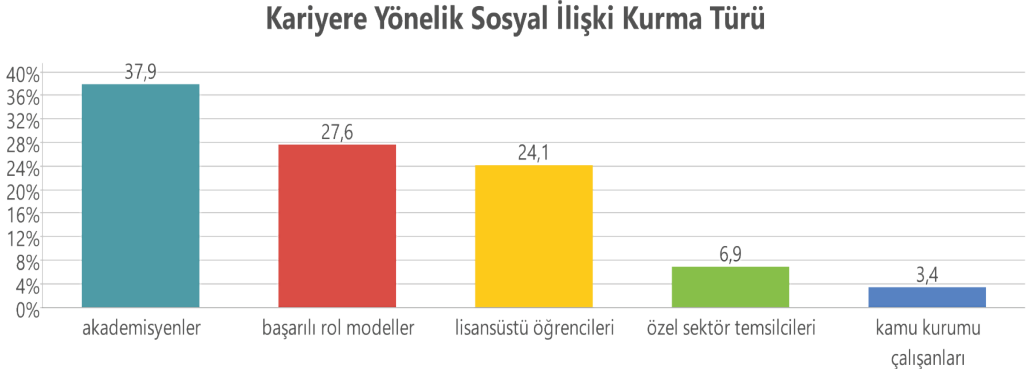
Tablo 2: Sosyal İlişki Ağı Kelimesinin Anlamına Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımları

	Frekans	Yüzde
sosyal medya bağlantıları	12	24,00
iletişim kurma	11	22,00
geniş arkadaşlık ilişkileri	9	18,00
ulaşılabilirlik	3	6,00
yardımseverlik	2	4,00
okul	2	4,00
çalışma arkadaşları	2	4,00
komsuluk	2	4,00
ihtiyaç	1	2,00
uyum	1	2,00
işbirliği	1	2,00
toplu ortamlara katılım	1	2,00
özverili insanlar	1	2,00
aile	1	2,00
güven	1	2,00
TOPLAM	50	100,00

4.3. Kariyere Yönelik Sosyal İlişki Kurma Türüne İlişkin Bulgular

Katılımcıların kariyere yönelik sosyal ilişki kurma türüne yönelik olarak en yüksek oranda (%37,9) akademisyenleri tercih ederken bunu (%27,6) ile başarılı rol modeller ve (%24,1) ile lisansüstü öğrencileri takip etmiştir. Tablo 3’te kariyere yönelik sosyal ilişki kurma türüne yönelik tercihleri özetlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 3: Kariyere Yönelik Sosyal İlişki Kurma Türüne İlişkin Sütun Grafiği



4.4. Sosyal İlişki Ağı Geliştirme Davranışında Kullanılan Stratejilere Yönelik Bulgular

Katılımcıların sosyal ilişki ağı geliştirme davranışında kullanılan stratejiler belirlenmesine yönelik ifadelerine ilişkin kodlamalar “iletişim ağlarından faydalanma”, “politik davranma”, “kişisel gelişim faaliyetlerine katılma”, “katılımcı bakış açısı”, “sosyal ortamlara katılma”, “dönemsel veya yarı zamanlı çalışma”, “izlenim yönetimi”, “analiz etme”, “yüksek düzeyde iletişim” ve “uyum sağlama” olmak üzere on ana tema çerçevesinde ele alınarak, ana temalar ile alt faktörleri içeren kod yoğunluk tablosu oluşturulmuştur. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, lisansüstü öğrencilerinde sosyal ilişki ağı geliştirme davranışında kullanılan stratejilere yönelik olarak iletişim ağından faydalanma faktörü kapsamında iletişim kurma davranışının ön plana çıktığını göstermektedir. Zorunluluk hali ve dışlanma korkusu başta olmak üzere; insanları kırmamak ve üstlere bağlılık unsurları politik davranma faktörü altında değerlendirilmiştir. Aktif olmak, kurslara katılmak ve kendini geliştirmek kişisel gelişim faaliyetlerine katılma faktörü kapsamında yer alırken; fikirlere katılımın da katılımcı bakış açısı üzerinde etkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal ortamlara katılım ve yeni arkadaşlar edinmenin yanı sıra iş ortamında bulunma, izlenim yönetimi, karşıdakini analiz etme gibi tutumların sosyal ilişki ağı geliştirme davranışında kullanılan stratejiler üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre Tablo 4’te sosyal ilişki ağı geliştirme davranışında kullanılan stratejileri etkileyen ana ve alt unsurlar özetlenmeye çalışılmıştır.

5. SONUÇ

Sosyal bir varlık olmanın gereği olarak bireyler ilişki kurma ve bir sosyal gruba ya da ortama ait olma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu ihtiyaçlarını da en iyi şekilde sosyal ilişki ağı geliştirerek ve bu yönde davranışlar sergileyerek giderebilmektedirler. İnsan hayatına katkıları ile önem kazanan sosyal ilişki ağı geliştirme davranışını sadece insani bir ihtiyaç ve gereklilik kapsamında değerlendirmek, bu davranışın altında yatan diğer nedenleri görmeye engel olacaktır. Bu bağlamda sosyal ilişki ağı geliştirme davranışının nedenleri de en az sonuçları kadar önemli hale gelmektedir.

Bu önemi gözeterek yürütülen araştırma, toplumsal yaşamın önemli bir unsuru olan sosyal ilişki ağı geliştirme davranışını bir devlet üniversitesinde öğrenim görmekte olan 24 lisanüstü öğrencinin katılımı ile gerçekleştirmiştir. Araştırma kapsamında yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler MAXQDA programı ile kodlanarak analiz edilmiş; sosyal ilişki ve sosyal ilişki ağı kavramlarının tanımları, bu kavramları oluşturan unsurlar ve etkileyen faktörlerin yanı sıra sosyal ilişki ağı geliştirme davranışına yönelik nedenlere dair bulgulara ulaşılmıştır. Bu kapsamda katılımcılar tarafından sosyal ilişki kelimesinin iletişim kurma, arkadaşlık ve sosyal çevre gibi kavramlarla ifade edildiği; sosyal ilişki ağı kelimesinin ise sosyal medya bağlantıları, iletişim kurma ve geniş arkadaşlık ilişkileri kapsamında değerlendirildiği görülmüştür.

Araştırma kapsamında katılımcılara “Kariyeriniz ile ilgili ne tür sosyal ilişkiler ağı kurmaya çalışıyorsunuz?” sorusu yöneltilerek lisansüstü öğrencilerin kariyere yönelik ilişki kurma türü belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların çoğunlukla akademisyenler, başarılı rol modeller ve lisansüstü öğrencileri ile ilişki kurma çabasına girdikleri görülmüştür. Katılımcıların ifadelerine göre iletişim kurmak, aktif olmak, kurslara gitmek, sosyal ortamlara katılım, yeni arkadaşlar edinme, dışlanma korkusu, izlenim yönetimi, gözlem yapma ve karşıdakini analiz etme gibi unsurlar sosyal ilişki ağı geliştirme davranışının nedenleri olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak elde edilen veriler ışığında, sosyal ilişki ağı geliştirme davranışının nedenlerine yönelik bulgular; bireysel faktörler, çevresel faktörler, sosyal faktörler ve kariyere yönelik faktörler olarak dört temel kategoride ve çeşitli boyutlar altında sınıflandırılmış ve bu kategorilere göre uygulamalara çözüm önerileri sunulmuştur.

Bireysel faktörler kapsamında lisansüstü öğrencilerinin yaşam tatminini ve özgüvenlerini artırmaya yönelik olarak akademisyenler veya rol modelleri tarafından mentorluk çalışmaları yürütülmesi önerilebilir.

Çevresel faktörler kapsamında lisansüstü öğrencilerinin ilişkilerini ön plana çıkarma arzusunu giderme ve sosyal gerekliliklerini karşılamak amacıyla faydalanabilecekleri ve kullanım amacına uygun sosyal medya mecraların geliştirilmesi, bu sayede kendilerini ön plana çıkarmaları ve referans gösterebilecekleri kaynakları artırmalarının sağlanması önerilebilir.

Sosyal faktörler kapsamında tanınırlığın artırılması, yalnızlık hissinden kurtulma ve eğlenme gibi sebeplerle lisansüstü öğrencilerin bir araya gelebileceği hem sosyal hem de akademik gelişimlerine katkı sağlayacak platformların oluşturulması ve var olan platformların geliştirilmesi önerilebilir. Bu kapsamda etkinlikler, atölyeler, çalıştaylar vb. düzenlenerek hem sosyal hem de kariyer gelişimlerinin sağlanması hedeflenebilir.

Kariyere yönelik faktörler kapsamında ise lisansüstü öğrencilerin gelecek kaygısını azaltmayı hedefleyen ve bu sayede verimlilik ve motivasyonlarını artırıcı planların uygulanması ve öğrencilerin kariyer gelişimlerinin sağlanması için akademik imkanların (yurtdışı eğitim, kongre destekleri, burs, uluslararası yayınlara erişim vb.) geliştirilmesi ve bu konudaki sınırlılıkların ortadan kaldırılması ya da minimize edilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Adler, P.S. & Kwon, S.W. (2002). Social Capital: Prospects for A New Concept. *Academy of Management Review*, 27, 17-40
- Akar, E. & Dalgıç, T. (2018). Understanding Online Consumers' Purchase Intentions: A Contribution from Social Network Theory. *Behavior & Information Technology*, 37(5), 473-487.
- Bakıroğlu, C.T. (2013). Sosyalleşme Ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları. *Akademik Bilişim*, 13, 1-8.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Burt, R. S. (1997). The Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly*, 42, 339–365.
- Chang, K. C. (2018). The Affecting Tourism Development Attitudes Based on The Social Exchange Theory and The Social Network Theory. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, DOI: 10.1080/10941665.2018.1540438.
- Chow, W.S. & Chan, L.S. (2008). Social Network, Social Trust and Shared Goals in Organizational Knowledge Sharing. *Information & Management*, 45, 458-465.
- Dobbels, L., Voets, J., Marlier, M., Waegeneer, E.D. & Willem, A. (2018). Why Network Structure and Coordination Matter: A Social Network Analysis of Sport For Disadvantaged People. *International Review for the Sociology of Sport*, 53(5), 572–593.
- Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2001). Correlates of Networking Behavior for Managerial and Professional Employees. *Group and Organization Management*, 26, 283–311.
- Forret, M.L. & Dougherty, T.W. (2004). Networking Behaviors and Career Outcomes: Differences for Men and Women?. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 419-437.

- Granovetter, M.S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 78, 1360-1380.
- Gunawardena, C.N., Hermans, M.B., Sanchez, D., Richmond, C., Bohley, M. & Tuttle, R. (2009). A Theoretical Framework for Building Online Communities of Practice with Social Networking Tools. *Educational Media International*, 46(1), 3-16.
- Huang, Y. M. (2016). Networking Behavior: From Goal Orientation to Promotability. *Personnel Review*, 45(5), 907-927.
- Hwang, A., Kessler, E. H. & Francesco, A. M. (2004). Student Networking Behavior, Culture, and Grade Performance: An Empirical Study and Pedagogical Recommendations. *Academy of Management Learning and Education*, 3(2), 139-150.
- Kanten, P., Gümüştekin, G. & Durmaz, M.G. (2018). Öfke Yönetimini Etkileyen Öncüller: Hemşireler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. 6. Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı 2-3 Kasım 2018 Isparta.
- Kanten, P., Kanten, S., Durmaz, M.G. & Arda, B. (2019). Akademik Örgütlerde Korku Kültürü Üzerine Nitel Bir Araştırma. 27. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı 18-20 Nisan 2019 Antalya.
- Krackhardt, D., & Hanson, J. R. (1993). Informal Networks: The Company Behind The Chart. *Harvard Business Review*, 71, 104-113.
- Krause, J., Croft, D.P. & James, R. (2007). Social Network Theory in The Behavioral Sciences: Potential Applications. *Behav Ecol Sociobiol*, 62, 15-27.
- Lin, S. P. & Le, S. T. (2019). Predictors and Outcomes of Vietnamese University Graduates' Networking Behavior as Job Seekers. *Social Behavior and Personality*, 47(10), 1-11.
- McCallum, S. Y., Forret, M. L. & Wolff, H. G. (2014). Internal and External Networking Behavior an Investigation of Relationships with Affective, Continuance, and Normative Commitment. *Career Development International*, 19(5), 595-614.
- Muldoon, M. R. (2013). Social Network Analysis. Accessed September, 16. http://www.sas.upenn.edu/ppe/Events/uniconf_2013/documents/Muldoon_SocialNetworkAnalysisppt.pdf.

- Salancik, G.R. (1995). Wanted: A Good Network Theory of Organization. *Administrative Science Quarterly*, 40(2), 345-349.
- Sharafizad, J. (2011). Determinants of Business Networking Behavior of Women in Small Businesses. *Small Enterprise Research*, 18(2), 158-160.
- Sih, A., Hanser, S.F. & McHugh, K.A. (2009). Social Network Theory: New Insights and Issues for Behavioral Ecologists. *Behav Ecol Sociobiol*, 63, 975–988.
- Spurk, D., Kauffeld, S., Barhauer, L. & Heinemann, N. S. R. (2015). Fostering Networking Behavior, Career Planning and Optimism, and Subjective Career Success: An Intervention Study. *Journal of Vocational Behavior*, 87, 134-144.
- Volmer, J., Orth, M. & Wolff, H. G. (2018). Multidimensional Networking Behavior in Germany and China: Measurement Invariance and Associations With Objective Career Success. *Journal of Career Assessment*, 26(4), 678-696.
- Walker, R.M., Otoole, L.J. & Meier, K.J. (2008). It's Where You are That Matters: The Networking Behaviour of English Local Government Officers. *Public Administration*, 85(3), 739–756.
- Willis, T.J. (2008). An Evaluation of the Technology Acceptance Model as a Means of Understanding Online Social Networking Behavior. Graduate Theses. University of South Florida.
- Yamin, M. & Kurt, Y. (2018). Revisiting The Uppsala Internationalization Model: Social Network Theory and Overcoming The Liability of Outsidership. *International Marketing Review*, 35(1), 2-17.
- Yu, A.Y., Tian, S.W., Vogel, D. & Kwok, R.C.W. (2010). Can Learning be Virtually Boosted? An Investigation of Online Social Networking Impacts, *Computers & Education* 55, 1494–1503.