



Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Canakkale Onsekiz Mart University

Management
and
Political Sciences Review



Volume: 2 Issue: 2 Year: December 2019
ISSN:2636-8684

Management and Political Sciences Review

Management and Political Sciences Review Mart 2019'da yayın hayatına başlayan, uluslararası bilimsel hakemli bir dergidir. Management and Political Sciences Review dergisinin temel amacı; yönetim ve siyaset bilimi disiplinine teorik ve pratik açılardan katkı sağlayacak, tarafsızlık ilkesi çerçevesinde hazırlanmış, bilim etiği ilkelerine bağlı, güncel ve çözüm odaklı çalışmaların yayınlanmasıdır. Management and Political Sciences Review yılda iki kez yayınlanan, uluslararası ve hakem denetimli bir dergidir. Dergi, yönetim ve siyaset bilimi temel alanıyla ilgili hazırlanmış olan yazıların paylaşılabilceği geniş kapsamlı bir platform niteliğindedir. Bu kapsamda işletme yönetimi alanında stratejik yönetim, örgütsel davranış, pazarlama yönetimi, insan kaynakları yönetimi gibi yönetim disiplinin farklı boyutlarında aynı zamanda siyaset bilimi alanının kamu yönetimi, yönetim bilimi, yerel yönetimler, kent ve çevre politikaları ve siyaset sosyoloji gibi alt disiplinlerinde akademik çalışmalarının yayınlanmasını hedeflemektedir. Dergimizin Aralık 2019'da yayınlanması planlanan sayısında, işletme ve pazarlama, yönetim bilimi, muhasebe, siyaset bilimi alanlarında yedi araştırma makalesi yer almaktadır. Dergimizin bu sayısına çalışmalarını gönderen akademisyenlere, bu eserlerin değerlendirmesini yapan hakemlere, yayın ve danışma kurulu ve sekreteryaya teşekkür ederiz.

Editörler

Prof.Dr.Hüseyin ERKUL

Prof.Dr.Mustafa GÖRÜN

Prof.Dr.Gülten GÜMÜŞTEKİN

Editör Yardımcısı

Doç.Dr.Pelin KANTEN

Web sayfası: <http://dergipark.gov.tr/mpsr>

Management and Political Sciences Review

Vol: 2 - No:2 - 2019

ISSN:2636-8684

Bilim Kurulu

- Prof. Dr. Sedat Murat (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Prof. Dr. Hüseyin Erkul (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Prof. Dr. Daniel Stavárek (Silesian University, Czech Republic)
Prof.Dr. Eric Strauss (Michigan State University)
Prof. Dr. S. Tamer Çavuşgil (Georgia State University, USA)
Prof.Dr.Bünyamin BACAĞ (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Prof. Dr. Gülten Gümüştekin (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Prof. Dr. Erhan Gümüş (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Prof. Dr. Nazan Yelkikalkan (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Prof. Dr. Muharrem Tuna (Gazi University, Turkey)
Prof. Dr. Belkıs Özkara (Afyon Kocatepe University, Turkey)
Prof.Dr.Ayşe Özcan (Giresun University, Turkey)
Prof. Dr. Cavide Uygül (Kültür University, Turkey)
Prof.Dr. Eyyüp Yaraş (Akdeniz University)
Prof.Dr.Muhteşem Baran (İstanbul University)
Prof.Dr. Lütfiye Özdemir (İnönü University)
Prof.Dr. Selahattin Kanten (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Assoc.Prof. Issam Ghazzawi (University of La Verne, U.S.A)
Assoc. Prof. Pelin Kanten (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Assoc. Prof. Ümran Şengül (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Assoc.Prof.Metin Atmaca (Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey)
Assoc. Prof. Michal Tvrdón (Silesian University, Czech Republic)
Assoc. Prof. Roman Šperka (Silesian University, Czech Republic)
Assoc. Prof. Duygu Kızıldağ (İzmir Demokrasi University, Turkey)
Assoc.Prof.Ali Murat Alparslan (Mehmet Akif Ersoy University)
Assos.Prof.Dr.Murat Yeşiltaş (Mehmet Akif Ersoy University)

İÇİNDEKİLER

Sigorta Hileleri: Türk Sigorta Sektörüne Yönelik Bir Değerlendirme.....	7
Prof.Dr.Ayten ÇETİN & Dr.Öğrencisi Serdar ALPAY	
Nizamülmülk'ün Türk-İslam Yönetim Geleneğine Yaptığı Katkıları.....	29
Doç.Dr.Ahmet TUNÇ	
Kentlilik Bilincinin Oluşturulmasında Kent Konseylerinin Rollerini Üzerine Nitel Bir Araştırma	53
Prof.Dr.Hüseyin ERKUL & Doç.Dr. Pelin KANTEN & Dr.Öğrencisi Hafize SEÇTİM	
Ulusal Güvenlik ve Sosyal Medya: Fırsatlar ve Tehditler.....	75
Arş. Gör. Ahmet KURNAZ , Arş. Gör. İsmail KAYAR , Arş. Gör. Mustafa GÜNGÖR, Prof. Dr. Mustafa GÖRÜN	
Market Power And The Adjusted Concentration Index.....	97
Asst. Prof. Can BEKAROĞLU	
Sosyal İlişkiler Ağı Geliştirme Davranışlarının Belirlenmesine Yönelik Lisansüstü Öğrenciler Üzerinde Nitel Bir Çalışma.....	111
Dr.Öğrencisi Benan ARDA & Dr.Öğrencisi Merve Gözde DURMAZ	
Türk Toplumunun Çalışma Yaşamı Karakteristiklerinin Hofstede'nin Boyutları Çerçevesinde İncelenmesi.....	131
Y.L Öğrencisi Deniz AYDIN & Y.L.Öğrencisi Pınar UÇMAN	

SİGORTA HİLELERİ: TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Ayten ÇETİN¹ & Serdar ALPAY²

ÖZET

Sigorta sisteminin maruz kaldığı önemli risklerden biri de, dayandığı temel prensip olan güven ilkesini tehdit etmesi nedeniyle sigorta hileleridir. Türk sigorta sektöründe son yıllarda sıklıkla ele alınan konulardan biri olan sigorta hileleri, sigorta poliçesi ile bir şekilde temas kuran çeşitli çevrelerden her bireyi ve işletmeyi kapsayabilen, oldukça karmaşık olabilen bir suç türüdür. Sigorta hileleri, çeşitli branşlarda değişik şekillerde ortaya çıkabilmekte olup, sigortacı sektörüne ek maliyetler yaratmaktadır. Daha da tehlikelisi, sistemin temel ilkesi olan güven duygusunu olumsuz etkileyerek sistemin sürdürülebilirliğini tehdit eden sigorta hileleri, sigorta sisteminde yer alan tüm oyuncularının önemli sorunlarından biridir ve tüm oyuncuların bu sorun hakkındaki farkındalık düzeyinin artması, sigorta hilelerinin önlenmesi ve tespiti açısından hayati önem arz etmektedir. Çalışmanın amacı; sigorta hilelerini açıklamak ve sigorta hileleri hakkında Türk sigorta sektörüne yönelik değerlendirmeler yapmaktır. Böylelikle, Türkiye’de sigorta hileleri konusundaki farkındalığın artırılması ve hilelere karşı mücadeleye katkı sunulması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta, Sigorta Hileleri, Türk Sigortacılık Sektörü

JEL Sınıflaması: G22, K20

INSURANCE FRAUD: AN ASSESSMENT FOR THE TURKISH INSURANCE SECTOR

ABSTRACT

Insurance fraud is one of the important risks that the insurance system is exposed to because it threatens insurance’s basic principle: trust. In recent years insurance fraud is one of the most frequently discussed issues in the Turkish insurance sector. It is a highly complex form of crime that can cover every individual and business from various circles in some way in contact with the insurance policy. Insurance frauds can occur in various forms in various branches and create additional costs for the insurance sector. Even more dangerous, insurance

1- Prof. Dr. Ayten ÇETİN, Öğretim Üyesi, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, acetin@marmara.edu.tr, orcid.org/0000-0002-4212-5253.

2- Doktora Öğrencisi Serdar ALPAY, Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, serdaralpay@marun.edu.tr, orcid.org/0000-0003-2047-3799.

fraud, which threatens the sustainability of the system by adversely affecting the basic principle of trust, is one of the important problems of all players in the insurance system and increasing the awareness level of all players about this problem is vital for preventing and detecting insurance frauds. Purpose of the study is to explain insurance frauds and to make evaluations about insurance frauds for Turkish insurance sector. In this context, this study aims to increase awareness about insurance fraud in Turkey and to provide contribution to the fight against fraud.

Keywords: Insurance, insurance fraud, Turkish insurance sector

JEL Classification: G22, K20

Bu makale yazarlar tarafından Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Sigortacılık Anabilim Dalı'na sunulan "Türk Sigorta Sektöründe Hileler ve Hilelere Yönelik Tedbirler" adlı Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Sigorta hileleri sebebiyle yapılan hasar ödemeleri, dürüst sigortalıların ödediği primlerin toplandığı fon havuzlarının amacına aykırı şekilde kullanılmasına, haksız yere menfaat temin edilmesine yol açmaktadır. Sahte hasarlar sigorta hileleri neticesinde, gerçek hasarlar gibi değerlendirilmekte, bu durum da hasar tutarı ve hasar frekansı gibi verileri olumsuz etkileyebilmektedir.

Sigorta hileleri nedeniyle yükselen sigorta primleriyle karşı karşıya kalan dürüst sigortalıların, bir anlamda, bu hilelerin bedelini de ödedikleri söylenebilir. Sigortacılığın gelişmiş olduğu Amerika'da, kurulduğu 1993 yılından itibaren, hilelere ile mücadele etmekte önemli rol oynayan Sigorta Hilesine Karşı Koalisyon'un tahminlerine göre, sigorta hileleri her yıl yaklaşık 80 milyar USD sigorta sisteminden çalmaktadır (Coalition Against Insurance Fraud). Bahis konusu direkt zararlara ilaveten, hileleri tespit edebilmek amacıyla hasar süreçlerinde daha çok kontrole yer veren sigorta şirketleri ek maliyetlere katlanmak durumunda kalabilmekte, sigortalıların hasar tazmin süresi ise uzayabilmektedir. Eylemi gerçekleştirenlerin haksız kazanç elde etmesine yol açan suiistimaller sigorta maliyetlerini artırmakla kalmayıp, aynı zamanda sigorta sektörünün mali gücünü de zayıflatmaktadır. Sigorta sistemine duyulan güveni de olumsuz etkileyen sigorta hileleri tüm sigorta sistemine zarar vermektedir.

Bu çalışmada sigorta hileleri irdelenmiş ve Türk Sigorta sektörüne yönelik olarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın önemi, sigorta hileleri konusundaki farkındalığı

artırarak, mücadelenin etkinliğini artırmak, böylelikle Türkiye’de sigorta hilelerinin etkilerinin en aza indirilmesine katkı sunmaktır.

2. HİLE

İlk hile ne zaman yapılmıştır? Her ne kadar kesin bir tarih vermek oldukça zor olsa da, insanoğlunun mal veya hizmet takasına başlamalarıyla beraber, çok karmaşık olmasa da bazı hilelerin yapılabildiği tahmin edilebilir. Diğer taraftan, paranın icat edilmesi ve bilhassa değerli metallere para olarak kullanılmaya başlamasıyla hilelerin kapsamı ve büyüklüğü devasa boyutlara ulaşmış ve yapıma sıklığında olağanüstü bir hızlanma olmuştur. Sözü edilen dönemlerden günümüze evrim geçirerek yeni özellikler ve formlar kazanarak günümüze ulaşmıştır (Kandemir & Kandemir, 2012:16-20). Ortaya çıkmaması ve gizli kalması için her türlü çabanın gösterildiği hileleri tespit etmek ve tekrarlanmaması için kontrol ortamını geliştirmek, ihmal ve hatalara ile karşılaştırıldığında oldukça zordur, bu nedenle hileler her dönemde işletmeler için önemini muhafaza eden bir problem olmuştur. Hile işletmeler için yeni bir kavram olmamasına rağmen, özellikle son on beş yılda büyük bir önem kazanmıştır. Bunu nedeni, dünyanın küreselleşmesine bağlı olarak işletmelerin büyüyen, işlem hacminin artması ve hakla açılmaları sonucunda daha büyük kitleye ve daha yüksek tutarlı zararlara yol açmasıdır (Tarhan Mengi, 2013:III).

Son dönemde bilgi teknolojilerinde gelişmelerin artarak hile imkanlarını çeşitlendirmesi ve kolaylaştırması ile birlikte, ekonomik daralmanın gerek işletmeler gerekse bireylerin gelirleri üzerindeki negatif etkisinin de etkisiyle, hileli işlemlerin sayısı ciddi boyutta artmış, hilelerin tespiti ve önlenmesi yönündeki çalışmalar ve yatırımlar büyük önem kazanmıştır.

2.1. Hile Tanımı

Hile yaşamın her alanında değişik şekillerde karşımıza çıkabilmektedir. Türk Dil Kurumunun hile tanımı da hilenin geniş kapsamını yansıtmaktadır. Hile, “çıkarmak için bir şeye değersiz bir şey katma ve birini aldatmak, yanıltmak için yapılan düzen, dolap, oyun, ayak oyunu, alavere dalavere, desise, entrika” olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu).

Hilenin, herhangi bir kurum veya kuruluşta yönetimde yer alan yöneticilerin veya çalışanların, kendilerine çıkar sağlamak üzere gerçekleştirdikleri, adil olmayan ve kanunları ihlal eden eylemleri olarak da tanımlanması mümkündür (Emir, 2008:113).

Hile ile ilgili olarak karşımıza çıkan bir başka tanım ise, “*birtakım sahte, suni hareketler ile gerçeğin çarpıtılması, gizlenmesi ve saklanması*” şeklindedir (Maviş, 2016:606).

Hile, bir şahsı bir irade beyanında bulunmaya yönlendirmek için, o şahısta kasten hatalı bir kanaat uyandırma veya önceden mevcut olan hatalı bir tasavvuru koruma ve sürdürme fiili olarak da tanımlanabilir (Yıldırım, 2002). Bu yönden, hile kasıtlı olarak karşı tarafın saik hatasına düşürülmesi olarak nitelendirilebilir (Oğuzman & Öz, 2009:93-95).

Hile teşkil eden tutum, çoğunlukla aktif bir hareket içerir. Gerçekte mevcut olmayan bir durumun, aslında mevcut olduğunu ileri süren veya tam tersi anlamda mevcut olanın varlığını inkar ederek gerçek dışı söylemde bulunan bir şahıs hileyi aktif bir hareket ile gerçekleştirmiştir. Her ne kadar çoğunlukla hile bu özellikte olsa da, aktif bir tepki olması hile oluşumu için olmaz bir koşul değildir. Pasif bir tutum da hileyi oluşturabilir. Örneğin, bir sözleşme düzenlenmesi sırasında, karşı tarafın, kendinden beklenen özeni göstermesine karşın, hataya düştüğünün farkına varan bir şahıs, dürüst davranarak bu konuda gerekli uyarıyı yapmak yerine, bu durumdan fayda sağlamak amacıyla sessiz kalmayı tercih ederek de hile gerçekleştirebilir. Böylelikle, aktif bir harekette bulunmadan, pasif bir tutum sergileyerek hile hayata geçmiş olur (Oğuzman & Öz, 2009:93-95).

Söz konusu duruma bir örnek vermek gerekirse, satışa koyduğu aracın motorunu farklı bir model motor ile değiştirerek, aynı model araçlardan farklı bir araç ortaya çıkaran bir otomobil bayii, bu durumda gerçekleşen değişikliklere ilişkin bilgileri araç alıcısına aktarmalıdır. Hal böyle iken, durumdan fayda sağlamak amacıyla, aktif bir davranışta bulunmayan, alıcıyı bilgilendirmeyerek sessiz kalmayı seçen satıcı hile gerçekleştirmiş olur. Türk Ceza Kanununda Madde 157'nin gerekçesi bu hususa ışık tutmaktadır. “*Hile, icrai bir davranışla gerçekleştirilebileceği gibi; karşı tarafın içine düştüğü hatandan, bir konudan yanlış bilgi sahibi olmasından yararlanarak da, yani ihmali davranışla da, gerçekleştirilebilir. Ancak, bu durumda kişinin, hataya düşen karşı tarafı bilgilendirmek konusunda yükümlülüğünün olması gerekir. Hataya düşen kişi ile hukuki ilişkide bulunulan durumlarda, böyle bir yükümlülük vardır. Ayrıca, muhatabın belli bir husustaki hatası karşısında kişinin ihmali davranışının, örneğin susmasının, bir beyan açıklama değerini taşıması gerekir* (TBMM:564).

2.2. Hilenin Temel Unsurları

Joseph T. Wels, 2001 yılında hile ve denetim alanında yaptığı incelemeler neticesinde “Hile Üçgeni” olarak isimlendirdiği bir işleyişi ortaya koymuştur. Hile, üç temel özelliğin bir araya gelmesiyle olgunlaşmakta ve söz konusu faktörler bir arada hile üçgenini oluşturmaktadır. Hile Üçgeni teorisinde incelenen üç faktör şu şekilde açıklanabilir (Ataman & Aydın, 2017:6): Baskı, Fırsat ve Haklı Gösterme faktörlerinin bir yerde buluşması halinde, hilenin ortaya çıkma ihtimalinin çok yüksek olduğu rahatlıkla söylenebilmektedir.

Öte yandan, her durumda kesin olarak hile gerçekleşeceğini savunmak doğru olmayabilir. Konunun açıklık kazanması için şu örnek verilebilir: Uygun sıcaklık, nem ve oksijen faktörlerinin bir araya geldiği ortamda, bitki tohumunun kesin filizleneceğini söylemek mümkün değildir, diğer taraftan filizlenme ihtimalinin yüksek olduğu aşikardır.

2.2.1. Baskı faktörü

Teşvik, motivasyon, güdü olarak da adlandırılabilen baskı unsurları, mali içerikli baskılar, kötü alışkanlıklardan kaynaklanan baskılar, iş ile ilişkili baskılardan meydana gelen üç ana kategori altında gruplandırılabilir. Kişinin veya yakınlarının mali durumlarının bozulduğu ve/veya eksikliği duyulan para miktarının yükseldiği, bir diğer ifade ile mali baskı altına girdiği hallerde, hileye eğiliminin arttığı söylenebilir. Yoksulluk, aniden ortaya çıkan ve hazırlıksız yakalayan finansal ihtiyaçlar, şahsi finansal kayıplar, gelirin çok üstündeki tutarlarda şahsi borçlar veyahut faturalar, açgözlülük, hayal edilen yaşam tarzına ulaşma gibi mali baskılar şahısları hileye yönlendirebilir (Öztoprak, 2017:56-57).

Kötü alışkanlıklardan doğan baskılar da hileye neden olabilmektedir. Örnek vermek gerekirse, kumar zaafı olan, uyuşturucu bağımlısı olan, gece hayatı veya alkole düşkün olan şahısların, bu bağımlılıklarını finanse edebilmek için girdikleri mali imkânsızlıklar ile birlikte, hile gerçekleştirmeye eğilim gösterebilmektedirler. Hile gerçekleştirme sebeplerinden biri de iş ile baskılar olabilmektedir. Örnek ile açıklamak gerekirse, iş yerinde sağladığı katkıların, yakaladığı başarıların yöneticileri tarafından fark edilmediği veya yeterince takdir görmediği veyahut terfi ettirilmediği fikrinde olan, iş yerindeki koşullardan memnuniyetsizlik duyan, hak ettiği meblağdan daha düşük ücret verildiğini düşünen çalışanların, iş ile ilgili bu baskılar sebebi ile hile gerçekleştirmeye yöneldikleri görülebilmektedir (Özdemir, 2013:16-17).

2.2.2. Fırsat faktörü

İlerici Sigorta (Progressive Insurance) tarafından 2011 yılında otuz bir bin Amerikalının katıldığı telefon anketi, fırsat faktörünün hile oluşumundaki etkisine ışık tutmuştur: Katılımcıların yüzde dokuzu, gerçekleştirdikleri hilenin ortaya çıkarılıp yakalanmayacaklarına emin olmaları halinde, herhangi bir sigorta hilesine başvurabileceklerini ifade etmişlerdir (Insurance Journal, 2001).

Ankete katılanların büyük çoğunluğunun tek başına fırsat faktörünün mevcut olduğu bir ortamda hileye başvurmayacaklarını ifade etmesi, fırsatın tek başına etkisinin sınırlı olduğu olarak yorumlanabilir. Diğer taraftan, yüzde ona yaklaşan bir grubun, uygun fırsat oluştuğunda hile gerçekleştireceğini ifade etmiş olması, hile oluşumunda fırsat faktörünün rolünün ihmal edilmemesi gerektiğine işaret etmektedir. Sigorta sektöründe faaliyet gösteren deneyim konusunda uzman kişiler, bazı durumda etik değerleri ve hatta dini inanışları çok katı ve sarsılmaz olan sigortalıların dahi, uygun fırsat ortamı oluştuğunda, hiçbir sakınca görmeden ve rahatsızlık duymadan sigorta hilesine başvurabildiklerine hayret ederek şahit olduklarını ifade etmektedirler (Bekar, 2014:38).

Şahsın hile eylemini gerçekleştirebilmesi ve gerçekleştirdiği söz konusu hilenin gizli kalmasını temin edebilmesi için gereksinim duyduğu ortama kavuşabilmesini içeren fırsat unsuru hile üçgeni içerisinde ayrıcalık bir konuma sahiptir. Yukarıda yer verildiği üzere, bazı kimseler, hile yapma yönünde bir maksatları olmasa dahi, oluşan uygun fırsat ortamı onları hile eylemi için harekete geçirebilmektedir (Wells, 2001).

2.2.3. Haklı gösterme faktörü

Hileciler genellikle, belki de vicdani bakımdan rahat olmak, yasalara ve ahlaka uygun olmayan haksız bir eylemi gerçekleştirmenin baskısını hafifletmek güdüsüyle, esasen kendilerinin dürüst olduğunu, gerçekleştirdikleri veya gerçekleştirecekleri hile eylemlerinin de haklı bir nedene dayandığını farz etme eğilimindedirler. Bir diğer ifade ile “böyle bir durumda kim olsa, bu hileyi yapardı” diye düşünerek hile eylemlerini doğru ve haklı olduğuna kendilerini de inandırmaya çalışırlar. Banka hile inceleme çalışmalarında tanık olduğum üzere, müşterilerin hesabından veya şube kasasından nakit parayı zimmetine geçiren banka görevlileri ifadelerinde çoğunlukla, türlü nedenlerden dolayı nakit ihtiyaçlarını gidermek için hile gerçekleştirdiklerini, ancak parayı daha sonra bir şekilde iade etme, yerine koyma niyetinde olduklarını belirtmektedirler. “Amacım çalmak değildi, kısa süreli ödünç aldım, elime para geçtiğinde iade edecektim” benzeri ifadeleri sıklıkla soruşturma raporlarında okumaktayız. Hileciler için,

haklı gösterme çabaları doğrultusunda birçok bahane ileri sürebilmektedirler. Bazen uğradıkları haksızlıklar nedeniyle çalıştıkları kurumlara kızan şahıslar, işletmeye zarar vermek ve/veya sahiplerinden intikam alma amacıyla, hile yapmak durumunda kaldıklarını ifade edebilmektedirler.

Bazen de, çevrelerinde hile gerçekleştirdiklerini ve hile eylemelerinin ortaya çıkmadığını düşündükleri durumlarda, “Madem herkes yapıyor ve herhangi bir müdahale veya yaptırım ile karşılaşmıyorlar, hileleri gizli kalmaya devam ediyor, ben sıkıntı çekerken onlar rahat bir yaşam sürüyor, ben neden aynıysa yapmayayım” diye düşünerek hile yapan kimseler de bulunmaktadır. Satış hacmi, belli gelir ve gider kalemleri ve finansal rasyolarını olduklarından farklı şekilde göstermek için muhasebe kayıtları ve finansal tablolarındaki bilgilerini değiştirerek veya olduğundan farklı algılanmasına neden olacak şekilde değiştirerek doğru yansıtmayan, bu yol ile hile gerçekleştiren işletme yöneticilerinin, söz konusu hileleri işletme için ve/veya çalışanların menfaati için yaptıklarını ifade ettiklerini suiistimal inceleme raporlarında sıklıkla görmekteyiz (Güneş, 2014:13).

2.2.4. Yetkinlik faktörü

Literatürde sık sık şahısların hile eylemine yönelmelerini açıklamak için yararlanılan hile üçgenin unsurları düşünüldüğünde, fırsat, baskı, haklı gösterme faktörlerinin hile eylemine yönlendiren tüm faktörleri açıklamadığı söylenebilir.

Bu üç faktör hileyi tam anlamıyla açıklamaya yeterli ise, gerekli fırsat ortamını yakalamış, baskı faktörünün etkisi altında kalan ve haklı gösterme faktörünün de etkisini gösterdiği, bir diğer ifade ile bahis konusu üç faktörün bir araya geldiği, her durumda hile gerçekleşir mi? Bu soruya bu nitelikteki her ortam olumlu cevap vermek oldukça zordur. Ortamdaki fırsatların farkına varmak, bu fırsatları değerlendirerek hileyi tatbik edebilmek için şahısların bazı yetkinliklere sahip olması da gereklidir. Bu koşuldan yola çıkarak, üç faktörden meydana gelen hile üçgenine bir faktör daha ilave etmek mümkündür. Bahis konusu dördüncü faktör yetkinlik olarak ifade edilmiştir.

Yetkinlik, işyerinde görevli şahısların, kendilerine verilen görevleri yerine getirirken, ihtiyaç duydukları bilgi, beceri, tutum, davranışlar, ek olarak kişisel özellikler ve değerlerin birleşiminden meydana gelmektedir. Yetkinliklerin aşağıdaki gibi sınıflandırılması mümkündür (Tarhan Mengi, 2012:118-120):

- Başarma temayülüne ve eyleme yönelik olanlar
- Örnekler: Başarma güdüsü, öncelik alabilme, risk alabilme, bilgi arama

ve edinme çabası, araştırma ve yeniliğe açık olma, düzenli çalışma

- Yardımlaşma ve hizmete yönelik olanlar
- Örnekler: Empati kurabilme, kişiler arası ilişkilerde güçlü olma, başkalarını etkileyebilme, güçlü iletişim ve ilişki kurabilme
- Yönetsel olanlar
- Örnekler: Yönetimi altında çalışanları geliştirme ve eğitme, takım çalışması ve işbirliği, liderlik, yetki kullanabilme
- Bilişsel olanlar
- Örnekler: Analitik düşünme ve problem çözme, kavramsal düşünme ve bütüncül bakış, teknik ve mesleki uzmanlık
- Şahsi etkililik ile ilişkili olanlar
- Örnekler: Öz kontrol, özgüven, değişime kolay uyum sağlayabilme ve esneklik, örgütsel bağlılık, örgütsel bilince sahip olma, kurumu tanıma

Dördüncü faktör olarak hile üçgenine eklenen yetkinlik, hile üçgenini hile karosuna dönüştürmüş olup, hile karosu hile eylemlerini açıklamada daha güçlü bir model haline gelmiştir. Haklı gösterme ve baskı faktörleri bireyi hileye yönlendirmede etkili olmakta, fırsat faktörünün de eklenmesiyle hileye elverişli bir ortam oluşmaktadır. Mamafih, özellikle yüksek tutarlı ve sürekli tekrar eden hilelerin önemli bölümü, yeterli yetkinliğe sahip bireylerin katılımı olmaksızın gerçekleştirilememektedir.

3. TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜNDE HİLE

Türkiye’de sigorta konusunda uygulanmakta olan Türk Ticaret Kanununun haricinde, 1959-2007 döneminde uygulanan 7397 sayılı Sigorta Murakabe Kanunu, 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu ile yürürlükten kaldırılmıştır. Sigortacılık Kanununun amacı şu şekilde açıklanmıştır (26552 Sayılı R.G., 2007): *“Ülkemiz sigortacılığının geliştirilmesini sağlamak, sigorta sözleşmesinde yer alan kişilerin hak ve menfaatlerini korumak ve sigortacılık sektörünün güvenli ve istikrarlı bir ortamda etkin bir şekilde çalışmasını temin etmek üzere bu Kanuna tâbi kişi ve kuruluşların, faaliyete başlama, teşkilât, yönetim, çalışma esas ve usulleri ile faaliyetlerinin sona ermesi ve denetlenmesine ilişkin hususlar ve sigorta sözleşmesinden doğan uyuşmazlıkların çözümlenmesine yönelik olarak*

sigorta tahkim sistemi ile ilgili usul ve esasları düzenlemektir.”

Adı geçen Kanunda sigorta hileleri veya sigorta dolandırıcılığı ile ilgili cezai hükümler ihdas olunmamış olup, bu koşullar altında, bahis konusu hileler ile ilgili Türk Ceza Kanununun ilgili hükümlerine başvurulması durumu ortaya çıkmaktadır (Arslan, 2017:92).

Türkiye Sigorta Birliği, sigorta sahtekarlığı olarak adlandırdığı sigorta hilesini şu şekilde tanımlamıştır: *“Kötü niyetli kişilerin haksız kazanç elde etmek amacıyla sigorta şirketini bilerek, kasıtlı olarak aldatmasıdır”* (Türkiye Sigorta Birliği, 2019).

Türk sigorta mevzuatında hileli işlemlere ilişkin “yanlış sigorta uygulaması” adı altında bir tanım da yapılmıştır. Yanlış Sigorta Uygulamalarının Tespiti, Bildirimi, Kaydı ve Bu Uygulamalarla Mücadele Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik’e göre, *“yanlış sigorta uygulaması, sigorta ilişkisi içerisindeki taraflardan ya da bu ilişkide rol oynayan kişilerden bir veya birkaçına haksız menfaat sağlamaya yönelik her türlü fiili ifade eder.”* (27920 Sayılı R.G., 2011).

Sigorta konusu risk gerçekleştiğinde, sigortalının doğan zararının tazminini talep edebilme hakkını kullanabilmesi için sigorta sözleşmesinde mutabık kaldığı genel ve özel şartlara uyma zorunluluğu bulunmaktadır. Söz konusu şartlara aykırı hareket eden sigortalı, sigortanın sağladığı finansal koruma şemsiyesinden faydalanamayacaktır.

Örnek vermek gerekirse, araç sahibi güvenlik bekçisi de bulunan bahçe katındaki yazlık evinde uyumakta iken, salondaki sehpanın üzerine bırakmış olduğu arabasının anahtarını, açık pencereden eve girerek alan hırsız kolaylıkla aracı çalmıştır. Sigorta şirketi böyle bir durumda, araç orijinal anahtarının zor kullanılmadan alındığı ve aracın anahtarının kilitli bir yerde muhafaza etmeyen araç sahibinin bu yönden ihmali olduğu gerekçesiyle, araç bedelinin ödemeyi reddedebilir.

Benzer şekilde, vale hizmeti veren şahıssa veya kendisini vale olarak tanıtan veyahut aracınızı satın almak istediğini ve aracı denemek istediğini belirten sahtekara kendi elinizle aracınızın anahtarını teslim etmeniz halinde poliçede yer alan şartlara uygun hareket edilmediği gerekçesiyle sigorta şirketi zararınızı karşılamayı reddedebilir. Bu gibi durumlarda, o güne kadar hiçbir kanunsuz davranış sergilememiş, “örnek vatandaş” olarak gösterebileceğimiz kişilerinde dahi, tereddüt etmeden sigorta hilesine başvurabildiklerini gözlemlemekteyiz. Örneğimizde anahtarının açık şekilde sehpa bırakılan sigortalının daha sonra

kilitli bir dolabı kırarak, araç anahtarını kilitli dolabın içinde muhafaza ettiğini ve anahtarın buradan hırsız tarafından zor kullanarak ele geçirildiğini beyan ettiği ortaya çıkmıştır.

3.1. Sigortada Yapılan Hile Türleri

Sigorta sözleşmesi düzenlenen her branş ile olarak, örneğin sağlık sigortaları, hayat sigortaları, araç sigortaları, yangın sigortaları, konut ve eşya sigortaları, ferdi kaza, nakliyat sigortaları, sigorta hilesi ile karşılaşmak mümkündür. Aşağıda karşılaşılabilecek olan bazı hile türlerine değinilmiştir (Tarhan Mengi, 2014:73-82):

- Lehtarı tarafından yararlanılmamış olan sağlık hizmetlerinin kullanılmış gibi gösterildiği sağlık sigortası hileleri,
- Ölümcül hastalığa yakalandığını öğrendikten sonra, durumunu gizleyerek teminat alındığı sağlık ve hayat sigortası hileleri,
- Sonradan öldü gibi gösterip tazminat talebinde bulunmak amacıyla sahte kimlik yaratılan veya ölmediği halde ölü numarası yapanların görülebildiği hayat sigortası hileleri
- Tazminat talebinde bulunmak amacıyla konutunu ve işyerini kundaklayanların karıştığı konut, yangın sigortası hileleri
- Kağıt üzerinden düzenlenen raporlarla sahte kazalar üzerinden tazminat talep edenlerin karıştığı araç ve ferdi kaza sigortası hileleri
- Hırsızlık sonucu uğranılan kayıpların olduğundan çok daha yüksek gösterildiği sigorta hileleri
- Sağlığı bozulan veya hayatını kaybeden hayvanın kulak küpesinin sigortalı olan hayvanın kulak küpesi ile değiştirilerek tazminat talep edilen hayvan sigortaları
- Trafik kazasının gerçekleşmesini müteakiben yapılan kasko, kazayı yapan alkollü şoförün bir başka şoför ile değiştirilmesi, uydurma çalıntı bildirimini üzerinden tazminat talep edilen araç sigortaları (Yılmaz, 2015:10).

Sigorta hilelerine ilişkin farklı sınıflandırmalar yapmak mümkündür. ACFE, sigorta sektöründe görülen başlıca sigorta hileleri türlerini aşağıdaki ana ve alt maddeler üzerinden değerlendirmektedir (ACFE, 2018:2-7). Sigorta hilelerine ilişkin uluslararası uygulamalar ve terimler ülkemizde farklı şekilde uygulama

alanı bulabilmekte ve/veya farklı terimler kullanılabilir. Bu husus göz önünde bulundurularak, Türk sigorta sektöründeki mevcut durum ile birlikte değerlendirmeler yapılmıştır:

3.1.1. Acente ve broker hileleri

Sırasıyla, Nakit, İkraz, Kar Paylı Ödemeler; Tazminat Ödemesine İlişkin Sahte Ödemeler; Prim Hileleri; Sahte Lehtara Ödeme Talepleri ve Sahte Vefat Tazminatı Talepleri alt başlıkları ve yararlanılan kaynakta belirtilen açıklamaları üzerinden değerlendirilmiştir (ACFE, 2018:2-3):

• Nakit, İkraz, Kar Paylı Ödemeler (Cash, Loan and Dividend Checks)

Bu hile türünde, şirketin bir çalışanı, sigortalının ve/veya sigorta ettirenin bilgisi dışında, nakit, ikraz veya kar paylı ödemesi talebinde bulunur. Hileci, bahis konusu bedelin kendi banka hesabına veyahut sahte ve kurgulanan bir hesaba yatırılmasını sağlar. Hileci çalışan, hilesinin fark edilme ihtimalini minimize etmek için, şirket poliçe müşterisinin adresini de kendi adresi veya sahte ve kurgulanmış bir adres ile değiştirir. Hilekar, ilgili ödeme gerçekleştikten hemen sonra, söz konusu adresi yine önceki doğru adres ile değiştirme eğiliminde olabilmektedir.

Ülkemizde bu yöntem acenteler tarafından sıklıkla başvurulmakta olup, nedenlerden birinin de müşteri iletişim ve adres bilgilerine ilişkin güvenlik teyitleri ve denetimlerinin yeterli uygulanamaması olduğu düşünülmektedir. Ülkemizde faaliyet gösteren bazı sigorta şirketleri bu tür hile eylemlerini önlemek üzere, müşteri iletişim bilgilerinin sistemden silinmesini engellemekte ve eski ve yeni tüm iletişim kanallarından gerçek müşterinin teyidini almaya çalışmaktadırlar.

• Tazminat Ödemesine İlişkin Sahte Ödemeler (Settlement Checks)

Karma Hayat Poliçesi (Endowment Policy), poliçe vadesi geldiğinde, sigortalıya toplu bir meblağın ödemesi veya talep edilirse maaş olarak ödenmesini tasarlayan bir hayat sigortası poliçesidir. Adı geçen poliçenin vadesi gelmeden önceki bir tarihte, sigortalının vefat etmesi durumunda, sigortadan yararlanan bireye vefat tazminatı ödemesi yapılır (Milli Reasürans T.A.Ş., 2004:96).

Vadesi gelmiş karma hayat, birikimli hayat poliçesi gibi iştirah edilmesi ve/veya tazminat ödemelerinin, hileci çalışan tarafından, müşterinin gerçek adres ve hesabı dışında, başka bir adres ve hesaba örneğin hilecinin kendi ev veya iş adresine veyahut sahte ve kurgulanmış bir adres ve hesaba yönlendirilmesi söz konusudur. Hileci bu yöntemde, vade tarihinden önce ödeme talimatına esas adres

ve hesap bilgileri değiştirerek hile eylemini kolaylıkla gerçekleştirebilmektedir.

• Prim Hileleri (Premium Fraud)

Ülkemizde de sık sık rastladığımız bu hile türünde, sigorta şirketinin acentesi, müşterilerinden tahsil ettiği sigorta primlerini, sigorta şirketine transfer etmek yerine zimmetine geçirir. Sigorta şirketine prim aktarılmadığı için ilgili sigortalar geçerlilik kazanmaz ve ilgili riskler teminat altına alınmamış durumda kalır. Bu hile türü, özellikle acenteye prim tahsilat yetkisi veren şirketler açısından risk teşkil etmektedir.

• Sahte Lehtara Ödeme Talepleri (Fictitious Payees)

Sigorta sözleşmesinin tarafları olan sigorta şirketi ve sigorta ettiren, öngörülen koşulların oluşması halinde ödemenin bir başkası lehine yapılması üzerinde anlaşmaya varabilir. Bir başka ifade ile sigorta ettiren ile sigortalı farklı olabilir. Örneğin, evli çiftlerde, eşlerden birinin hayatı sigortaya konu edilebilmekte ve sigortalının teminat altına alınan risklerin gerçekleşmesi halinde vefat tazminatı ödemesi eşine yapılmaktadır (Milli Reasürans T.A.Ş., 2004:204). Bu tür sigortalarda, hileci bir görevli veya acente, gerçek sigorta lehtarını sahte bir kişinin bilgileri ile değiştirmek ve sonrasında ödeme talimatının düzenlenmesi için gerekli belgelerin bu sahte adresine ve/veya hesabına gönderilmesi ve tazminat ödemesinin tahsil edilmesini sağlamak suretiyle hilesini gerçekleştirmektedir.

• Sahte Vefat Tazminatı Talepleri (Fictitious Death Claims)

Bir sigorta şirketi çalışanı veya acentesi, sahte bir ölüm ve defin belgesi yaratarak, bu belgeye istinaden vefat tazminatının ödenmesi talebinde bulunur ve ödemeyi tahsil eder. Ülkemizde, bu tür hilelere sıklıkla rastlanmaktadır.

3.1.2. Risk kabul sürecinde düzensizlikler

Risk Kabul Sürecinde Düzensizlikler (Underwriting Irregularities) sırasıyla, Girişim Sermayesi Finansmanı Hileleri; Sahte Beyan; Hileli Bilgi; Sahte Poliçeler; Kefalet Sigortası Hileleri; Hileli Teminat Genişletme; Mevcut Poliçesinden Hile İle Vazgeçirme ve Mevcut Poliçeden Hile İle Vazgeçirme alt başlıkları ve yararlanılan kaynaktaki belirtilen açıklamaları üzerinden değerlendirilmiştir (ACFE, 2018:3-4):

• Girişim Sermayesi Finansmanı Hileleri (Equity Funding)

Girişim sermayesi finansmanı, özellikle yeni kurulan işletmelerin faaliyetlerinin finansmanı için, mevcut prim ve/veya poliçe değerlerinin kullanılması olarak

tanımlanabilir. Esasen, sigortalı acente tarafından yapılanın ve yeni sözleşme üzerindeki uzun vadeli ödeme şeklinin farkında olduğu ve bunları tam olarak kavradığı sürece, bu süreçte bir hile bulunmamaktadır. Aksi halde ise, bir diğer ifade ile sigortalının olanların farkında olmadığı hallerde, bu tür bir hile eyleminden söz edilebilir.

• Sahte Beyan (Misrepresentation)

Sigorta ilişkisinin kurulması aşamasında, sözleşmenin taraflarından biri diğer tarafı yanlış bilgilendirebilir. Yanlış bilgilendirme herhangi bir kasıt olmaksızın ortaya çıkmış ise Yanlış Beyan (Misrepresentation), kasıtlı olarak ortaya çıktığında ise Sahte Beyan (Fraudulent Misrepresentation) olarak değerlendirilmektedir (Milli Reasürans T.A.Ş., 2004:120-180). Hileci bir satış temsilcisi, müstakbel sigortalıyı aldatmak ve bu yolla yasadışı bir kazanç sağlayabilmek amacıyla sahte beyanda bulunmak yoluyla hile eylemini gerçekleştirebilir.

• Hileli Bilgi (False Information)

Şirkette çalışanı hile eylemini gerçekleştirmek, bu yol ile yasadışı menfaat sağlamak amacıyla, hileli bilgilere başvurabilir. Söz konusu hileli bilgilere örnek olarak şunları sıralamak mümkündür:

- o Başvurduğu belirli bir sigorta poliçesi ile ilgili olarak, daha iyi bir fiyat (rate) elde etmek amacıyla, doğru olmayan tıbbi bilgiler verilmesi. Fiyat, sigorta bedeline veya teminata uygulanarak prim miktarını belirleyen, sigortacı açısından teminat kapsamına alınan riskin büyüklüğünü gösteren en önemli ölçüdür (Milli Reasürans T.A.Ş., 2004:231).
- o Yeni sözleşme için daha düşük bir prim talep edilmesini temin etmek amacıyla, doğru olmayan doğum tarihi verilmesi
- o Ev veyahut otomobil sigortası ile ilgili olarak, daha düşük prim talep edilmesini sağlayacak şekilde doğru olmayan ev adresinin verilmesi
- o Normal şartlar altında kişinin risk havuzundan başvurmasını gerektirecek bir sigorta yerine bir başkasını elde etmek veya daha düşük bir kasko sigortası primi ödeyebilmek amacıyla, yanlış sürücü geçmişi bilgilerinin verilmesi

• Sahte Poliçeler (Fictitious Policies)

Sigorta şirketinde satış ile görevli olan hileci, şirketteki pozisyonunu muhafaza etmek, yazdığı poliçelerin sayısını artırmak amacıyla, görev yaptığı şirkete düzmece poliçeler gönderebilir. Bir başka hile yöntemi ise, çalıştığı şirket ile iş

akdinin sonlandırmadan önce, komisyon havuzunu daha iyi göstermek böylelikle kendisine ödenecek tazminatı yükseltmek amacıyla hileci çalışanın, hayatta olmayan bireylerin adına sahte yeni poliçeler üretmesi olarak ortaya çıkabilir.

• Kefalet Sigortası Hileleri (Surety and Performance Bond Schemes)

Kefalet sigortası, yoğun olarak kullanıldığı Amerika’da “Surety Bond” olarak ifade edilmekte olup, teminat mektuplarına işlev bakımından benzeyen ve bankacılık ürünü olan teminat mektuplarının yerine kullanılacak özellikte bir ürün olarak ülkemizde de kullanılmaktadır (Yeşilyaprak & Polat, 2018:137).

Kefalet Senedi (Surety Bond), sigortaya konu sözleşmenin taraflarından birinin yükümlülüklerini yerine getirememesi ve/veya eksik yerine getirmesi veya borçlunun alacaklı tarafa borcunu ödeyememesi hallerine karşı güvence sağlayan bir yasal sözleşmedir. Böyle bir durumda, kefil garantör yükümlülüğünü yerine getirmek amacıyla, alacaklı tarafa sözleşmede belirtilen tutarın ödemesini gerçekleştirir. Yukarıda açıklanan hallerde, sigorta şirketi devreye girerek alacaklı tarafa öngörülen ödemeyi yapmaktadır (Milli Reasürans T.A.Ş., 2004:269).

Kefalet sigortası ve kefalet senedi ile ilgili hileler şu şekilde ortaya çıkabilmektedir: Bir sigorta acentesi, ilgili riskin hiçbir zaman gerçekleşmeyeceğini ve dolayısıyla herhangi bir tazminat ödemesinin hiçbir zaman yapılmayacağını planlayarak, bu riski teminat altına alacak düzmece yüksek teminatlı garanti veya teminat mektupları düzenleyebilir. Acentenin beklentisinin aksine risk gerçekleşir ve bir tazminat ödenmesi yükümlülüğü doğarsa, acente tazminat bedelini kendi kaynaklarından karşılamayı veya bu ödemeyi geciktirmeyi veyahut ödemeyi hiç yapmadan ortadan kaybolmayı tercih edebilmektedir.

• Hileli Teminat Genişletme (Sliding)

Hileli Teminat Genişletme, acente veya brokerin primi artırmak amacıyla, sigortalının bilgisi dışında poliçeye ek teminatlar ekleyerek teminat kapsamını genişletmesi ve karşılığında ilave primler talep etmesi olarak açıklanabilir (Gezgez & Yöndem, 2016:10).

Ek olarak ödenen primler toplam prim bedeli içerisine eklenmekte, dolayısı ile sigortalı ek teminatlar hakkında bilgiye sahip olmadığı müddetçe, bunlardan doğan tazminat tutarları ödenmemektedir. Örneğin, kaza sonucu vefat, seyahat kazalarına ilişkin teminatlar, motor kulüp üyelikleri gibi ek teminatlar sigortalının bilgisi dışında poliçe teminat kapsamına alınmış olabilir.

• **Mevcut Şirketten Hile İle Vazgeçirme (Twisting)**

Sigorta şirketleri genel olarak yeni poliçe satışlarını teşvik etmek amacıyla, ilk yıl acente satış komisyonlarını daha yüksek belirlemektedir. Hileci acente, müşterilerine yarar sağlamayacağını bilincinde olarak, müşterilerini yüksek baskılı satış teknikleri ile mevcut poliçelerini iptal etmeye ve sonrasında yeni bir sigorta şirketinden yeni bir poliçe satın almaya yönlendirebilmektedirler. Acente bu hile yöntemi ile haksız şekilde daha fazla komisyon geliri elde edebilmektedir (Pocketsense).

• **Mevcut Poliçesinden Hile İle Vazgeçirme (Churning)**

Bu hile yönteminde, hileci sigorta acentesi, aynı maliyet ile mevcut poliçelerindeki teminatlara ek teminatlar satın alabileceklerini ileri sürerek, müşterilerini yeni poliçelere yönlendirmesi ile gerçekleştirilebilir (Pocketsense).

• Sigorta müşterisi, söz konusu yeni poliçelerin maliyetinin çoğu zaman daha yüksek olacağını farkında değildir, bu hususta acente tarafından kasıtlı olarak kendisine yeterli bilgi sunulmamıştır.

3.1.3. Araç sigortası hileleri

Araç Sigortası Hileleri, sırasıyla, Aracını “*Hendeğe*” Terk Etme; Hasar Sonrası Sigortalama; Aracın Tamiri; Araç Kaçakçılığı; Hayalet Araçlar; Anlaşmalı Kazalar; Şişirilmiş Hasarlar; Araç Tanımlama (Şasi) Numarası ve Kiralık Araç Hilesi alt başlıkları ve yararlanılan kaynaktan belirtilen açıklamaları üzerinden değerlendirilmiştir (ACFE, 2018:3-4):

• **Aracını “*Hendeğe*” Terk Etme (Ditching)**

Araç sahibinin aracından vazgeçmesi ve aracını terk etmesi ile tetiklenebilen bir hile eylemidir. Hileci genellikle araç çalıntı ihbarı yapmaktadır. Bazı olaylarda hileci araç sahibi, aracın veya parçalarının çalınması veya haczedilmesi ve imha edilmesini umarak aracını terk edip uzaklaşmaktadır. Aracını bir anlamda *hendeğe terk etti* (ditching) tabiri ile de açıklamak mümkündür. Araca ilişkin sigorta poliçesindeki teminat tutarının hileli olarak ele geçirilmesi için yapılan hile eylemi ile teminat bedeli nakit olarak alınmış veya ödemeleri aksayan kredinin borçları ödenmiş olur. Bazı olaylarda, hilecinin planı, çalınmış gibi gösterilen aracın içerisinde bulunan, sigorta teminatına dahil edilmiş malları da kapsamaktadır.

• **Hasar Sonrası Sigortalama (Past Posting)**

Hilecinin aracı bir trafik kazasına karışmıştır ancak araç sigortalı değildir. Aracının hasarını sigorta şirketine karşılamak amacıyla, hileci kaza tarihinden sonra kaza yapan aracını sigortalatır. Sonrasında dikkat çekmemek için genellikle belli bir süre bekleyen hileci, ardından aracının kaza yaptığını sigorta şirketine bildirerek tazminat talebinde bulunmak suretiyle hile eylemini gerçekleştirebilir.

• **Aracın Tamiri (Vehicle Repair)**

Kaza geçiren aracın tamirinde, yeni parçalar yerine ikinci el parçalar kullanılır, fakat sigorta şirketine faturalandırmanın yeni parçalar kullanılmış gibi göstererek gerçekleştirilmesi sağlanır. Bu nitelikteki hile eylemlerinde, sık sık araç sahibi ile tamirciler arasında iş birliği yapıldığını gözlemlemekteyiz. Ülkemizde de sık rastlanan hile yöntemleri arasında olduğu söylenebilir.

• **Araç Kaçakçılığı (Vehicle Smuggling)**

Hileci kişi, öncelikle mümkün olan en yüksek tutarda borçlanarak yeni bir araç satın alır. Söz konusu aracın temiz ve hatasız olduğuna dair sahte bir sertifika ile belgelendirilmesini sağlar. Bir sonraki aşamada, hileci aracı en yüksek teminat limiti ve en düşük tenzili muafiyet üzerinden sigortalatır. Sonrasında araç bir şekilde ülke dışında çıkartılır ve yurtdışında satışı gerçekleştirilir. Diğer taraftan, sigorta şirketine aracın çalındığı bildirim yapılarak tazminatın ödenmesi sağlanır.

• **Hayalet Araçlar (Phantom Vehicles)**

Aracın gerçekten var olduğuna dair kesin bir kanıt olmasa da, aracın yasal olarak sahibi olduğunu gösteren bir belgeyi kullanan hileci, bu belge üzerinden tahsilatı kolaylıkla yapabilmektedir.

• **Anlaşmalı Kazalar (Staged Accidents)**

Önceden kararlaştırılmış bir araç ile çeteler ve failler tarafından organize edilen, bir diğer ifade ile sahneye konan ve tekrar ve tekrar defalarca gerçekleştirilen kazalar üzerinden hayata geçirilen hile eylemleri olabilir.

• **Şişirilmiş Hasarlar (Inflated Damages)**

Araç tamir servisleri tarafından kasıtlı olarak, tamir masrafları olduğundan yüksek gösterilebilmektedir. Böylelikle sigorta şirketlerine uyguladıkları indirimlerden doğan farkların da giderilmesi için uygulanan hile eylemleridir. Hileci servis, araç sahibinin şişirilmiş hasarlardan doğabilecek tüm maliyetin, servis tarafından

karşılacağını söyleyerek, araç sahiplerini ikna edebilmektedir.

- **Araç Tanımlama (Şasi) Numarası (Vehicle Identification Number (VIN) Switch)**

Araç tanımlama numarasının değiştirilmesi marifetiyle, hasarlı bir aracın satışı gerçekleştirilmekte ve sonrasında bahis konusu aracın tamir edildiği bildirilmektedir. Gerçekte araç tamiri gerçekleştirilmemiş, sadece şasi numarası plakası aynı tip ve model çalıntı bir araca ait olan ile değiştirilmektedir.

- **Kiralık Araç Hilesi (Rental Car Fraud)**

Araçlar üzerinden gerçekleştirilen hile eylemleri ile ilgili olarak, aracın mülkiyetinin hileci üzerinde olması şart olmayıp, kiralık araçlar üzerinden gerçekleştirilen çok sayıda hile eylemi olabilmektedir. Maddi ve/veya bedeni hasarlı, ihracat hileleri en yaygın olan örneklerdir.

3.1.4. Mal sigortaları hileleri

Mal Sigortaları (Property Insurance), fiziki niteliğe sahip her türlü taşınır veya taşınmazın maddi hasara maruz kalmasına karşı güvence sunan sigortalardır (Milli Reasürans T.A.Ş., 2004:222-223). Mal sigortaları hileleri, sigorta kapsamındaki varlıklara ilişkin gerçekte oluşmamış (sahte) hasar tazmin talepleri veya oluşan zararın ötesinde şişirilmiş tazminat talepleri yoluyla gerçekleştirilen hilelerdir. Sırasıyla, Şişirilmiş Envanter; Sahte veya Şişirilmiş Hırsızlıklar; Hayali Gemiler ve Kundaklama alt başlıkları ve yararlanılan kaynaktan belirtilen açıklamaları üzerinden değerlendirilmiştir (ACFE, 2018:6):

- **Şişirilmiş Envanter (Inflated Inventory)**

Hileci, hiçbir zaman sahip olmadığı veya daha önce satışını gerçekleştirerek elden çıkardığı mallara ilişkin, bu malların envanter kayıtlarında mevcut görünmesinden de faydalanarak tazminat talebinde bulunabilmektedir.

- **Sahte veya Şişirilmiş Hırsızlıklar (Phony veya Inflated Thefts)**

Hilekar, hiçbir zaman sahip olmadığı veya daha önce satışını gerçekleştirerek elden çıkardığı malların, çalındığını ileri sürerek hile yapabilmektedir.

- **Hayali Gemiler (Paper Boats)**

Hileyi planlayan birey, satış faturası vasıtasıyla, gerçekte var olmayan veya kasıtlı olarak batırılan bir gemi ile ilgili olarak tazminat talebinde bulunabilmektedir.

• **Kundaklama (Arson for Profit)**

Ticari mülkler ve şahsi meskenler kasıtlı olarak kundaklanarak, finansal kazanç sağlamak amacıyla, ortadan kaldırılmakta ve sigorta şirketlerine tazminatın ödenmesi talebi iletilmektedir.

3.1.5. Hayat sigortaları hileleri

Sahte Vefat Tazminatı Talepleri ve Çıkar Amaçlı Cinayet alt başlıkları ve yararlanılan kaynakta belirtilen açıklamaları üzerinden değerlendirilmiştir (ACFE, 2018:6):

• **Sahte Vefat Tazminatı Talepleri (Fraudulent Death Claims)**

Hayat sigortaları ile ilgili olarak, vefat halinde ödeme yapılabilmesi için ölüm belgesinin sigorta şirketine ibrazı gerekmektedir. Hayat sigortasına konu kişinin halen hayatta olduğu, gaip olduğu veya vefat etmiş olmakla beraber vefatın geçmişte meydana geldiği hallerde, sigorta konusu meblağın kendisine ödenmesini sağlamak isteyen hileci, sahte bir ölüm belgesi temin etme yöntemine başvurabilmektedir. Sonrasında sigorta ödemesi öncesinde yapılan kontrollerin gerektiği şekilde özenle yapılması küçük menfaat ödemeleri ile kolaylıkla sağlanabilmektedir.

• **Çıkar Amaçlı Cinayet (Murder for Profit)**

Sigorta tazminatının alabilmek amacıyla ilgili kişinin öldürülmesinin veya öldürülmesinin tertip edilmesinin söz konusu olduğu bir hile eylemidir. Cinayetin, normal bir ölüm olayı veya kaza sonucu ölüm olayı süsü verilerek gizlenmesi yöntemleri de gözlemlenebilmektedir.

3.1.6. Sorumluluk sigortaları hileleri

Söz konusu hile eylemlerinde, hileci göstermelik bir yaralanma olayını ileri sürerek tazminat talebinde bulunabilir. Tazminat talebinde bulunan hileci birey, ihmal neticesinde kazaya maruz kaldığını ileri sürebilmektedir. En sık rastlanılan hile olayları düşme veya kayma şeklinde tezahür edenler olmaktadır (ACFE, 2018:7).

3.1.7. Sağlık sigortaları hileleri

Sağlık alanında görev yapan herkesin dürüstlük ve etik kurallarına sıkı sıkıya bağlı olması esastır. Diğer taraftan, sigorta hilelerine karışmaktan mahkemelerde yargılanıp suçlu bulunan hekimlere de maalesef rastlanılmaktadır. Sağlık sigortası

hileleri ile ilgili olarak, herhangi bir sağlık hizmeti verilmediği halde sözde sunulan sağlık hizmetlerinin bedelinin talep edilmesi, verilen sağlık hizmetine ilişkin kasıtlı olarak verilen hizmetler abartılarak doğruyu yansıtmayan faturalandırmaların yapılması örnek verilebilir (ACFE, 2018:7).

3.1.8. İşveren sorumluluk sigortası hileleri

Çalışanların, çalıştıkları işyerinin verdiği görevleri yerine getirirken maruz kaldıkları her türlü fiziki veya ruhsal yaralanmadan doğan sağlık masraflarının, işveren tarafından karşılanması gerekmektedir. Görev dışında tamamen özel hayatındaki bir aktivite sırasında yaralanan hileci çalışan, tedavi masraflarını işverene yüklemek amacıyla, kazanın iş ile ilgili görevini yerine getirdiği sırada gerçekleştiğini bildirerek hile gerçekleştirebilmektedir (ACFE, 2018:7).

SONUÇ

Sigortalıların, zararlarının telafi edilerek, kayıplarından önceki mevcut durumlarına gelmelerine olanak sağlamak ilkesi üzerine kurulan sigorta sistemi her zaman amacına uygun olarak işlememektedir. Sigorta hileleri sebebiyle yapılan sahte hasar ödemeleri, dürüst sigortalılar tarafından ödenen primlerin toplandığı fon havuzlarının amacı dışında, haksız kullanılmasına yol açmaktadır. Tespit edilemeyen sahte hasarlar, gerçek hasarlar gibi değerlendirilmekte, bu durum da hasar tutarı ve hasar frekansı gibi verileri olumsuz etkilemektedir. Sigorta hileleri nedeniyle yükselen sigorta primleriyle karşı karşıya kalan dürüst sigortalıların, bir anlamda, bu hilelerin bedelini de ödedikleri söylenebilir.

Ayrıca, hileleri tespit edebilmek amacıyla hasar süreçlerinde daha çok kontrole yer veren sigorta şirketleri ek maliyetlere katlanmak durumunda kalmakta, sigortalıların hasar tazmin süresi ise uzayabilmektedir.

Eylemi gerçekleştirenlerin haksız kazanç elde etmesine yol açan hileler sigorta maliyetlerini artırmakla kalmayıp aynı zamanda sigorta sektörünün mali gücünü de zayıflatmaktadır. Sigorta sistemine duyulan güveni de olumsuz etkileyen sigorta hileleri tüm sigorta sistemine zarar vermektedir. Sigorta hileleri ile mücadelenin ilk aşaması sigorta hileleri konusunda toplumun her kesimi nezdinde farkındalığı artırmaktır. Bu yönden, dünyada karşılaşılan sigorta hilelerinin kapsam ve türlerini tanımak ve Türk sigorta sektöründe gerçekleşen ve gerçekleşme potansiyeli olan sigorta hileleri türlerini kavramanın önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- 26552 Sayılı R.G. (2007). 5684 Sayılı Sigortacılık Kanunu.
- 27920 Sayılı R.G. (2011). Yanlış Sigorta Uygulamalarının Tespiti, Bildirimi, Kaydı ve Bu Uygulamalarla Mücadele Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik.
- ACFE, (2018). Insurance Fraud Handbook. Texas, USA.
- Arslan, U. (2017). Sigorta Dolandırıcılığı Suçu. Türkiye Barolar Birliği Dergisi(130), 89-118.
- Ataman, B., & Aydın, R. (2017). Hile Denetimi ve Denetçilerin Hile Tespitine Yönelik Bir Araştırma. Marmara Business Review, 2(1), 1-23.
- Bekar, B. (2014). Sigorta Suistimali Yüzde 20'leri Bulabiliyor. Akıllı Yaşam Dergisi(36), 38-40.
- Coalition Against Insurance Fraud. (tarih yok). By the number: fraud statistics. 05 15, 2019 tarihinde <https://www.insurancefraud.org/statistics.htm#2> adresinden alındı
- Emir, M. (2008). Hile Denetim. Mali Çözüm Dergisi(86), 109-121.
- Gezgez, Z. T., & Yöndem, H. (2016). Sigortacılıkta Şüpheli Hasarlar, Suistimaller ve Sahtekarlıklar. Reasürör(102), 4-17.
- Güneş, Ş. (2014). İşletmelerde Hile Riskinin Önlenmesi Ve Hastane İşletmelerinde Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Insurance Journal. (2001). Progressive Survey: Nearly 1 in 10 Consumers Likely to Commit Insurance Fraud. 03 20, 2019 tarihinde <https://www.insurancejournal.com/news/national/2001/09/07/14267.htm> adresinden alındı.
- Kandemir, C., & Kandemir, Ş. (2012). Muhasebe Hilelerini Önlemede Çözüm Yolu Olarak Kullanılacak Stratejilerin Bileşenleri. Mali Çözüm Dergisi(21), 15-42.
- Maviş, V. (2016). Dolandırıcılık Suçunun Hile Unsuruna İlişkin Sorunlar. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 6(3), 597-626.
- Milli Reasürans T.A.Ş. (2004). Açıklamalı Sigorta ve Reasürans Terimleri

Sözlüğü. (K. Y. Çuhacı, Dü.) İstanbul: Ceyma Matbaacılık.

Oğuzman, K. M., & Öz, T. M. (2009). Borçlar Hukuku Genel Hükümler (6 b.). İstanbul: Vedat Kitapçılık.

Özdemir, Ü. F. (2013). Bankalarda Hile Riski Yönetimi Ve Bir Uygulama. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Öztoprak, Y. (2017). Denetimde Hata ve Hile, Önleme ve Tespit Yöntemleri İle Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin Hata ve Hileler İle İlgili Bilinç ve Tutumları. Yüksek Lisans Tezi. Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Pocketsense. (tarih yok). What Is Insurance Twisting? 05 14, 2019 tarihinde <https://pocketsense.com/insurance-twisting-1248.html> adresinden alındı

Tarhan Mengi, B. (2012). Hile Denetiminde Yetkinliklerin Değerlendirilmesi - Hile Karosu. Mali Çözüm Dergisi(114), 113-128.

Tarhan Mengi, B. (2013). Hileli Finansal Raporlama (1 b.). İstanbul: Beta Yayınları.

Tarhan Mengi, B. (2014). Araç Sigortası Hileleri ve Bu Hilelere Yönelik Önlemler. Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 4(8), 71-86.

TBMM. (tarih yok). Dönem:22, Yasama Yılı:2, Sıra Sayısı:664. 04 07, 2019 tarihinde <https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem22/yil01/ss664m.htm> adresinden alındı

Türk Dil Kurumu. (tarih yok). 4 1, 2016 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.571a7a2173aca1.84175746 adresinden alındı

Türkiye Sigorta Birliği. (2019, 04 04). Sigorta Tanımları. <https://www.tsb.org.tr/sigorta-tanimlari.aspx?pageID=648> adresinden alındı.

Wells, J. T. (2001). Why Employees Commit Fraud. 05 07, 2019 tarihinde <https://www.journalofaccountancy.com/issues/2001/feb/whyemployeescommitfraud.html> adresinden alındı

Yeşilyaprak, M., & Polat, A. (2018). Kefalet Sigortası'nın Türk Finansal Kesiminde Uygulanması ve Muhtemel Etkileri. Maliye ve Finans Yazılar(110), 135-160.

Yıldırım, M. F. (2002). Borçlar Hukukuna Göre Sözleşmenin Kuruluşunda Hile

(1 b.). Ankara: Nobel Yayınları.

Yılmaz, A. (2015). Türkiye'deki Dolandırıcılık Tipolojileri: Dolandırıcılık Olaylarının Kategorik Tasnifi ve Yapılış Şekilleri. 04 18, 2016 tarihinde http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/DOLANDIRICILIK_TIPOLOJILERI_12_2015.pdf adresinden alındı

NİZAMÜLMÜLK'ÜN TÜRK-İSLAM YÖNETİM GELENEĞİNE YAPTIĞI KATKILAR

Doç. Dr. Ahmet TUNÇ¹ & Merve ÇARKIT²

ÖZ

Nizamülmülk, vezirlik yaptığı 30 yıl boyunca, Büyük Selçuklu Devleti'nin kurumlarını, kendi yönetim anlayışına uygun olarak yeniden yapılandırmıştır. Bu süreçte devlet yönetimine yönelik fikirleri, karşılaşılan sorunları iyi analiz edebilmesi, makul ve gerçekçi çözümler üretebilmesi ile hem devletin hem kendi makamının gücünü beslemiştir. Böylece hem başarılı bir devlet adamı hem de fikir adamı olmasıyla Büyük Selçuklu Devleti, onun yönetimi altında, önemli başarılar kazanmış ve yükseliş dönemini yaşamıştır. Onun görev süresi boyunca devlet yönetiminde sahip olduğu ayrıcalıklar dikkate alındığında, yalnızca bu olgu bile Nizamülmülk'ün bir devlet adamı olarak önemini ortaya koymaktadır. Bu önem ışığında hazırlanan bu çalışma, Nizamülmülk'ün yönetim alanında yaptığı düzenlemelerin onun yönetim anlayışının temeli olarak belirlenmiş din, adalet, düzen ve liyakat ilkeleri çerçevesinde oluştuğu iddiasındadır. Bilgilerin hazırlanması aşamasında nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmış ve uygun literatür taraması sonucu elde edilen bilgiler ışığında sonuca ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Nizamülmülk, Siyasetname, Yönetim, Kamu Yönetimi.

JEL Kodu: B31

NİZAMÜLMÜLK'S CONTRIBUTIONS TO TURKISH-ISLAMIC ADMINISTRATION TRADITION

ABSTRACT

Nizamülmülk, while he is wazir along 30 years, restructured again the institutions of State of Grand Seljuk's sternly on his own management understanding. Thanks to his ideas oriented at management, the ability of analyzing the problems encountered, with the generating reasonable and realistic in this process, he feeded that both state and the chair that he has ownself. Thus the Grand Seljuk State beneath management of him, has gained important successes and lived era of rise. When considered the privileges he has in state administration during his tenure, not only this fact, but also Nizamülmülk, is a manifestation of importance as a statesman. This study, prepared in this light of importance, claims that the regulations made by Nizamülmülk in the field of administration are in the

1- Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniv. İİBF, Siyaset Bilimi ve Ulus. İliş., ahmetmalatyatunc@gmail.com ,
Orcid No: 0000-0003-0106-2599

2- Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniv. İİBF, Siyaset Bilimi ve Ulus. İliş., mervecarkit@gmail.com

framework of the principles of religion, justice, order and merit determined as the basis of his management concept. Qualitative research methods have been utilized in the preparation of the information, and the result of searching the appropriate literature has been reached as a result of the information obtained.

Key Words: Nizam-al Mulk, The Book of Government, Administration, Public Administration

JEL Code: B31

1. GİRİŞ

Yönetim alanındaki etkinliği ile sadece Büyük Selçuklu Devleti'nin değil, Türk devlet yapılanmasına da büyük katkılar sağlayan ünlü devlet adamı Nizamülmülk, yeteneği ve başarıları sayesinde, görev süresi boyunca kendisinden önceki hiçbir vezirin sahip olmadığı kadar güçlü bir iktidara sahip olmuştur (Tetley, 2009: 14). Bu iktidar Nizamülmülk'ü yetenekli bir yönetici, başarılı bir asker, yazdığı eserle çağına ışık tutmakla kalmayıp geleceği de aydınlatan bir yazar ve vezirlik yaptığı süre boyunca kimsenin karşı karşıya kalmak istemeyeceği bir rakip yapmıştır (Schultz, 2004: 511). Nizamülmülk'ün devlet yönetimi üzerindeki bu etkisi, yönetim bilimine ait fikirlerinin ve bu fikirlerin etkisi ile hayata geçirdiği yeniliklerin anlaşılmasının önemini ortaya çıkarmaktadır.

Yaşadığı dönemin toplumsal ve siyasal özellikleri, aldığı eğitimler ve henüz vezir olmadan önce devlet yönetimine dair edindiği tecrübeler Nizamülmülk'ün yönetim alanındaki fikirlerinin temeli olmuştur. Bununla birlikte Nizamülmülk, vezirlik yaptığı 30 yıl boyunca, yükseliş dönemini yaşayan Büyük Selçuklu Devleti'nin hükümdardan sonraki en güçlü adamı olmuş, hatta bazı dönemlerde, özellikle Melikşah yönetiminin ilk yıllarında, hükümdarlık makamının bile önüne geçmiştir (Tetley, 2009: 20). Onun böylesine güçlü bir makama sahip olması, yetenekleri ve daha önce edindiği tecrübeler ile birleşince Nizamülmülk'ü günümüzde yönetim alanında başvurulan ünlü fikir ve devlet adamı yapmaktadır.

Çalışmada, Nizamülmülk'ün ünlü eseri Siyasetname'de Büyük Selçuklu Devleti'nin yönetim alanında aksayan yönlerini düzeltmek ve başarılarını devam ettirebilmek için verdiği tavsiyeler ışığında onun devlet yönetiminde başarı elde edilebilmesi için üzerinde özellikle durduğu dört ilke belirlenmiştir. Bu minvalde çalışma, Nizamülmülk'ün yönetim anlayışının temellerini oluşturan, din, adalet, düzen ve liyakat ilkelerinin, onun askeri ikta sistemi, nizamiye medreseleri gibi Büyük Selçuklu Devleti'nin teşkilat yapısına kattığı yenilikleri şekillendiren

temel unsur olarak ortaya çıktığı iddiasındadır. Bu bağlamda çalışmanın temel motivasyonunu, Nizamülmülk'ün yönetim anlayışının temelleri çerçevesinde yönetim bilimine katkılarını değerlendirmek oluşturmuştur. Bu amacı gerçekleştirebilmek için çalışma üç temel bölümde hazırlanmış ve öncelikle Nizamülmülk'ün yaşamı ve karakteri incelenerek konu ile ilgili bilgilerin anlaşılması adına bir ön adım oluşturulmuştur. İkinci bölümde Nizamülmülk'ün yönetim alanındaki ideallerinin yer aldığı eseri Siyasetname ve bu eserin ışığında hazırlanan yönetim fikirlerinin temelleri olarak belirlenen din, adalet, düzen ve liyakat ilkeleri hakkında bilgiler verilmiştir. Son bölümde Nizamülmülk'ün yönetim anlayışının ışığında yönetim bilimine katkıları değerlendirilmiştir.

2. NİZAMÜLMÜLK'ÜN YAŞAMI VE KARAKTERİ

Toplumsal bir varlık olan insanın toplumu oluşturan sistemlerden bağımsız olarak düşünülmesi indirgemeci bir yaklaşımdır. Bu bağlamda yaşanan dönemin ekonomik, siyasi, sosyal, kültürel, dini özellikleri insanların düşünce dünyalarında ve kişiliklerinin oluşmasında önemli izler bıraktığı kanıksanmış bir gerçekliktir. Yaşadığı dönemin büyük devlet adamlarından biri olan Nizamülmülk'ün de yönetim alanında elde büyük başarılarının arkasında bu dönemin özelliklerinin etkisi net bir şekilde görülmektedir (Akçakaya, 2016: 57-58). Bu sebeple Nizamülmülk'ün yönetim anlayışını ve yönetim bilimine katkılarını değerlendirmeden önce yaşadığı dönemin ve hayatının anlaşılması önemli bir ön adım olmaktadır.

Nizamülmülk olarak bilinen Büyük Selçuklu Devleti'nin ve Türk-İslam dünyasının önemli devlet adamının asıl adı Hasan bin Ali bin İshak et-Tûsî'dir (Çetin, 2015: 120). Hicri takvime göre; 21 Zilkade 408 tarihinde, (Miladi takvimde karşılığı; 10 Nisan 1018) Horasan'ın Tus şehrine bağlı Radkan köyünde dünyaya gelmiştir. Babası, Ali Bin İshak, Gazneliler'in Tus amili ve Nukan kasabasının dihkani, varlıklı bir kişidir. Annesi ise Nizamülmülk henüz bebekken vefat etmiştir. Nizamülmülk'ün başarılarının temelleri olan iyi bir eğitim geçmişi bulunmaktadır. Dönemin şartlarına göre iyi eğitim almak her çocuğun sahip olabileceği bir fırsat değildi ancak Nizamülmülk'ün babası onun çocukluk dönemlerinde eğitimi ile çok yakından ilgilenmiş ve iyi bir eğitim almasına yardımcı olmuştur (Özaydın, 2007: 194).

Nizamülmülk'ün yaşamı, İslam medeniyetinin, en gelişmiş ve dünya sistemine hâkim medeniyet olduğu bir döneme denk gelmektedir. Bu dönemde, bilgi üretimi, düşünce oluşumu, olay incelemeleri ve eğitim İslam'daki tevhit düşüncesi

ekseninde şekillenmiştir. Nizamülmülk de bu anlayış çerçevesinde eğitim görmüş ve fikirleri ile karakteri üzerinde bu eğitimin etkisi derin bir şekilde hissedildiği anlaşılmaktadır (Akçakaya, 2016: 58). Bu doğrultuda Nizamülmülk, Kur'an-ı Kerim'i ezberledikten sonra Halep'te Ebü'l-Feth Abdullah b. İsmail el-Halebi'den, İsfahan'da Muhammed b. Ali b. Muhammed'den, Nişabur'da Abdülkerim b. Hevazin el-Kuşeyri'den, Bağdat'ta Ebü'l-Hattab b. Batr'dan hadis eğitimleri almış ve Ebu Abdullah b. Muhammed et-Tusi, Ebu Bekir Muhammed b. Yahya el-Müzekki, Abdülkerim el-Kuşeyri gibi muhaddislerden hadis rivayet etmiştir (Özaydın, 2007: 194). Aldığı bu eğitimler ve bunun etkisi ile ortaya çıkan devlet yönetimindeki başarıları, Hasan bin Ali bin İshak et-Tûsî'yi Nizamülmülk yapan başarılarının arkasındaki emeği gösterir niteliktedir.

Nizamülmülk, onu döneminin benzersiz devlet adamlarından birisi yapan yönetim alanındaki tecrübelerini ilk olarak Gazneliler'in yönetimi altında edinmeye başlamıştır (Çetin, 2015: 120). Ancak 1040 yılında Gazneliler ve Selçuklu arasında yapılan Dandanakan Savaşı sonrasında, babası ile birlikte ilk olarak doğduğu yer olan Tus'tan Gazne'ye geçmişler ve savaş sonrası Horasan Selçuklu yönetimine geçince Selçuklu Devleti'ne hizmet etmeye başlamışlardır (Akçakaya, 2016: 59). Bu tarihten itibaren Nizamülmülk'ün kariyer hayatında yükselişlerinin ve başarılarının yaşandığı, ölümüne kadar süren uzun bir döneme girilmiştir.

Nizamülmülk, Selçuklu yönetimi altındayken ilk kez Çağrı Bey'in güvendiği birisi olarak Belh'te valilik görevini icra eden Ebu Ali b. Şadan'ın hizmetinde çalışmıştır. Bu sürede yeteneği ve başarıları sayesinde Ebu Ali'nin güvenini kazanmıştır. Bu vesile ile Ebu Ali b. Şadan ölmeden önce Nizamülmülk'ü o dönemde melik olan Alparslan'a tavsiye etmiş ve Nizamülmülk Alparslan'a henüz melik iken, vezir olarak hizmet etmeye başlamıştır (Sevim, 1989: 40).

Nizamülmülk'ün Selçuklu Devleti'nin veziri olarak görev yapmaya başlaması ise devletin Alparslan'ın yönetimine geçmesi ile birlikte olmuştur (Piyadeoğlu, 2012: 136). Ancak Melik Alparslan'ın devletin yönetimine geçmesi sancılı bir sürecin sonunda gerçekleşmiştir. Çünkü dönemin hükümdarı Tuğrul Bey kendisinden sonra Selçuklu Devleti'nin yönetimini devredebileceği bir çocuğa sahip değildi. Bu sebeple kendisinden sonra yönetim kardeşi Çağrı Bey'in çocuklarından birisine kalması gerekmiştir. Ancak Tuğrul Bey, hükümdarlık için kararını vermiş ve kendisinden sonra Süleyman'ın başa gelmesini istemiştir. Bunun üzerine Çağrı Bey'in diğer oğulları, Alparslan ve Arslan Yabgu, Süleyman'ın sultanlığını reddetmişlerdir. Bu dönemde yoğun bir iktidar mücadelesi yaşanmış ve yaşanan hadiseler 1064 yılında Alparslan'ın sultan olması ile sonuçlanmıştır (Merçil,

1991: 51-52). Böylesine sancılı geçen bir sürecin Alparslan'ın sultan olması ile sonuçlanmasının hemen ardından Nizamülmülk, 32 yıl sürecek olan vezirlik görevine başlamış ve bu dönemde kendisine Halife Kaim bin-Emrillah tarafından “Nizamülmülk” ve “ Kıvamu'd-devle” lakapları verilmiştir (Akçakaya, 2016: 59). Sultan Alp Arslan, yaşanan iktidar mücadelesi sırasında çok büyük destek ve yardım aldığı Nizamülmülk'e vezirlik görevinde çok geniş yetkiler vererek, onun bilgisi, tecrübesi ve yeteneği çerçevesinde Selçuklu devlet teşkilatını kurmasına imkân tanımıştır (Çetin, 2015: 102).

Hükümdarlığı sırasında büyük savaşlar veren ve hepsini kazanan Sultan Alparslan, yönetimin başına gelmesinden henüz 9 yıl sonra, 24 Kasım 1072 yılında, Yusuf el-Harezmi adında mahalli kale kumandanı tarafından hançerlenerek öldürülmüştür. Bunun üzerine genç olmasına rağmen yönetim alanındaki yeteneklerinden dolayı daha önce veliaht tayin ettiği oğlu Melikşah tahta gelmiş ancak amcası ve Kirman meliki Kavurd, Melikşah'ı tanımamıştır. Bu isyan üzerine Hemedan civarında taraflar arasında savaş meydana gelmiştir. Bu savaşta Nizamülmülk, savaşın yönetiminde oldukça başarılı olmuş ve savaşın kazanılmasında önemli rol oynamıştır (Merçil, 1991: 55). Bu başarısından dolayı Nizamülmülk, Sultan Melikşah tarafından tekrar vezirlik görevine getirilmiştir (Çetin, 2015: 114). Alparslan döneminde de devlet yönetiminde oldukça etkin olan Nizamülmülk, Sultan Melikşah'ın hükümdarlığı döneminde ise onu büyük bir devlet adımı yapacak çok daha geniş yetkiler elde etmiştir.

Melikşah'ın yönetime gelmesi ile birlikte, Büyük Selçuklu Devleti'nin Altın Çağı olarak bilinen dönem başlamış ve devlet bütün İslam dünyasını içine alacak biçimde en geniş sınırlarına ulaşmıştır (Kabaklı, 2006: 49). Bu başarının arkasında elbette Nizamülmülk'ün rolü oldukça büyüktür. Çünkü ülke resmi anlamda Sultan Melikşah'ın yönetiminde olması ile birlikte gerçekte Nizamülmülk'ün verilen kararlarda ve uygulanan politikalarda etkin olduğu bilinen bir gerçektir (Sevim, 1989: 41). Onun yönetim üzerindeki tesiri o kadar çoktu ki Sultan Melikşah'ın yönetim dönemi için referans oluşturulabilecek birçok tarih kitabında, dönemin hükümdarı ile eşdeğer derecede, Nizamülmülk'ün de ağırlığı hissedilmektedir. Bununla birlikte bu dönemde Nizamülmülk'ün yönetim alanındaki etkinliğini ortaya koyabilmek için Cahen (1994: 62), Nizamülmülk'süz Melikşah'ın devleti nasıl yöneteceği belirsiz bir konu olarak kaldığının altını çizmiştir ve bu belirsizliğin nedenlerinden birisini Nizamülmülk'ün gücü olduğu kadar, Nizamülmülk öldükten bir ay sonra Melikşah'ın da ölmesi olarak belirtmiştir.

Yaşamının son zamanlarında ise Sultan Melikşah ve Nizamülmülk'ün güçleri imparatorluğun başarıları ile doğru oranda yükselmiştir. Bu ise yönetim alanında

iki başlı bir yapı görüntüsüne sebep olmuştur. Ancak bu iki başlı yapı çok geçmeden devlet yönetiminde bir bütün haline gelen Sultan Melikşah ile Nizamülmülk'ün aralarını açabilecek kadar önemli bir takım sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunları ortaya çıkaran en önemli neden devlet yönetiminde görev alan diğer kişilerin kıskançlık veya iktidar hırsı olarak altının doldurulabileceği nedenlerden dolayı Nizamülmülk'ü Melikşah'ın gözünden düşürmeye çalışmaları olmuştur (Turan, 1965: 156). Bu çabalar sonucunda bu iki büyük devlet adamının araları açılmış ve hayatlarının son günlerine kadar gergin ilişkiler yürütmüşlerdir.

Vezirlik dönemi boyunca büyük başarılar elde eden ve yönetim alanında yaptığı yeniliklerle sadece Selçuklunun değil ondan sonraki diğer Türk devletlerinin de sistemlerinin temellerini atan Nizamülmülk, 1092 yılında yaptığı bir gezi sırasında, vefat etmiştir. Bu tarihte Sultan Melikşah Bağdat'a bir yolculuk düzenlemiştir. Nizamülmülk'te Melikşah'tan hemen sonra Bağdat'a yola çıkmış ancak bu onun son yolculuğu olmuştur. Ölümü soru sorma maksadıyla yanına gelen bir Bâtını üyesinin, bıçakla saldırısı sonucunda gerçekleşmiştir (Turan, 1965: 158-159). Böylesine büyük bir devlet adamının ölümü, toplumda ve yönetimde çok büyük yankı uyandırmış ve büyük bir üzüntü ile karşılanmıştır. Bununla birlikte Nizamülmülk'ün öldürülmesinin ardında birçok neden ortaya konmaktadır. Örneğin Nizamülmülk'ün ölümü Büyük Selçuklu Devleti'ne uzun yıllar vezirlik yapmasının sonucu olarak güçlü bir konumda bulunması, mevcut iktidarına yönelik her türlü eylemi etkisiz hale getirebilmesi, devlet yönetiminin önemli kademelerine ailesinden kimseleri yerleştirerek nüfuzunu kuvvetlendirmesi, ona karşı içeride düşmanların artmasına yorumlanmaktadır (Kafesoğlu, , 177-178).

Nizamülmülk'ün ölümünden sonra Selçuklu Devleti'nde bozulmaların baş gösterdiği bir döneme girilmiştir. Nizamülmülk'ün ölümünün ardından bir ay kadar kısa bir süre sonra Sultan Melikşah da ölmüş, Büyük Selçuklu Devleti'ni taht kavgaları ve güç mücadeleleri arasında kalmıştır (Çetin, 2015: 123). Bu ise Büyük Selçuklu Devleti'nin yükselişten çöküşe doğru gitmeye başlamasına neden olmuş ve taht kavgalarının son bulmaması sonucunda Büyük Selçuklu Devleti parçalanmış, Anadolu'da Atabeylikler dönemi başlamıştır (Kafesoğlu, 2008: 117).

Devlet yönetiminde bozulma sinyallerinin Nizamülmülk'ün ölümünün ardından gelmeye başlaması sebebiyle, bu dönemde Selçuklu Devleti'nin mevcut gücünün yavaş yavaş gerilemesi Nizamülmülk'ün ölümü ile doğrudan ilişkilendirilmektedir. Bu ilişkiyi haklı kılan en önemli sebep; ölümü ile birlikte Nizamülmülk'ün devletin yapıları ve yönetiminde oluşturmaya çalıştığı düzen ve istikrar unutulmaya başlanmasıdır (Sevim, 1989: 42). Bu minvalde Nizamülmülk'ün ölümünden

sonra onun gibi güçlü ve dengeleyebilme kabiliyetine sahip bir vezirin olmayışı devletin dağılma sürecine girmesinin nedenleri arasında önemli bir yere sahip olmuştur (Çetin, 2015: 123).

Gerek Selçuklu gerekse de “Türk Yönetim Tarihi” açısından önemli bir değer olan Nizamülmülk, önce Alparslan’ın daha sonra oğlu Melikşah’ın emri altında toplamda 30 yıl vezirlik yapmış ve bu süreç içerisinde devlet yönetimi ile ilgili fikirlerini hayata geçirecek uzun bir süreyi ve gücü elde edebilmiştir (Ayar, 2009: vii). Yani bu fırsat onu günümüze kadar taşıyan önemli fikirlerini olgunlaştırmıştır. Bununla birlikte Nizamülmülk’ün devlet yönetiminde etkin bir rol oynaması Sultan Alparslan ve ondan sonra gelen oğlu Melikşah’ın devlet yönetimindeki yüklerini azaltmış, askeri meselelere ağırlık vermelerine yardımcı olmuştur (Çetin, 2015: 102). Böylece ülkenin sınırları ve gücü dışarıda hızlı bir şekilde artarken, sınırlar içerisinde de Nizamülmülk’ün vezirlik yaptığı 30 yıl boyunca, yaşam düzene girmiş, divanların yapıları toparlanmış, ticaret artmış, eğitim ve din alanlarında önemli çalışmalar yürütülmüştür. Bütün bu gelişmeler, Nizamülmülk’ün, yetkililerin en yetkilisi, yöneticilerin en adaletlisi olarak tanınmasına yardımcı olmuştur (Sevim, 1989: 41).

Son olarak, Nizamülmülk’ün hayatında ilim oldukça önemli bir yer taşımaktadır. Hayatı boyunca ilim sahibi kişilere büyük bir saygı duymuş ve onlarla sohbetlerini aksatmamaya önem göstermiştir. Meclisinde bu kişilerin varlığına dikkat etmiş ve onları desteklemek adına layık oldukları biçimde hediye veya gelir getiren bir şeyler vermiştir (Sevim, 1989: 47). Onun bu teşviki ile kendi döneminde Büyük Selçuklu Devleti’nde ilim ve fikir hayatı önemli gelişmeler göstermiştir. Birçok eser bu dönemde kaleme alınmış ve dini ve ilim alanındaki bu gelişim elbette devletin gelişimini de olumlu etkilemiştir (Kafesoğlu, 1973: 130).

3. NİZAMÜLMÜLK'ÜN YÖNETİM ANLAYAŞININ TEMELLERİ VE ÜNLÜ ESERİ SİYASETNAME

Nizamülmülk’ün yönetimi üzerine var olan fikirleri önemli ölçüde kişiliğinin ve deneyimlerinin yansımalarından oluşmakla birlikte, onun yönetim anlayışında böylesine hâkim olan kişiliği üzerinde çocukluğunda aldığı dini eğitimin de etkisi kuvvetlidir. Nizamülmülk bu eğitimler sonucunda, dindar ve adaletli bir yönetici olarak tanınmıştır (Akçakaya, 2016: 60). Bununla birlikte yaşadığı dönemde Selçuklu Devleti’nin yönetsel anlamda dağınık bir yapıda olması Nizamülmülk’ü bu alanda düşünmeye iten birincil faktörü oluşturmuştur. Bu etkenlerin ışığında Nizamülmülk’ün yönetim anlayışının temelleri oluşmuştur.

Nizamülmülk'ün yönetim anlayışını ve temellerini ortaya koyabilmek için, ölmeden kısa bir süre önce hazırladığı eseri, Siyasetname üzerine bahsedilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda ilk olarak büyük devlet adamının yegâne eseri olan Siyasetname, yönetim alanında yapılan araştırmalara temel teşkil eden, önemli bir yapıt olarak karşımıza çıkmaktadır (Cahen, 1994: 57).

Aslında siyasetnameler Türk yazım geleneğinde birçok örneğine rastlanan ve yazılış amacından kaynaklı bu gelenekte önemli bir yere sahip olan bir yazım türüdür. Kısaca devlet ve devletin hareket alanı anlamında kullanılan Arapçada ki “siyaset” kavramı ile Farsça mektup anlamına gelen “name” kavramlarının birleşmesi ile oluşan “siyasetname”, kavram olarak siyaset ve devlet yönetimi üzerine genelde hükümdarlara tavsiyeler vermek için kaleme alınmış eserler olarak tanımlanmaktadır (Canatan, 2014: 5-6). Bu amaç doğrultusunda yazılan siyasetnameler, içerik olarak hükümdara yönelik teorik öğütlerden oluşmaktadır (Taneri, 1997: 154). Yaygın kullanımına dikkat edecek olursak, bu öğütler, genel olarak yönetim yapısında bozulmalar ve çözümler meydana geldiği sırada, yönetimde doğru işlemeyen yönleri ortaya koyulması ve bunlara çözüm üretilmesi ihtiyacına bağlı olarak kaleme alınmışlardır (Pala, 2006: 409).

Türk yazım geleneğinde önemli yeri bulunduğu daha öncede değinilen bu eserler arasında Nizamülmülk 'ün yazdığı “Siyasetname” ise alanında ilk akla gelen örneklerden birisidir (Taneri, 1997: 256). “Siyerü'l-müluk” adıyla da bilinen bu eser, Sultan'a yönelik tavsiyelerin derlendiği bir yapıt olarak kaleme alınmış, günümüzde ise tarih, yönetim, hukuk gibi alanlarda çalışanlar için önemli bilgiler içeren bir kaynak olmuştur (Menekşe, 2005: 198).

Yönetim alanında böylesine önemli olan bu eserin kaleme alınmasına Sultan Melikşah'ın ricası vesile olmuştur. Hükümdarlığının son dönemlerinde devlet yönetiminde aksaklıkların olduğunu fark eden Sultan Melikşah, önemli kademelerde bulunan devlet görevlilerinden, Büyük Selçuklu Devleti'nin yönetiminin aksayan yönleri üzerine yazı yazmalarını istemiş ve bu istekle birlikte bir yarışma tertip etmiştir (Şimşir, 2015: 71). Bu vesile ile yazmaya başlayan Nizamülmülk, eserini tamamladıktan sonra, onu bir hattata düzenlemesini yapması için bırakıp, eğer dönmezse onu Sultan'a iletmesini vasiyet ettikten sonra, son yolculuğu olan Bağdat' a gitmiştir (Turan, 1965: 159). Nizamülmülk eserinin giriş faslında Siyasetname'nin yazılış amacını şu şekilde açıklamıştır: (Nizamülmülk, 2009: 3).

“Nizamül-mülk Haşan bendeleri der ki, yıl 470 olanda, Muhammed Yemînû Emirül-mü'mînin oğlu Alparslan oğlu pervane-i a'la şahlar

şahı Sultan Mu'izzü'd-dünya ve 'd-din Ebu'l-Feth Melikşah-e'izzallah ensarahu şu bendenize ve diğer kullarına şöyle emir buyurdu; “Her biriniz memlekete dair düşünüp saltanatımız devrindeki aksaklıkları tespit ediniz. Dergâh, divan ve sarayımızda yerine getirilmesi gerekirken es geçilen yahut gözümüzden kaçan durumları gözden geçiriniz. Ayrıca evvelki padişahların icra etmiş oldukları halde bizim de yapmamız gerekirken icrasından geri kaldığımız durumları saptayınız...bu mütalaaları açık seçik olarak kaleme alarak bize sununuz. Bize arzı yapılan bu çalışmalardan makul olanını hayata geçirelim ki her bir iş kuralınca yapılsın...” Bendeleri Nizamü'l-mülk Haşan, mezkûr emre ilişkin bilgisini, görgüsünü, tecrübesini ve üstatlarından öğrendiği her ne var ise âli makamlarına arz etmiştir. Ve dahi bu kitabı 50 fasılda toparlamıştır...”

Aslında yarışmanın olduğu bu dönem Sultan Melikşah ile Nizamülmülk' ün arasında gerginliklerin yaşandığı döneme rastlamaktadır. Ancak aralarındaki soğukluğa rağmen Sultan, yazılan eserlerde en çok babası yerine koyduğu vezirinin eserini beğenmiştir (Turan, 1965: 158). Hatta Melikşah'ın bu eserin ileride teşkilat kanunu, yani Büyük Selçuklu Devleti'nin anayasası olacağını söylediği bazı kaynaklarda yer almaktadır (Köseoğlu, 2004: 118). Ancak yönetim alanındaki bu önemli eserin yazılmasının hemen ardından Nizamülmülk ve bir ay kadar kısa bir süre sonra da Melikşah vefat etmiş ve Siyasetnamede ortaya koyulan sorunların bertaraf edilebilmesi için geliştirilmiş çözüm önerileri hayata geçirilememiştir.

Bu şekilde oluşturulan eser, ilk olarak Farsça kaleme alınmış ve toplamda 51 bölüme ayrılmıştır (Akçakaya, 2016: 82). Görece uzun bir içeriğe sahip olmasına rağmen Nizamülmülk eserinin bir özet olduğunu belirtmiştir (Nizamülmülk, 2009: 345). İçeriğinde olduğu kadar değindiği konularda da sınırlamasını geniş tutmuş ve eserinde dini ve ilmi araştırmaların teşvik edilmesinden, ordunun yönetimine, dönemin mezhep ayaklanmalarından, saray yönetimine yani bir devletin bütün yönetim işleri hakkında düşüncelerini ortaya koymuştur (Köseoğlu, 2004: 117). Büyük Selçuklu Devleti'nin yükseliş döneminde olmasına rağmen, Nizamülmülk devletin kurumlarının ciddi bir yozlaşma içerisinde olduğunu gösteren bir tutumla eserini kaleme almış ve sorunları bu bakış açısı ile çözümlenmeye çalışmıştır (Akçakaya, 2016: 83).

İçeriğinde, yönetim alanında yaşanan sorunlar, bu sorunların çözümleri ve Sultan'a nasihatler bulunan eserde Nizamülmülk, sadece öneri sunmakla kalmamış, bunun yanında, yaşanan olaylardan örnekler vermiş, devletin teşkilatlanması ve halkın

durumu ile ilgili bilgiler, yönetimin aksayan yönlerini ve bunlara karşı alınması gereken önlemleri de ele almıştır (Menekşe, 2005:199). Bütün bu özellikleri içermesi bakımından Siyasetname, bugün hala dönemin mevcut yapısını açıklaması sebebi ile tarih ve siyaset biliminin faydalandığı bir kitap olmuştur (Canatan, 2014: 99). Esere verilen bu önem dolayısı ile oluşturulduğu ilk günden itibaren pek çok defa el yazısı ile kopyalanmış ve bu kopyalamalar sırasında yeni eklemeler yapılmıştır. Bu durum eserin kopyaları arasındaki farkların nedenini göstermektedir (Ertuğrul, 2006: 102).

Siyasetname, yazıldığı tarihten günümüze kadar, yönetim alanında içerdiği fikirler ve Büyük Selçuklu Devleti'nin 30 yıla yakın vezirliğini yapmış kişinin deneyimlerini yansıtmaları bakımından yazıldığı ilk dönemlerden bu yana önemini korumuştur. Bununla birlikte Siyasetname, İslam toplumlarının ve yazıldığı dönemin yönetim anlayışını, iktidarın meşruluğunun temellerini göstermesi bakımından oldukça önemlidir (Ocak, 2002: 27).

Nizamülmülk'ün deneyimleri ve ünlü eseri Siyasetname göz önüne alındığında yönetim üzerine fikirlerinin dört temele dayanmaktadır: Din, düzen, adalet ve liyakat. Nizamülmülk'ün devlet yönetimine dair oldukça geniş fikirlerinin temelinde bu dört kavram öne çıkmaktadır. Ancak bu dört ilke, Nizamülmülk'ün görüşlerinde, birbirinden tamamen bağımsız bir şekilde ortaya çıkmaz, bunun yerine girift bir yapıda bulunmaktadır. Yani her bir ilke diğer ilkelerin varlığı ile güçlenir ve bu ilkelerden herhangi birinin devlet yönetiminde yokluğu diğer ilkelerin varlığını da tehlikeye düşürmektedir.

3.1. Din

İlk olarak Nizamülmülk'ün iktidarın sahip olduğu gücün kaynağına yönelik fikirleri, bu konudaki İslam Devlet felsefesi ile uyum içerisinde olmuştur. İslamiyet devlet felsefesinde yönetici hâkimiyetin kaynağını doğrudan Allah'tan almaktadır (Niyazi, 2010: 35). Nitekim, Nizamülmülk de hükümdarın hükmetme yetkisini Allah'tan aldığını düşünmektedir. Sultan Melikşah'ın emri ile hazırladığı eseri Siyasetname'nin ilk bölümde “Allahü Teâlâ her çağda halk arasından birini seçerek onu hükümdarlara yaraşır birtakım özelliklerle donatır. Dünya işleri ve cihan ahalisinin kamu düzeninden onu sorumlu kılarak fitne ve kargaşa kapısını onun eliyle kapatır... insanların gönlünde ve gözünde ona dair derin bir saygı uyandırır.” diyerek bu fikrini vurgulamıştır (Nizamülmülk, 2009: 11). Aslında Türk devlet geleneğinde de bu anlayışa uygun uygulama bulunmaktadır. “Kut” anlayışı olarak bilinen bu görüşte, yöneticilere idare etme görevi Tanrı tarafından verilmiş bir armağan olarak tanımlanmıştır. Büyük Selçuklu Devleti'nde de bu

gelenek egemenlik anlayışını şekillendirmiştir (Ekiz, 2010: 10). Bu bağlamda Nizamülmülk'ün iktidarın kaynağına yönelik bu görüşü, iki devlet geleneğinin de temellerine uygundur ve iktidarın yalnızca Allah tarafından verildiğine olan inancı onun fikirlerinin temellerinden bir tanesini oluşturan din olgusunu ortaya çıkarmaktadır.

Bununla birlikte Nizamülmülk dini egemenliğin kaynağı olarak görmesinin yanında din ve devleti birbirini besleyen iki unsur olarak öne çıkartmaktadır. Eserinde “Padişahlarda olmazsa olmaz şey pir-ü pak dindir. Zira din ve hükümdar birbirlerinin kardeşi gibidir. Hükümdarın vatanında bir kargaşa baş gösterince din de bundan zarar görerek bozgunculara ve dini eğrilere gün doğar. Keza dinde bir fesat vücuda gelirse memlekette nizam kalmaz...” (Nizamülmülk, 2009: 78) diyerek bu hususta ki görüşlerinin altını çizmiştir. Yine bu çerçevede Nizamülmülk, egemene dindar olma şartı koşarak düzenin ancak din ile korunabileceğini belirtmiştir.

3.2. Adalet

Adalet, Nizamülmülk'ün yönetim anlayışının temelini oluşturan bir diğer önemli unsurdur. Padişahın ve kamu yöneticilerinin daima adaletli davranması gerektiğini Siyasetname'de sıkça vurgulamıştır. Örneğin; halkın esenliğini doğrudan padişahın vicdanlı ve adaletli olmasına bağlayan (Nizamülmülk,2009: 59) Nizamülmülk (2009: 344), “...padişah dünya malında ve devlet işlerinde adil ve mutedil davranarak meliklerin kadim töre ve alışkanlıklarını kendisine şiar edinmeli, sapkın icraatlara girişmeyerek bunlara müsaade etmemelidir.” diyerek adil olmayı padişahın birincil görevi olarak belirlemiştir.

Nizamülmülk'e göre padişahın adaletli olması devlet yönetiminin her alanında bu ilkenin yayılmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin; “Hükümdarın bizzat kendisi adil olunca esirgeyici de olur ve hükümdar merhametli olursa ordusu da tıpkı onun gibi olurlar. Çünkü insanlar meliklerinin dini üzredir” diyerek ordunun adil olması için hükümdarın adil olmasını öne çıkarmıştır (Nizamülmülk, 2009: 215). Bununla birlikte Nizamülmülk, devletin başarıya ulaşması ve tebaanın mutluluğu için şart koştuğu adaleti, padişaha olduğu gibi, devlet yönetiminin her kademesinde bulunan görevlilere de şart kılmıştır. Örneğin ikta sahiplerinin vergi tahsil ederken adalet ilkesini uygulaması gerekliliğini belirtmiş ve buna uymayan ikta sahiplerinin görevlerine son verilmesini şart koşmuştur (Nizamülmülk, 2009: 41).

İslamiyet'in de, temel esasları da dikkate alındığında, devlet yönetimi alanında “adalet” ilkesini öne çıktığı görülmektedir. Bu şekliyle İslam'da adalet,

bazen eşitlik bazen oran şeklinde, kimi zaman ödüllendirmede kimi zaman da cezalandırmada ortaya çıkmaktadır (Köseoğlu, 2004: 196-197). Böylece Nizamülmülk'ün kişiliğinin ve yönetim anlayışının temelini oluşturan İslam'ın bu noktada da etkisi görülmektedir. “Güzel zamanlar adil hükümdarların hüküm sürdüğü zamanlardır. Adalet hâkim olunca ihsan da hâkim olur. Nitekim adaletin olduğu yerde civanmertlik de vardır...” diyerek, adaletin, devlet yönetiminin vazgeçilmez unsuru olduğu fikrini desteklemiştir (Nizamülmülk, 2009: 64).

Adalet ilkesine böylesine bağlı olan Nizamülmülk, devletin adalet sistemine de büyük önem vermiştir. Bu sebeple devletin adalet sisteminde görev alan kadınlara, diğer görevlerinin saygıda kusur etmemelerini, ücretlerinin yüksek tutulması gerektiğini özellikle belirtmiştir. Bununla birlikte adalet kadınlara teslim edildiği için, bu alanın koruyucusu olan hükümdarın kadınlara durumlarından haberdar olmalarını şart koşmuştur (Nizamülmülk, 2009: 53). Ayrıca adalet sisteminin özellikle dönemin gerekleri ile tutarlı olması gerektiği gerçeğinin hassas bir konu olduğunu ve cehaletin üstesinden gelmenin önemli olduğunu ileri sürmüştür. (Ekiz, 2010: 29).

Toparlayacak olursak, eseri Siyasetname'de Nizamülmülk, adalet kıstasının devletin devamı için gerekli olan temel bir unsur olarak görmüş ve halkın refahına özen gösterilmesi çerçevesinde bu hususunun üzerinde dikkatle durmuştur. Ancak Nizamülmülk'ün ölümünün ardından devlet düzeninin bir daha eskisi gibi olmaması ve devamında yaşanan güç mücadeleleri sebebiyle bu ilkenin uygulanması zarar görmüştür (Gordlevski, 1988: 262).

3.3. Düzen/Süreklilik

Nizamülmülk'ün düzene atfettiği önem, Siyasetname'de özellikle kamu yönetimi alanında öne çıkmaktadır. Eserinde genel olarak devletin gücü ile önemli uygulamaların bir düzen içerisinde işlemesi arasında oldukça güçlü bir bağ kurmuştur. Bu minvalde Siyasetname'de padişahın görevlerinden, padişahın huzura çağırılmasına, unvan ve lakap verilmesinden mutfak sorumlularına kadar her alanda devlet yönetimine vermiş olduğu tavsiyelerde devletin bir düzen içerisinde işlemesi gerekliliğini öne çıkarmıştır. Örneğin, Hükümdarın haftanın belirli günlerinde, devletin siyasi ve askeri üst yöneticilerini huzuruna çağırarak onlarla devlet yönetimi ve tebaa hakkında görüşmelerde bulunmasına çok önem vermektedir. Bu görevi hükümdarın ihmal edemeyeceği işler arasında kabul etmektedir (Kafesoğlu, 1973: 135). Nizamülmülk'ün devlet yönetiminde düzene verdiği önem bu noktada da öne çıkmaktadır. Çünkü ona göre istişarelerini belirli bir düzene bindirmiş hükümdar kamu yönetimine doğrudan hâkim olabilmektedir.

Onun bu ilkeye olan bağlılığı Büyük Selçuklu Devleti'nin teşkilat yapısına yaptığı katkılarda da oldukça öne çıkmaktadır. Bu konu bir sonraki bölümde tartışılmıştır.

Bir devlet yönetiminde düzen ilkesinin olmaması durumda ise başıbozukluklar ortaya çıkar ve bu durum devletin güvenliği ve ferahlığı için ciddi tehlikeler barındırır. Bu minvalde Nizamülmülk, vaziyetin önemini “Allah yazdıysa bozsun, bir başkaldırı, ilahi kuralları hafifseme yahut Allahü Teâlâ'nın emirlerini yerine getirmekte bir gevşeme ortaya çıkması durumunda Hak Teâlâ onları cezalandıracak ve yaptıkları çirkin işlerin karşılığını verecektir...” (2009: 11) diyerek ortaya koymuştur.

3.4. Liyakat

Son olarak liyakat, Nizamülmülk'ün yönetim üzerine fikirlerinin esaslarından birisini teşkil etmektedir. Liyakat unsurunun, Nizamülmülk'ün yönetim anlayışının temellerinden birisi sayılmasının en önemli nedeni, Siyasetname'sinde yönetim aygıtının yetkin ellerde olması gerekliliğini birçok defa vurgulamış olmasıdır. Onun bu konudaki hassasiyeti, liyakat unsurunun devlet ve yönetim geleneğinin bir parçası haline getirilmesinde önemli bir rol oynamıştır (Ekiz, 2010: 20). Ona göre hükümdara bile hükmetme hakkı Allah tarafından liyakatine uygun olarak verilmiştir (Nizamülmülk, 2009: 13). Liyakatine göre yönetim hakkına elde eden hükümdar, yönetimdeki görevleri de bu kıstasa göre dağıtılmalıdır. Nizamülmülk, eserinde hükümdarın görevlerini sıralarken “...din ve dünya işlerinin uyumlu yürümesi için herkesi liyakatlerince istihdam etmeleri, herkese yeterliliği ölçüşünce iş buyurmaları...” (Nizamülmülk, 2009: 254) gerektiğini ortaya koymuştur. Nizamülmülk'e göre devlette liyakat ilkesinin varlığı yalnızca padişahın bu ilke çerçevesinde görevlendirme yapmasına bağlı değildir. Aynı zamanda bu görevlendirmelerin takibe alınması da büyük önem taşımaktadır. Çünkü “Padişahın ve memleketin esenlik yahut kargaşası onlara bağlıdır.” (Nizamülmülk, 2009: 29).

Bununla birlikte Nizamülmülk, liyakat noktasında kadınları tamamen dışlayıcı bir üslup kullanmıştır. Kadınların yönetime gelmesini astların üst olması şeklinde tanımlamış ve yönetimde böyle bir eğilim oluşması durumunda devletin dirlik ve düzeninin bozulacağını belirtmiştir. Bununla birlikte Nizamülmülk'e göre kadınların liyakati örtülü ve takvalı olması ile ilgilidir ve görevleri sadece bir neslin devamı ile sınırlıdır (Nizamülmülk, 2009: 255). Onun bu görüşü, yaşadığı dönemle doğrudan ilgilidir. Bu dönemde kadınların siyaset alanında etkinlikleri günümüzle kıyasla daha sınırlıdır ve bu alanda erkek egemenliği hakimdir

(Canatan, 2009: 215). Bununla birlikte Nizamülmülk'ün liyakat noktasında kadınlara yönelik bu dışlayıcı ifadeleri, kişiliğinin temellerinin atıldığı kültüre ve vezirlik yaptığı dönemde yaşadığı bir takım sorunlarla da ilişkilendirilmiştir. Bu bağlamda, Büyük Selçuklu Devleti işgal etmeden önce gençlik yıllarını geçirdiği Gazneliler'in geleneklerinde kadınların devlet yönetimindeki rolü oldukça sınırlı olmakla birlikte Selçuklularda ise kadın, Türklerin göçebe kültürünün bir uzantısı olarak, devlet yönetiminde çok daha aktif bir rol üstlenmiştir (Tetley, 2009: 14; Arjomand, 2004: 666). Bu iki devlet geleneğindeki fark bile Nizamülmülk'ün bu anlayışının kaynağını açıklamaktadır. Bununla birlikte Melikşah'ın eşi Terken Hatun ile yönetim alanında yaşadığı iktidar çatışması da onun bu fikirlerini şekillendiren bir olay olarak öne çıkmaktadır (Tetley, 2009: 14).

4. NİZAMÜLMÜLK'ÜN YÖNETİM ANLAYIŞININ TEMELLERİ ÇERÇEVESİNDE KAMU YÖNETİMİNE KATKILARI

Büyük Selçuklu Devleti'nde Nizamülmülk'ün vezirlik yaptığı dönem, hem dini hem de yönetim alanında önemli başarıların kazanıldığı bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Büyük Selçuklu Devleti'nin kuruluş ve yükseliş dönemlerinde sahip olduğu güçlü devlet yapılanması onun hem sınırlarını genişletmesinde hem de buna bağlı olarak yönetici sınıfın sahip olduğu İslam dininin yayılmasında önemli katkıları olmuştur. Bahsi geçen bu somut başarılar, daha sonra yaşanan tarihi gelişmelere ve Türk-İslam devletlerine önemli birer örnek oluşturmuşlardır (Kafesoğlu, 2008: 148). Nizamülmülk, vezirliği döneminde, onun yönetim fikrinin temeli olan din, adalet, düzen ve liyakat ilkeleri çerçevesinde devletin kamu yönetimi teşkilatında uygulamaya koyduğu birçok yenilikle, Büyük Selçuklu Devleti'nin bahsi geçen yükseliş döneminde çok büyük bir rol oynamıştır. Onun devlet teşkilatında yaptığı düzenlemelerin temeline indiğimizde, ilkelerinin etkisini çok net bir şekilde görmekteyiz.

Nizamülmülk'ün Türk devlet geleneğine yaptığı katkıların kaynağı, bu katkılara geçmeden önce belirtilmesi gereken bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte Nizamülmülk, Büyük Selçuklu Devleti'nin teşkilatlanması için yaptığı yeniliklerde İran devlet geleneklerini, yönetim yapısını ve protokol kurallarını referans olarak almıştır. Bu bağlamda hayata geçirdiği yeniliklerde İran Medeniyeti'nin izleri hissedilmesine rağmen Nizamülmülk'ün geliştirmeye çalıştığı Büyük Selçuklu Devleti yapılarına, Türk devletlerinin yönetim yapısını kökten bir değişime uğratmayacak şekilde uyarladığı belirtilmesi gereken bir diğer önemli husustur (Atçeken ve Bedirhan, 2016: 30).

Nizamülmülk'ün özelde Selçuklu Devleti'nin yönetimine genelde ise Türk devlet geleneğine yapmış olduğu en büyük katkı şüphesiz ki, daha önceden kullanılan "ikta sistemi" üzerinde çalışarak onu değiştirmesi ve daha düzenli bir yapıya kavuşmasını sağlamak olmuştur. Askeri ikta sistemi olarak bilinen bu yapı, ilk olarak 1073 yılında uygulamaya koyulmuş; 1087 yılına gelindiğinde ise Büyük Selçuklu Devleti'nin bütün topraklarına yayılmıştır (Özaydın, 2007: 195). Örneklerine ilk olarak İslam toplumlarında rastlanılan bu sistem (Aktan, 1986: 166), daha önceleri Abbasi döneminde de uygulanmıştır. Bu dönemde uygulanmış olan ikta sisteminde halktan vergiyi toplaması için valiler görevlendirilmiştir. Ancak denetimin yetersiz kalması ve valilerin eylemlerinin sınırlandırılmaması gibi sebeplerle ikta sisteminde adaletsizliklerin önü açılmış ve buna bağlı olarak ekonomik yönden gerilemeler baş göstermeye başlamıştır (Ortaylı, 2000:146). İkta sisteminin bu dezavantajını fark eden Nizamülmülk adaletin garanti altına alınacağı bir ikta sistemi oluşturabilmek için gayret göstermiştir. Bu gayretler sonucu ortaya çıkan askeri ikta sistemi uygulaması, devletin has arazi sayılmayan topraklarının bölünerek askerlere ve kumandanlara dağıtılması temelinde oluşturulmuştur (Kafesoğlu, 1973: 156). İktaların dağıtılmasında ve arttırılmasında Nizamülmülk'ün yönetim alanındaki fikirlerinin temelini oluşturan liyakat kıstası öne çıkmaktadır. Bu minvalde Nizamülmülk'ün geliştirdiği sistemde iktalar doğrudan, savaşlarda başarı gösteren askerlere veya devletin önemli hizmetlerini yürüten sivillere dağıtılmıştır. Bununla birlikte ikta sahibi olan askerler veya siviller görevlerindeki başarılarına bağlı olarak iktalarının arttırılması ile ödüllendirilmiştir (Aktan, 1986: 171). Böylece bir taraftan vergilerin düzenlenmesi sağlanırken diğer taraftan da savaşlarda veya yönetim işlerinde istikrarlı bir başarının teşvik edildiği görülmektedir. Bununla birlikte Nizamülmülk'ün liyakat anlayışına uygun olarak iktaların dağıtılmasının ardından görevlerin yerine getirilip getirilmediği de önem taşıyan bir konu olmuştur. Nizamülmülk, ikta sahiplerinin devlete karşı hizmetlerini yerine getirip getirmediyelerinin araştırılması üzerinde çok durmuş ve görevlerini hakkıyla yerine getirmeyenlerin iktalarının elinden alınması şart koşturmuştur (Kurpalidis, 2007: 160). Nizamülmülk'ün uygulamaya koyduğu bu sistem, daha önceki örnek uygulamalarda mevcut aksaklıkları gidermiş ve birçok yönden devlet için olumlu geri dönüşler sağlamıştır. Elde edilen bu başarı sayesinde askeri ikta sistemi Osmanlı döneminde de uygulanmaya devam etmiş ve sistem uzun yıllar boyunca bu imparatorluğunda başarılarını beslemiştir (Kafesoğlu, 1973: 156).

Her şeyden önce Nizamülmülk'ün askeri hedefler doğrultusunda tertiplelediği bu sistem, bir taraftan güçlü orduya sahip olmanın getirdiği masrafları en aza indirirken diğer taraftan, ülkenin arazilerinin üzerinde üretimi devamlı kılmayı

sağlamıştır. İktâ sahipleri gelirlerini bu topraklardan elde ettiği için arazinin bakımı ile önemli derece de ilgilenmeye başlamıştır (Kafesoğlu, 1973: 156). Çünkü iktâlarına verdikleri emek doğrudan gelirlerine bağlanmış bu da iktâ sahiplerini daha özenli çalışmaya iten birincil faktör olmuştur. Sistemin böylesine başarılı bir şekilde işlemesi sayesinde bölgeler kolayca kontrol altında tutulabilmiş ve buna ek olarak vergiler de düzgün bir şekilde tahsil edilebilmiştir (Piyadeoğlu, 2012: 100). Bunlara ek olarak sistem savaşlar sonucu elde edilen toprakların devletine eklenmesi sürecine de katkı sağlamıştır. Bilindiği gibi Büyük Selçuklu Devletinin yükseliş döneminde, hızla toprakları genişlemekteydi. İktâ sistemi uygulanmaya başlanması ile birlikte yeni toprakların devletleştirilmesi ve yönetime eklenmesi de kolaylaşmıştır. Böylece bu dönemde yeni fethedilen topraklarda doğrudan devletleştirme hareketlerine gidilmeyerek, iktâlar dağıtılarak yönetimin buralara ulaşılması kolaylaşmıştır (Atçeken ve Bedirhan, 2016: 94).

Nizamülmülk, Büyük Selçuklu Devleti'nin yönetiminde en önemli başarılarından bir diğerinde askeri kamu yönetimi alanında yaptığı düzenlemelerle elde etmiştir. Nizamülmülk'ün devlet yönetiminde etkin olduğu dönemlerde Büyük Selçuklu orduları çok büyük başarılar imza atmış ve ordunun bu başarısında elbette ki yine Nizamülmülk tarafından oluşturulmuş askeri iktâ sisteminin rolü çok büyük olmuştur (Kafesoğlu, 2008: 153). Onun ordu alanında ki fikirlerine göre siyasi gücün elde edilmesinde en önemli etken askeri güçtür. Dahası, Nizamülmülk askeri gücün ve asker sayısının çok olması ile devletin sınırlarının genişlemesi kabiliyeti arasında çok güçlü bir bağ olduğuna inanmıştır (Akçakaya, 2016: 78). Bu sebeple ordunun belirli bir düzene girmesi ve güçlenmesi için yoğun çabalar sarf etmiş ve onun bu çabaları sayesinde Selçuklu ordusu sadece o devrin değil, Ortaçağ'ın en muntazam ve güçlü ordusu haline gelmiştir. Bu başarılarından dolayı, ordunun düzen ve usulleri daha sonra birçok İslam devleti tarafından kullanılmıştır (Kafesoğlu, 1973: 147). Bununla birlikte, Nizamülmülk, ordunun teşkilatlandırılması noktasında, Moğolların ordularının teşkilat yapısından faydalanmıştır (Gordlevski, 1988, 270). Ayrıca Büyük Selçuklu Devleti 'nin ordu alanında ki bu başarısı, devletin gelişimini ve gücünü garanti altına alırken, İslam dünyasının siyasi anlamda bütünleştiren bir unsur olarak öne çıkmıştır (Kafesoğlu, 2008: 153).

Nizamülmülk'ün yaşadığı dönemde bir devlet politikası olarak, Sünniliğin yayılmasını ve gelişmesi sağlamak konusuna oldukça önem verilmiştir. Bu amacın ortaya çıkmasında birçok sebep vardır. İlk olarak, bu dönemlerde Şii mezhebi toplumda oldukça yaygındır. Sultanların Sünni mezhebine bağlı oldukları için,

bu mezhebin gelişimi bu dönemde devletin varlığı için birincil öneme sahip olmuştur (Kafesoğlu, 2008: 161-162). Bu sebeple Nizamülmülk'ünde yoğun çabalarının beraberinde Selçuklu Devleti koyu bir şekilde Sünni mezhebinin destekçisi olmuştur (Cahen, 1994: 58). Bu doğrultuda atılan adımların bir diğer önemli nedeni ise, sayıları 70'in üzerinde bulunan farklı mezheplerin, ülke içerisinde kurulmaya çalışılan düzenin temelinden sarsılmasına yol açması olmuştur (Kafesoğlu, 2008: 151-152). Ayrıca din temelli ortaya çıkan ve bu doğrultuda eylemler gerçekleştiren ilk terör örgütü olarak bilinen, Hasan Sabbah önderliğinde kurulmuş Haşhaşi olarak adlandırılan örgüttür (Taşkıran, 2015: 48).

İşte mezhep konusunda yaşanan bu sıkıntılar bu alanda devletin daha aktif bir rol almasını zorunlu kılmıştır. Bu doğrultuda yine Sünni mezhebine bağlı olan Nizamülmülk, diğer mezheplere karşı ciddi bir savaşın içerisine girmiştir. Bu amaçla Sünni mezhebine bağlı din adamlarının geri dönmelerine çalışmış ve eğitim alanında yeniliklere giderek, bu alanda da mezhep farklılıkları ile savaşmıştır (Kafesoğlu, 1973: 131). Devlet içerisindeki yaşanan bu sorunlarla savaşın eğitim alanına da yansması, Nizamülmülk tarafından ideolojik anlam ifade eden ve hanedanın hâkimiyetini pekiştirmek amacıyla özel programlarla ve onun en çok dikkat ettiği unsur olan düzen ile eğitim veren Nizamiye Medreselerinin kurulmasına yol açmıştır (Agacanov, 2006: 165). Yani hayırsever hedeflerin olduğu göz ardı edilmemekle birlikte, Nizamülmülk Sünni İslam'a yöneltilen tehditlerle mücadele etmek için medreseler üzerinde çalışmalara girmiştir (Walbridge, 2004: 419).

Bu noktada yaygın bir yanlış anlaşılmaya göndermede bulunarak, aslında medreseleri ilk kuran kişinin Nizamülmülk olmadığını belirtmek gerekmektedir. Medreseler, Nizamülmülk'ün yaptırdığı, Bağdat'ta ilk örneği bulunan, nizamiye medreselerinden daha öncede vardır. Ancak bu medreseler yapı itibarı ile birbirlerinden bağımsız, kişiye özel, belirli bir sistem çerçevesinde eğitimin verilmediği, basit yerler olmuşlardır. Ancak Nizamülmülk'ün kurduğu bu medreselere baktığımızda, bunlar maaşlı müderrisleri, öğrenim programları, yurtlarda yatan ve maaş, erzak gibi ihtiyaçların tahsis edildiği öğrencileri ile düzene oturtulmuş bir devlet teşkilatı olarak karşımıza çıkmaktadır (Kafesoğlu, 2008: 162).

Arapçadan dilimize geçmiş bir kavram olarak medreseler öğrencinin ilim öğrendiği ve üst kademe eğitimin verildiği yer anlamına gelmektedir (Baltacı, 1976: 25). Bu bağlamda Büyük Selçuklu Devleti'nde medreseler, hem düzenli eğitimin verildiği ve bu alanı zenginleştirildiği hem de devlet güdümünde insanların yetiştirildiği kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Devlet otoritesine

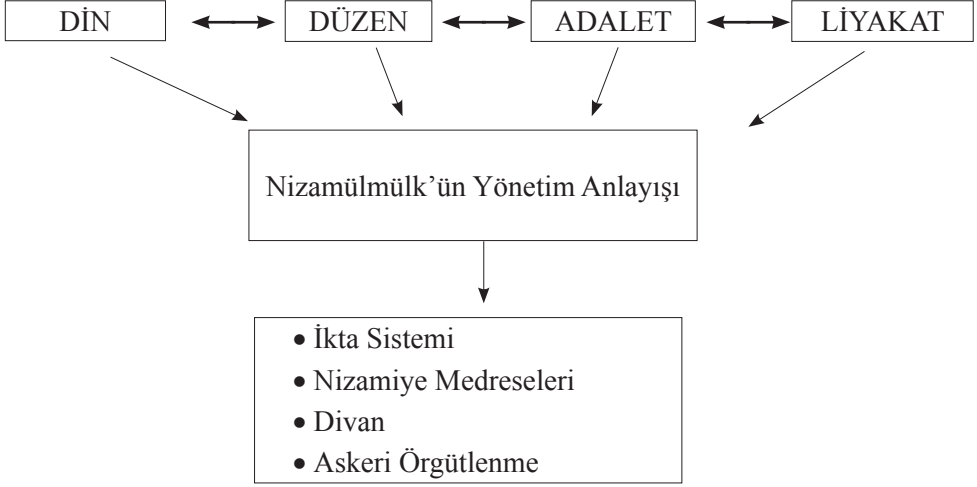
karşı olan birimlerle savaşın sadece ordu gücüyle değil, eğitim ve kültür alanında da olması gerektiğini göstermesi bakımından Nizamülmülk'ün kurduğu bu kurumların yönetim alanına önemli bir katkı olmuştur. Bu sebeple Nizamülmülk başta Bağdat olmak üzere, İsfahan, Basra, Nişabur, Herat, Merv, Belh, Amul, Musul ve Terbistan'da nizamiye medreseleri kurmuştur. Bununla birlikte bu medreselerin gelişimini sağlayabilmeleri ve Sünniliği yaymada başarılı olabilmeleri için varlıklı vakıfların kaynaklarını bağlamıştır (Kafesoğlu, 1973: 160). Nizamiye Medreseleri, kuruluş amaçlarını karşılama noktasında oldukça başarılı olmuşlardır. En başta medreseler ile birlikte Sünniliğin sağlam temellere oturtulduğu görülmüştür. Bununla birlikte, bu kurumdan mezun olan öğrenciler devletin önemli kademelerinde görev almıştır. Mezunların büyük bir bölümü de daha sonra müderris olmuş böylece kurumun kültürü nesillerden nesillere aktarılmıştır (Kurpalidis, 2007:142). Aslında bir anlamda bu medreseler kamu yöneticisi yetiştirmişlerdir.

Nizamülmülk'ün Büyük Selçuklu Devleti'nin yönetimine yaptığı en önemli katkılardan bir diğeri ise, Divanların belirli bir sistem içerisinde çalışmasını sağlaması olmuştur (Atçeken ve Bedirhan, 2016: 53). Onun vezirlik döneminde saray ve büyük divan en gelişmiş haline getirilmiştir. İmparatorluğun en büyük idari makamı olarak görev yapan ve diğer dört divandan sorumlu vezirin başkanlığında toplanan Vezaret Divanı, maliyeden sorumlu İstifa Divanı, eyaletler tabi hükümetler ve yabancı devletlerle ilgili resmi yazışmaları idare eden Tuğra Divanı, askeri ve adli işler hariç her hususu teftişe görevli İşraf Divanı, milli savunma ile ilgili yürütme işlerine bakan Arz'ül Ceyş Divanı olarak düzenlemeye gidilmiştir (Kafesoğlu, 1973: 137-141).

SONUÇ

Kişiliği, deneyimleri ve fikri alt yapısını Nizamülmülk'ün devlet yönetimi üzerinde sahip olduğu başarıları besleyen en önemli faktörlerdir. Bu faktörler ışığında, devlet yönetiminde yapmış olduğu yenilikler, hem Selçuklu yönetimine düzen ve istikrar getirmiş hem de daha sonra kurulacak olan Türk-İslam devletlerine örnek olmuştur. Bu yeniliklere bir bütün halinde bakıldığında din, adalet, düzen ve liyakat ilkelerinin ağırlığı öne çıkmıştır. Bu ilkeler Nizamülmülk'ün yönetim bilimine yaptığı katkıları bir bütün olarak etkilemektedir. Bir ilkenin varlığı bir diğer ilkeye bağımlı bir yapıda bulunmaktadır. Bu yapı Tablo 1'de açıklanmıştır.

Tablo 1: Nizamülmülk'ün Yönetim Anlayışı ve Kamu Yönetimine Katkıları



Kaynak: (Yazarlar Tarından Oluşturulmuştur).

Bununla birlikte araştırma da, bazı ilkelerin bazı yeniliklerde daha çok öne çıktığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Din ilkesi, Nizamülmülk'ün yönetim anlayışının temel ilkelerinden biri olduğu gibi, yönetim bilimine yönelik katkılarında da en temel hareket noktası halini almıştır. Yani devleti İslam dininin koruyucusu olarak gören Nizamülmülk'ün yönetim alanında yaptığı yeniliklerin en temelinde, bu koruyuculuk görevinin güçlendirilmesi yatmaktadır. Bununla birlikte ilke özellikle Nizamiye Medreseleri'nin kuruluş aşamasında etkin olmuştur. Böylece Sünni mezhebin yayılması ve güçlendirilmesi amacıyla yapılan bu düzenlemenin temelinde din ilkesi önemli bir yere sahiptir.

Adalet ilkesi ise özellikle ikta sisteminin yeniden düzenlenmesi aşamasında ortaya çıkmıştır. Bu minvalde ikta sisteminin çıkış noktası, adaletli bir vergi sistemi kurma inancı olmuştur.

Düzen ilkesi, askeri teşkilatlanma, Divanların belirli bir sistem içinde çalışması ve ikta sisteminde öne çıkmaktadır. Örneğin, Nizamülmülk, düzen/süreklilik ilkesine özellikle ordu alanındaki yeniliklerinde bağlı kalmış ve bu minvalde oluşturulan yeni ordu teşkilatlanması Büyük Selçuklu Devleti'nin zaferleri üzerinde doğrudan etkili olmuştur. Ayrıca bu teşkilat yapısı daha sonraları Osmanlı İmparatorluğu tarafından da kullanılmıştır. Bununla birlikte, bir ülkenin

vergi sisteminin başarısı ile devlet başarısı arasındaki doğrusal ilişkiyi fark eden Nizamülmülk'ün ikta sisteminde yaptığı yenilikler ile birlikte düzen/süreklilik ilkesi işlemeye başlamış ve bu da devletin başarılarını besleyen bir diğer önemli unsur olmuştur.

Liyakat ilkesi, Nizamülmülk'ün yönetim bilimine yaptığı bütün katkılarda temel ilke olmuştur. Yaptığı yeniliklerin başarıya ulaşabilmesi için liyakate uygun olarak görevlendirme yapılmasının şart olduğunu doğrudan belirtmiştir. Bununla birlikte yönetim alanında diğer ilkelerin başarılı bir şekilde işleyebilmesi için, liyakat ilkesinin varlığı temel bir ihtiyaç olmuştur. Örneğin, ikta sisteminde adaletin sürdürülebilmesi için liyakat ilkesine uygun görevlendirmelerin olması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Agacanov, S. G., (2006). Selçuklular, Ekber N. Necef ve Ahmet R. Annaberdiyev (Çev), İstanbul: Ötüken
- Akçakaya, M., (2016). Türk İslam Tarihinde Yönetim Bilgeleri, Ankara: Gazi
- Aktan, C. C., (1986). Bir Vergi Tahsil Usulü Olarak İktâ Sistemi, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, 44, 165-173.
- Arjomand, S.A., (2004). “Seljuk”, Encyclopedia of Islam and the Muslim World, Richard C. Martin (Ed), Macmillan Referans ABD, New York.
- Atçeken, Z. ve B., Yaşar, (2016). Selçuklu Müesseseleri ve Medeniyeti Tarihi, Konya: Eğitim
- Baltacı, C. (1976). XV-XVI. Asırlarda Osmanlı Medreseleri: Teşkilat, Tarih, İstanbul: İrfan.
- Cahen, C., (1994). Osmanlılardan Önce Anadolu'da Türkler, İstanbul: E.
- Canatan, K., (2009). Geleneksel Siyaset ve Devlet Felsefesinin Bir Yorumu Olarak “Siyasetname” - Büyük Devlet Adamı Nizamülmülk'ün Devlet ve Siyaset Anlayışı Üzerine-”, Turkish Studies, 4(7), 194-220.
- Canatan, K., (2014). İslam Siyaset Düşüncesi ve Siyasetname Geleneği, İstanbul: Doğu.
- Çetin, O., (2015). Türk-İslam Devletleri Tarihi, Bursa: Emin.
- Ekiz, C., (2010). The Problematic of Administration in “Siyasetname (The Book of Government), TODAİE's Review of Public Administration, 4(4), 36.
- Ertuğrul, A., (2006), Nizamü'l-Mülk'ün Siyasetnâmesi'nin Mevcut Bazı Neşirlerine Dair, İSTEM, 4(7), 99-116.
- Gordlevski, V., (1988). Anadolu Selçuklu Devleti, Azer Yaran, (Çev.) Ankara: Onur.
- Kabaklı, A., (2006). İslamla Kaynaşmış Türk Edebiyatı, İstanbul: Türk Edebiyat Vakfı..
- Kafesoğlu, İ., (1973). Büyük Selçuklu İmparatoru Sultan Melikşah, İstanbul: Başbakanlık Kültür Müsteşarlığı Kültür.

- Kafesoğlu, İ., (2008). Türk İslam Sentezi, İstanbul: ÖTÜKEN.
- Kurpalidis, G.M., (2007). Büyük Selçuklu Devletinin İdari, Sosyal ve Ekonomik Tarihi, İstanbul: ÖTÜKEN.
- Köseoğlu, N., (2004), Hukuka Bağlılık Açısından Eski Türkler' de İslam' da ve Osmanlı' da Devlet, İstanbul: ÖTÜKEN.
- Menekşe, Ö., (2005). İslam Düşünce Tarihinde Devlet Anlayışı: Mâverdi Ve Nizâmülmülk Örneği, Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi, 5(3), 193-211.
- Merçil, E., (1991), Müslüman Türk Devletleri Tarihi, Basımevi, Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Niyazi, M., (2010), İslam Devlet Felsefesi, İstanbul: ÖTÜKEN.
- Nizamülmülk, (2009), Siyasetname, Mehmet Taha Ayar (Çev.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür.
- Ocak, A., (2002), Selçukluların Dini Siyaseti (1040-1092), İstanbul: Tarih ve Tabiat Vakfı.
- Ortaylı, İ., (2000). Türkiye İdare Tarihine Giriş, Kitabevi, Ankara: Turhan
- Özaydın, A., (2007). Nizamülmülk, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, İstanbul, C. 33,194-196.
- Pala, İ., (2006). Nasihatname, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,, İstanbul, C. 32, 409-410.
- Piyadeoğlu, C., (2012). Güneş Ülkesi Horasan: Büyük Selçuklular Dönemi, İstanbul: Bilge Kültür Sanat
- Sevim, A., (1989). Biyografilerle Selçuklu Tarihi, Ankara: Türk Tarih Kurumu
- Shultz, W.C., (2004). "Nizam al-Mulk (C:1018-1092), Encyclopedia of Islam and the Muslim World, Richard C. Martin (Ed.), New York: Macmillan Referans ABD.
- Şimşir, M., (2015). Nizamülmülk' ün Siyasetnamesi ve İstihbarata Yönelik İlke ve Yöntemleri, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 17 (28), 68-79.
- Taneri, A., (1997). Türk Devlet Geleneği (Dün-Bugün), İstanbul: Türk Milli

Eğitim Bakanlığı.

Taşkıran, H., (2015). Selçuklu Devletlerinde Suikastlar, İstanbul: Selenge.

Tetley, G.E., (2009). The Ghaznavid And Seljuq Turks: Poetry as a Source for Iranian History, Routledge, Oxon.

Turan, Ö., (1965). Selçuklular Tarihi ve Türk-İslam Medeniyeti, Ankara: Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü.

Walbridge, J., (2004). "Madrasa", Encyclopedia of Islam and the Muslim World, Richard C. Martin(Ed.), New York: Macmillan Referans ABD

KENTLİLİK BİLİNCİNİN OLUŞTURULMASINDA KENT KONSEYLERİNİN ROLLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Prof.Dr. Hüseyin ERKUL¹ & Doç.Dr. Pelin KANTEN² & Hafize SEÇTİM³

ÖZET

Kentsel yaşam kalitesinin ve kentlilik bilincinin oluşturulmasında kent konseylerinin işlevsel bir role sahip olduğu düşünülmektedir. Kent konseylerinin rollerinin kapsamlı olarak ele alınması ve bu rollerin geliştirilmesine yönelik öneriler sunulmasıyla, kente ilişkin sorunların demokratik platformlarda tartışılmasının kolaylaşması beklenmektedir. Bu doğrultuda, araştırmada kent konseylerinin rollerine ve bu rollerin geliştirilmesine ilişkin önerilerin bir model çerçevesinde sunulması amaçlanmaktadır. Araştırma amacı kapsamında iki farklı kentin kent konseylerinde aktif görev alan 11 kişi ile yapılandırılmış soru formu aracılığıyla 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, kent konseylerinin rolleri “demokratik katılımın artırılması”, “kenti sahiplenme ve aidiyet hissinin oluşturulması”, “kente ilişkin raporlarla bilgilendirme çalışmaları”, “kent kültürünün anlaşılmasını sağlamak” “kentsel farkındalık oluşturmak” ve “hemşehrilik hukuku oluşturmak” şeklinde altı ana tema çerçevesinde sınıflandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kentlilik Bilinci, Kent Konseyleri, Kentsel Yaşam Kalitesi
Jel kodlar: R00, Z18

THE ROLES OF CITY COUNCILS IN CREATING URBAN CONSCIOUSNESS: A QUALITATIVE RESEARCH

ABSTRACT

City councils considered as a functional role on shaping of the consciousness of urbanity and quality of urban life. While determining the roles of city

1- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Bölümü hcerkul@comu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-8856-696X

2- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, pelinkanten@comu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-6487-0203

3- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Doktora öğrencisi, sectimhafize@gmail.com, Orcid: 0000-0001-8671-0828

councils effectively and suggested proposal for developing roles, it is expected that to discuss the roles of city councils in the democratic platforms easily. In this context, it is aimed to submit a model within the scope of determining the roles of city council and the developing techniques of these roles. According to the aim of the study, the interviews were completed with the 11 participants who were taking an active role in city councils. Based on the data which were obtained by interviews analyzed using with MAXQDA. In addition, inductive content analysis was used for the analyzing of the data. Therefore, research results indicate that there are several roles of city councils such as “increasing the democratic participation”; “ownership of city”; “creating sense of belonging”; studies for giving information related to the city”; “to provide understanding city culture”; “creating awareness of city”; “creating citizenship law” and these are summarized under the six main theme.

Keywords: Consciousness of Urbanity, City Councils, Quality of Urban Life

Jel codes: R00, Z18

1. GİRİŞ

Hızla değişen ekonomik çevre, teknolojik ve kültürel koşullar; kentlerin ve bölgelerin birbirleriyle rekabet etmesine ve nitelikli mekânların oluşturulmasına zemin hazırlamaktadır. Bu rekabet sürecinde Castells ve Halls (1994); bazı sanayi kentlerinin sosyal, çevresel ve ekonomik kayıplara uğradığını; kimi bölge ve kentlerin ise kırsal düzeyden gelişme kaydederek gelişmiş mekânlar haline dönüştüğünü ileri sürmektedir. Dünya ölçeğinde değerlendirildiğinde; gelişmiş ülkelerin büyük metropollerinin teknoloji üretimi ve yenilikçilik kapasitesinin yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Özellikle 2000’lerin başından itibaren yaratıcı ve yenilikçi kent arayışının giderek ön plana çıkması ve nitelikli insan sermayesine olan ilginin artması; kentlerin değişimlere bağlı olarak yeniden yapılanma ihtiyacını gerektirmiştir (Velibeyoğlu vd., 2016: 3). Bu bağlamda, sosyo-ekonomik sistemlerin yansıtıldığı mekânların ve yaratılmış bir çevrenin ürünü olan kentlerin; tarihsel süreç içerisinde tarımsal faaliyetler, hayvancılık ve zanaatkârlığın gelişmeye başlamasından itibaren kabileler, kale kentler, bourglar, modern kentler ve akıllı kentlere doğru evrildiği ifade edilebilir. Daha geniş bir çerçevede tarihsel süreç boyunca insanoğlunun paleolitik çağda avcı-toplayıcı bir yaşam sürdürdüğü; neolitik dönem ile ilk kez yerleşik düzene geçtiği; böylece köylerin ve kentlerin ortaya çıktığı; orta çağ döneminde ise insanoğlunun tabakalaşma ve uzmanlaşma ile birlikte toprak sahipleri ve işçiler olarak yaşamlarını sürdürmeye devam ettiği; bourglar oluşturup zanaat ve ticaret işbirliklerini gerçekleştirdiği görülmüştür.

18. yy'da gerçekleşen sanayi devrimi döneminde ise fabrikaların kurulmasıyla birlikte toplumsal yaşam tümüyle değişmiştir. Kurulan fabrikalar etrafında yerleşik hayat düzenine geçilmiş; böylece kentleşme süreci hızla gelişme göstermiştir. Ancak hızla gelişen kentleşme süreci ve artan nüfus; alt yapı eksiklikleri, konut yetersizliği, sağlık, ulaşım ve eğitim alanında sorunlar ve işsizlik gibi birçok kentsel ve toplumsal problemi de ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla sanayi devrimi sonucunda hızla gelişen kentlerde ortaya çıkan sorunların çözümünde kamu sektörünün ve yerel yönetim birimlerinin önem kazanmaya başladığı görülmüştür (Aksoy, 2016: 34-35). Başka bir ifadeyle, kentleşme hareketlerinin temelini oluşturan sanayi devriminin ortaya çıkardığı değişimlerle başa çıkılabilmesi ve kitle üretim sürecinden yüksek düzeyde verim elde edilebilmesi; kurum ve kuruluşların merkezileşmesini aynı zamanda gereken yasal/yönetimsel düzenlemeleri yapılandırmasını gerektirmiştir (Niray, 2002: 8). Sanayileşme döneminde kent yapılarında yaşanan değişim ve dönüşümler 21. yüzyılda küreselleşme süreciyle devam etmiş ve kentlerin dünya ekonomisindeki önemi giderek artmıştır. Böylece kentler; iyi iş ve yaşam imkânı sunan mekânların ötesinde sermaye ve yatırım araçlarını çekebilen, insanları ve etkinlikleri belirli bir çerçevede şekillendiren aynı zamanda ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel yaşamın belirleyicisi olan birimler olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda, günümüzde bilginin üretildiği ve tüketildiği merkezler olan kentlerin ülkelerin güçlerini arttırıcı bir mekanizma olduğu ifade edilebilir (Kayan, 2015: 278-281).

21.yüzyılda küreselleşme olgusuyla birlikte kentlerin işlevlerinin ve yönetim yapılarının yeniden biçimlendirilmesi gerekliliği görülmektedir. Bununla birlikte sınır ötesi hareketliliğin, değişim ve dönüşümlerin; ekonomik, sosyal ve kültürel paylaşımları arttırması; yönetişim, kentlilik, kentlileşme, katılım, kentsel yaşam kalitesi, kent yönetiminin aktörleri ve uluslararasılaşma gibi kavramları da gündeme getirmiştir. Bu çerçevede, kentleşme sürecinde teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel değişimlerin yönetilmesinde toplumsal paydaşların önemli bir rolü olduğunu göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, iyi bir yaşam alanı ve iş imkânı sunan; ülkenin rekabet gücünü oluşturan mekânların etkin düzeyde yönetilmesi sanayileşmenin ve küreselleşmenin getirdiği sorunların çözümünde ve beyin göçünün önlenmesinde temel bir belirleyicidir. Bu doğrultuda, araştırmada kentin etkin ve verimli olarak yönetilmesinin belirleyicilerinden birisi olan kent konseylerinin rollerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Çünkü kent konseylerinin kentsel yaşam kalitesinin artmasına katkı sağlayarak, toplumda yaşanabilir kent algısı oluşturması beklenmektedir. Aynı zamanda toplumda kentlilik bilincinin oluşturulmasında ve kent sorunlarının irdelenmesinde de

kent konseylerinin etkin bir role sahip olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla, araştırmada kentsel yaşam kalitesi göstergelerinin iyileştirilmesinde ve kentlilik bilincinin oluşturulmasında kent konseylerinin rollerinin belirlenmesi ve sahip oldukları rollerin geliştirilmesi için yapılması gerekenlerin tespit edilmesi, araştırma bulgularının bir model çerçevesinde incelenmesi amaçlanmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE KAVRAMLAR

Tarihsel süreçte kentler, medeniyetlerin başladığı ve toplumsal kültürün geliştiği mekânlar olarak değerlendirilmektedir. Kentler; insanların ihtiyaçları, teknolojik gelişmeler ve küreselleşme olgusuyla birlikte paralellik gösteren gelişme ve büyüme sürecinde, toplumsal değerlerin gelecek nesillere aktarılmasının temel bileşenidir. Literatürde kent kavramının idari, demografik, sosyolojik ve kültürel bağlamda farklı açılardan ele alındığı görülmektedir (Pustu, 2006: 129-148). Sosyolojik açıdan Tönnies (1988) kent kavramını cemaat ve cemiyet ayrımı çerçevesinde değerlendirerek kavramsallaştırmıştır (Koyuncu, 2011: 34). Bu çerçevede, cemaat tipi toplum; biz duygusunun, yüz yüze ve samimi ilişkilerin hâkim olduğu toplumu; cemiyet toplumu ise ırk, etnik köken ve sosyo-ekonomik açılardan farklılıklara sahip, heterojen birliktelikleri içeren, akılcı nedenlerle kurulan ve belirli bir amaca yönelik olan toplulukları ifade etmektedir (Doğan, 2015: 329-330). Benzer şekilde Durkheim (1964) kenti işbölümü ve dayanışma temelinde basit ve karmaşık cemiyetler olarak kavramsallaştırmış; Weber ise kenti “ekonomik bir kale olarak” tanımlamış ve bu kalenin bir nüfus yoğunluğuna sahip olduğunu belirtmiştir (Pekdemir, 2019: 3). Bu bağlamda idari ve demografik açıdan yapılan tanıma göre ise; kent genellikle belediye sınırları içinde kalan ve nüfusu 20.000’den fazla olan yerleşim yerleri olarak tanımlanmıştır (Niray, 2002: 2).

Sosyo-kültürel çerçevede Keleş (1997) kenti; sosyal yaşamın meslekler, işbölümü ve farklı kültürel gruplar bağlamında kategorize edildiği aynı zamanda karmaşık insan ilişkilerin yaşamı etkilediği yerleşim merkezleri şeklinde nitelendirilmiştir (Pustu, 2006: 130). Daha geniş bir çerçevede ise kent; toplumsal gelişme içinde bulunan ve toplumun yerleşme-barınma, çalışma, dinlenme-eğlenme gibi gereksinimlerinin karşılandığı, az sayıda kişinin tarımsal uğraşlarda bulunduğu, nüfus yönünden daha yoğun ve küçük komşuluk birimlerinden oluşan yerleşme birimi olarak tanımlanmaktadır (Keleş, 1998: 75). Bu bağlamda, genel çerçevede nüfus hareketleri, ekonomi, toplumsal yapı, doğal faktörler, alt yapı ve teknolojik koşullar ile coğrafik şartların kenti tanımlamada kullanılan kriterler arasında olduğu ifade edilebilir. Ayrıca ulaşım, yoğunluk, erişilebilirlik ve sosyo-

ekonomik kapsamda hane halkı geliri, işgücü oranı, sektörel dağılım, üretim yapısı, işbölümü, uzmanlaşma ve örgütlenme gibi birçok faktörün de kentleri tanımlamak amacıyla yararlanılan unsurlar olduğu görülmektedir (Türkmen & Türkkanat, 2018: 109). Sonuç olarak; geniş bir perspektifte kent; sanayi, ticaret, hizmet gibi ekonomik etkinliği olan aynı zamanda hem tarımsal hem de tarım dışı üretimin dağıtım ve kontrolünün sağlandığı, sınırları belirlenmiş bir alanda yoğunlaşmış heterojen nüfusun sosyal bakımdan tabakalaştığı bir mekân olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte kenti; dikey ve yatay hareketliliğin olduğu, farkındalıkları yüksek, sorumluluk alan ve yönetime katılan belirli bir sivil nüfusa sahip, kentle ilgili konularda sosyal ve kültürel faaliyetlerin yapıldığı, kendi dokusuna, özelliklerine göre bir kültürü olan ve gelişime açık fiziki yerleşme alanı olarak da ifade etmek mümkündür (Topal, 2004: 286).

Kentler; nüfus yapısı, ırk, etnik köken, dini ve kültürel değerler, eğitim seviyesi, gelenekler, örf ve adetler açısından farklı özellikleri barındıran yerleşim alanlarıdır. Bu yerleşim alanlarında bir araya gelen farklı özelliklere sahip bireyler zaman içerisinde kişisel farklılıklarına rağmen kentin ortak yaşama kültürünü benimsemektedirler (Kaya, 2007: 7). Böylece bir kentte doğan, yetişen ve yaşayan; kentle arasında tarihsel, kültürel ve duygusal bağlar kurabilen aynı zamanda bu kente dair toplumsal sorumluluk hissi duyan kişiler kentli olarak tanımlanabilir (Keleş, 1998: 84). Bireysel farklılıklara sahip olan kentlilerin yanında sosyal ve ekonomik değişimlerin gerçekleşmesiyle ortaya çıkan gelişim sürecinin kentleşme kavramının doğmasına zemin hazırladığı görülmektedir. Kentleşme, hızla büyüyen üretim, ticaret ve hizmet sektörü hacmi sebebiyle nüfusun kentlerde birikmesi ve kent sayısının artması sonucu kentlilerin yaşam tarzlarında meydana gelen değişim süreci olarak ifade edilebilir (Güven, 2006: 25). Başka bir ifadeyle, kentleşme; sanayileşme ve ekonomik gelişmelere paralel olarak kent sayısının artması ve kentlerin büyümesi sonucunda toplumsal yapıda örgütlenmenin, işbölümü ve uzmanlaşma düzeyinin artmasıyla insan davranışlarında ve bireysel ilişkilerde kentlere özgü değişikliklerin ortaya çıkmasına neden olan bir nüfus birikimi olarak tanımlanmaktadır. Kentleşme sürecinin sosyal ve kültürel boyutu kapsamında ise bireylerin kentle uyumlu bir şekilde bütünleşmesini ifade eden kentlileşme kavramı ortaya çıkmaktadır. Kentlileşme veya kentli olmak; toplumsal düzeyde kentleşme sürecinin bireylere yansımaları olarak nitelendirilen, sosyo-psikolojik bir süreç olarak belirtilmektedir. Kentlileşen insan; kent insanı” ile “kır insanı” arasındaki geçiş sürecinde yer alan kişiyi temsil etmektedir (Niray, 2002: 4). Bu bağlamda, kentlileşmeyi; kırdan “çözülme” ve “kentte yoğunlaşma” nedeniyle kırdan kente göçen eden nüfusun ekonomik ve sosyal açılardan kırdan özelliklerinden arınarak kentin özelliklerini

kazandığı bir süreç olarak ifade edilmektedir (Kartal, 1992: 50).

2.1. Kentlilik Bilinci ve Kent Konseyleri

Günümüzde, kentleşme ve kentleşme sonucu yabancılaşma, toplumsal sorumluluk üstlenmekten kaçınma ve aidiyet hissetmeme gibi sebeplerle kentlerde ortak hareket etmenin giderek zorlaştığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, hızlı nüfus artışı, küreselleşme, sosyo-kültürel, ekonomik ve teknolojik değişimler neticesinde büyüyen ve yönetimi zorlaşan kentlerde; toplumsal kültürün yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması istek, çaba ve bilinç gerektirmektedir. Bireyin kendini ve çevresini tanıma yeteneğini temsil eden bilinç kavramına göre; kentlerde yaşayan bireylerin kent değerlerini, özelliklerini, kentin olumlu ve olumsuz yönlerini kavraması bilinçli olma durumunu yansıtmaktadır (Batmaz & Gürer, 166). Kentlilik bilinci, kentte yaşayan bireylerin kentli olduklarının farkında olmalarıyla, kente özgü tavır ve davranışlar sergilemelerini nitelemektedir. Bu kapsamda, kentlilik bilincinin kente karşı sorumlu olmak, kente ve kentliye saygılı olmak, kente aidiyet, kent kültürü, kentsel yaşam, kente bağımlılık ve kentli olmak gibi kavramlarla ilişkili olduğunu ifade etmek mümkündür (Belli & Aydın, 2017: 426). Genel olarak ele alındığında; kentlilik bilinci kent kültürünü anlamak, bireyin kendini kente ve kente ilişkin dinamiklere ait hissetmesi ve kentte kendini güvende hissetmesi aynı zamanda kentsel oluşumlara ilişkin sorumluluk duyması şeklinde tanımlanabilir (Bayındırlık ve İskân Bakanlığı, 2009: 17). Bu bağlamda, kentlilik bilinci bireylerin yaşadığı kente sahip çıkmasını, kenti benimsemesini ve sevmesini, kentin gelişimine katkı sağlayıcı faaliyetlere katılım sağlamasını gerektirmektedir (Görün & Kara, 2018: 394).

Kentler, farklı özelliklere sahip heterojen bir yapı içermesi sebebiyle, kentlerde yaşayan bireylerin kentlilik bilinci algılarının farklı olması beklenmektedir. Kentlilik bilinci, bireyin kendisini kentli olarak görmesiyle başlayan, sonrasında kendisini o kente ait hissetmesiyle devam eden bir süreçtir. Bununla birlikte bireyin yaşadığı kenti diğerlerinden ayırt ederek “benim kentim” şeklindeki değerlendirmesiyle gerçek ve sembolik düzeyde kentlilik bilincinin gerçekleştiği ifade edilebilir (Güçlü, 2002: 18). Ancak, kentlilik bilincinin her bireyde aynı düzeyde oluşamayacağı; bu durumun bireysel, sosyal, ekonomik ve fiziki faktörlere bağlı olduğu ileri sürülmektedir. Başka bir ifadeyle, bireysel faktörler bağlamında yaş, doğum yeri, iş sahibi olma durumu ve çalışma koşullarının; sosyal faktörler çerçevesinde eğitim ve boş zamanı değerlendirme şeklinin; ekonomik faktörler kapsamında gelir düzeyinin ve fiziksel faktörler olarak ise alt yapı, rekreasyon alanları, sağlık ve benzeri kurumların kentlilik bilincinin

oluşmasını etkilemesi beklenmektedir (Batmaz & Güner, 2016: 168). Ayrıca literatürdeki çalışmalarda Geyik (2010); Mutlu (2011); Ercoşkun vd (2016); kentlilik bilincinin göstergelerinin “kentsel aidiyet”, “kenti sahiplenme”, “kent kurumlarına katılım”, “kent sorunlarıyla ilgilenme” ve “kentsel farkındalık” kriterleri çerçevesinde ele alındığı görülmektedir.

Kentlilik bilincinin temel belirleyicilerinden birisi olan kentsel aidiyet bireyin kendini yaşadığı mekâna ait hissetmesi ve kendisini kentin bir parçası olarak görmesini ifade etmektedir. Diğer bir gösterge olan kenti sahiplenme, bireyin yaşadığı kenti koruma ve kentin gelişimine katkıda bulunma çabasını içermektedir. Kenti sahiplenme duygusunun oluşabilmesi için öncelikle kente aidiyet bilincinin oluşması gerekmektedir. Kent kurumlarına katılım ise kentli olmanın ve kent bilincinin oluşmasının gerekliliği olarak görülmektedir. Başka bir ifadeyle, bireylerin kent konseyleri, sivil toplum kuruluşları, sanat ve kültür merkezleri gibi kurumlarla kurduğu sağlıklı ilişkilerle kentin doğasını kavramaları, kent kültürünü kazanmaları ve böylece kent bilincini kazanmaları beklenmektedir (Acungil, 2012: 40-42). Bununla birlikte katılımcı faaliyetlerle kent sorunlarını tespit etmek ve bu sorunların azaltılmasına çalışmak, kentlilik bilincinin oluşumunun kritik bileşenlerinden birisini temsil etmektedir. Ayrıca kentlilik bilincinin diğer göstergelerinden birisi ise kentsel farkındalık olarak ele alınmaktadır. Kentsel farkındalık; bir kentteki imkânları keşfedebilme, değişiklikleri görebilme, kentin kültürü ve tarihi hakkında bilgi sahibi olma, alt ve üst yapı olanaklarını tespit edebilme gibi birçok unsuru içermektedir. Bu bağlamda, kentlilik bilincini oluşturan tüm bileşenlerin aynı zamanda kentsel yaşam kalitesini artırma amacı taşıdığı ifade edilebilir. Kentsel yaşam kalitesi, bir kentte yaşayan tüm bireylerin herhangi bir ayrıma uğramadan kentin olanaklarından eşit düzeyde yararlanma hakkına sahip olmaları olarak tanımlanmaktadır (Batmaz & Güner, 2016: 168).

Kentsel yaşam kalitesi; fiziksel ve duygusal öğelerin yanında, kenti kent yapan bütün güçlerin ve unsurların oluşturduğu bir yaşam biçimi olarak değerlendirilmektedir. Kentsel yaşam kalitesinin önemine Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Bildirgesi'nin 25. maddesinde yer alan; “herkes, kendisinin ve ailesinin sağlığı ve gönenci için yeterli beslenme, giyinme, konut, sağlık bakımı ve zorunlu toplumsal hizmetleri de içeren bir yaşam düzeyine kavuşma hakkına sahiptir” ifadesinde değinildiği görülmektedir. Ayrıca, BM 1961 tarihli BM Ekonomik, Toplumsal ve Kültürel Haklar Sözleşmesi'nin 12. maddesinde belirtilen, “çevre ve toplum sağlığının her bakımdan iyileştirilmesi” öngörüsü ile 1972 Stockholm Konferansı'nda değinilen “sağlıklı ve düzenli bir çevrede yaşama hakkı” kurallarının kentsel yaşam kalitesinin öne çıkarılmasında belirleyici

olduğu ifade edilebilir (Torunoğlu, 1997: 204-226). Bu doğrultuda, kentsel yaşam kalitesinin sağlanmasında ve kentlilik bilincinin oluşturulmasında başvurulması gereken temel mekanizmanın kent konseyleri olduğu belirtilmektedir. Çünkü, kent konseylerinin kentlilerin karşılaştığı sorunlara çözüm bulabilmelerinde, ortaya çıkan olumsuzlukları dile getirmelerinde ve kentli haklarına ilişkin bilgi edinmelerinde en önemli adreslerden birisi olduğunu ifade etmek mümkündür (Karasu vd., 2018: 45).

Kent konseyleri, muhtarlar, kamu-özel sektör kurum ve kuruluş temsilcileri, sendikalar, üniversiteler ve uzman kişiler gibi aktörlerin yer aldığı; yürütme yetkisi olmayan; yalnızca “danışma” özelliği taşıyan bir sivil toplum kuruluşu olarak tanımlanmaktadır (Kocaoğlu & Sert, 2018: 4). 5393 sayılı Belediye Kanununun 76. maddesinde ise, kent konseylerinin “kent yaşamında; kent vizyonunun ve hemşehrilik bilincinin geliştirilmesi, kentin hak ve hukukunun korunması, saydamlık, hesap verme, sürdürülebilir kalkınma, çevre duyarlılığı, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, katılım ve yerinden yönetim ilkelerini hayata geçirme” amacıyla kurulduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte belediyeler, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, sendikalar, noterler, üniversiteler, ilgili sivil toplum örgütleri, siyasî partiler, kamu kurum ve kuruluşları ve mahalle muhtarları temsilcileri aracılığıyla kent konseylerinin etkinliğinin artması beklenmektedir (Kocaoğlu, 2015: 109). Kent konseylerinin Dünya ve Türkiye ölçeğinde kuruluş süreci incelendiğinde; çıkış noktasının Gündem 21, Yerel Gündem 21 ve Avrupa Kentsel Şartı'nın oluşturduğu görülmektedir. “Gündem 21” adlı küresel eylem planı 1992 yılında Rio De Janerio kentinde düzenlenen “Yeryüzü Zirvesi” adlı uluslararası çevre konferansının en temel çıktılarında birisidir. Gündem 21’de sorunların çözümünde yerel yönetimlerin katılım ve işbirliği ele alınmış böylece “Yerel Gündem 21” kavramı ortaya çıkmıştır. Yerel Gündem 21 ise; sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin yerel düzeyde gerçekleştirilebilmesi için yerel yönetimlerin diğer paydaşlarla işbirliği içerisinde kent kimliğini geliştirmeye yönelik çalışmalar yürütmesi gerekliliğini ileri sürmüştür. Bu bağlamda, Yerel Gündem 21 kapsamında yerel düzeyde katılımın temel aracı olan kent konseylerine yer verildiği; kent konseylerinin kent bilincinin oluşturulmasında ve kent sorunlarının çözümünde temel bir role sahip olduğu vurgulanmıştır (Erkul vd., 2013: 87).

Kent konseyleri, yönetişimin giderek yaygınlaştığı ve yerel yönetimlerin zamanla artan bir şekilde güçlendiği günümüz toplumunda kente ve kentlilere gönüllü olarak hizmet veren kurumlardır. Kent konseyleri; merkezi yönetimleri, sivil toplum kuruluşlarını ve yerel yönetimleri kapsayan paydaşları bir araya getirerek,

kentin önceliklerinin ve sorunlarının demokratik platformlarda tartışılmasına zemin hazırlayan aynı zamanda tüm kenti bütünleştiren bir ortak akıl aracıdır. Bu bağlamda yönetim temeli üzerine kurulan ve tüm paydaşların kente ilişkin süreçlere aktif katılımını ön plana çıkararak; kent konseylerinin toplumsal farkındalık, sürdürülebilirlik ve demokratik katılım olmak üzere kritik bir takım rollere sahip olduğu ileri sürülmektedir (Yeşildal, 2011: 101-118). Daha geniş bir çerçevede ise; kent konseylerinin hemşehrilik hukuku ve ortak yaşam bilincinin geliştirilmesi, çok ortaklı ve çok aktörlü yönetim anlayışının benimsenmesi, kentin kimliğine ilişkin tarihi, kültürel, doğal ve benzeri değerlere sahip çıkılması, kentin yaşam kalitesinin geliştirilmesi, çevreye duyarlılığın ve yoksulluğu giderici programların desteklenmesi, sivil toplumun gelişmesine ve kurumsallaşmasına katkıda bulunulması, çocukların, gençlerin, kadınların ve engellilerin toplumsal yaşamdaki etkinliklerinin artırılması ve kent konseylerinde oluşturulan görüşlerin ilgili belediyelere aktarılması olmak üzere birçok role sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Ayrıca kent konseylerinin temel düzeyde kentte yaşayanların “kentlilik bilinci” ne sahip olmasını sağlamak ve kentlilere yönelik hizmet üreten kamu otoritelerinin yönetimine etkide bulunma ve karar alma sürecine katılımı gibi kritik işlevleri olduğu da görülmektedir (Karasu vd., 2018: 131-132). Bu çerçevede; kent konseylerinin rollerinin mevzuat kapsamında ele alındığı; kısıtlı sayıda ampirik çalışmayla bu rollerin irdelendiği görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada kent konseylerinin rolleri geniş bir perspektifte incelenmeye ve bu rollerin geliştirilmesi için yapılması gerekenler belirlenmeye çalışılmaktadır. Belirlenen amaç doğrultusunda, araştırmanın temelini aşağıda yer alan sorulara cevap aranması oluşturmaktadır:

1. Kentlilik bilinci kavramı kent konseyinde rol alan katılımcılara ne ifade etmektedir?
2. Kentsel yaşam kalitesi kent konseyinde rol alan katılımcılara ne ifade etmektedir?
3. Kentsel yaşam kalitesinin geliştirilmesinde kent konseyinin rolleri nelerdir?
4. Kentlilik bilincinin geliştirilmesinde kent konseyinin rolleri nelerdir?
5. Kentlilik bilincinin ve kentsel yaşam kalitesinin geliştirilmesinde kent konseyinin rolleri nasıl geliştirilebilir?

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı; kentlilik bilincinin oluşmasında kent konseylerinin rollerinin belirlenerek; bu rollerin geliştirilmesi için yapılması gerekenlerin tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda, hazırlanan araştırma sorularına cevap aranmaktadır. Bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik yaklaşıma (olgu bilime) dayanmaktadır; kentlilik bilincini araştırmada ele alınan, kentleşme ve kentlileşme sürecinin belirleyicisi olan bir olgu olarak değerlendirilmesi mümkündür. Bununla birlikte, kentlilik bilinci kavramının farklı anlamlar ifade etmesi, kentlilik bilincinin oluşturulmasında kent konseylerinin farklı roller üstlenmesi ve bu rollerin geliştirilmesi için değişik yöntemlerin uygulanmasının gerekliliği amacıyla fenomenolojik araştırma deseninden faydalanılmıştır.

3.1. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın katılımcılarını iki farklı kentin kent konseylerinde aktif rol almış olan 11 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada, veri doygunluğu ve veri yeterliliği kriterleri dikkate alınarak, amaçlı örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda, kent konseylerinin yönetim kademelerinde görev alan kişiler örnekleme dâhil edilmiştir. Ayrıca örnekleme seçiminde kent konseylerinde aktif rol alma durumu ve gönüllü olarak faaliyetlere katılma isteği gibi farklı kriterler de dikkate alınmıştır. Bu kriterler çerçevesinde 11 kişi ile görüşüldükten sonra veri doygunluğunun ve veri yeterliliğinin sağlandığına kanaat getirilmiştir.

3.2. Veri Toplama Tekniği

Bu araştırmada, veriler yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak ve görüşme sırasında not tutularak toplanmıştır. Görüşme formu hazırlanmadan önce ilgili literatür taranmış, kentlilik bilinci ve kent konseyleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelenerek soru formları oluşturulmuş ve formun geçerliliği uzman görüşüne başvurularak sağlanmıştır. Görüşme formu kentlilik bilinci ve kent konseylerinin rolleriyle ilgili 15 adet açık uçlu soruyla; cinsiyet, yaş, eğitim, görev süresi gibi 4 adet demografik sorudan oluşmaktadır. Görüşmeler Eylül-Kasım 2019 tarihleri arasında önceden randevu alınmasıyla kent konseylerinde görev yapan personellerin çalışma ofislerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar ile görüşmeler 35-40 dakika arasında bir sürede gerçekleştirilmiş, ses kayıt cihazı kullanılmadan, yazılı olarak kayıt altına alınmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Bu çalışmada, elde edilen verilerin değerlendirilmesinde MAXQDA programından

ve içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. İçerik analizi yöntemiyle, elde edilen verilere göre tanımlanan kodların birbirleriyle ilişkilerine göre belirli kategoriler altında sınıflandırılarak, temaların oluşturulması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede araştırma verilerinin analizinde not tutma yoluyla elde edilen veriler incelenerek, araştırma amacına uygun olarak açık kodlar oluşturulmuştur. Açık kodlamalardan sonra ana kategoriler ve alt kategoriler oluşturularak, birbiriyle ilişkili veriler bir araya getirilmiştir. Daha sonra seçici kodlama yapılarak, alt kodlarda ana kategorilerle uyumlu olacak şekilde daraltma yapılmıştır. Son aşamada, bulgular yorumlanarak, model önerisi sunulmuştur. Ayrıca araştırmanın güvenilirliği ise alanında deneyimli bir akademisyene kategorilendirme işlemi yaptırılarak, elde edilen kategoriler ile araştırmacının oluşturduğu kategorilerin karşılaştırılması ile sağlanmıştır. Buna göre 380 kodlamada görüş birliği, 128 kodlamada ise görüş ayrılıkları belirlenmiştir. Miles ve Huberman (1994) *Güvenilirlik= [(Görüş Birliği):(Görüş Birliği+Görüş Ayrılığı)]x100* formülü kullanılarak “Güvenilirlik= 0.74” olarak hesaplanmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda açık kodlar oluşturulmuştur. Buna göre kodlar arasındaki ilişkilerin oluşturduğu yapı sonucunda 5 adet kategori (kentlilik bilinci, kentsel yaşam kalitesinin göstergeleri, kentsel yaşam kalitesinin geliştirilmesi, kent konseyinin rolleri, kent konseyinin rollerinin geliştirilmesi) olmak üzere 508 açık kod belirlenmiştir. Bu kodların görselleşmesinde frekans (f) tablo ve grafikleri, yoğunluk tabloları ve kod haritaları kullanılmıştır.

4.1. Kentlilik Bilinci Kavramının Analizine İlişkin Bulgular

İlk aşamada, çalışmanın ana temasını oluşturan kentlilik bilinci kavramının kent konseyinde aktif görev alan katılımcılara çağrıştırdığı anlamlar belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler kentlilik bilinci kavramının 7 farklı ifade çağrıştırdığını göstermektedir. Buna göre kentlilik bilinci kavramının en yüksek düzeyde (% 20.51) kentsel farkındalık kodu ile kodlandığı, bunu sırasıyla kentsel sorunlara duyarlılık (% 17.95), kente aidiyet (% 17.95), demokratik katılım (% 12.82), toplumsal beklenti ve isteklere önem verme (% 12.82), kentle ilgili konulara ilgi duyma (% 12.82) ve hemşehrilik hukukuna uygunluk (% 5.13) kodlarının izlediği görülmektedir. Tablo 1’de kentlilik bilinci kavramının çağrıştırdığı ifadelerle ilişkin frekans ve yüzde dağılımları verilmektedir.

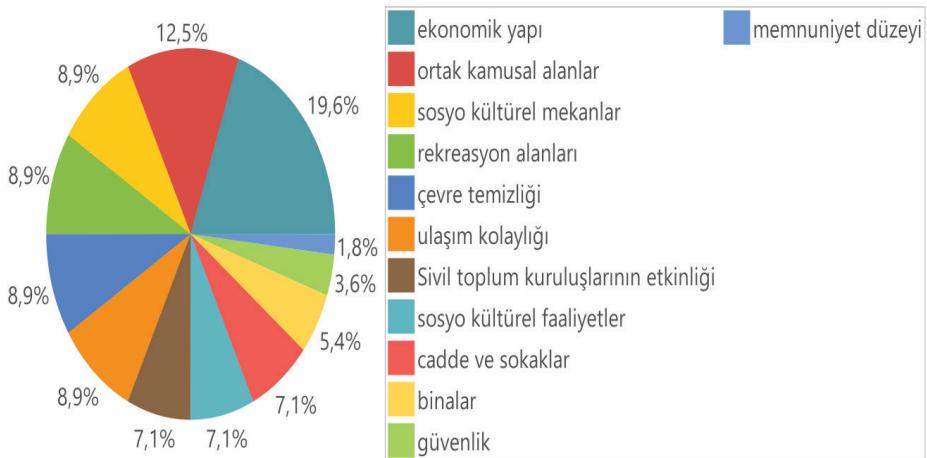
Tablo 1. Kentlilik Bilinci Kavramının Çağrıştırdığı İfadeler

Kentlilik Bilinci Kavramının Çağrıştırdığı İfadeler	Frekans	Yüzde (%)
Kentsel Farkındalık	8	20,51
Kente Ait Sorunlara Duyarlı Olma	7	17,95
Kentsel Aidiyet	7	17,95
Demokratik Katılım	5	12,82
Toplumsal Beklenti Ve İsteklere Önem Verme	5	12,82
Kentle İlgili Konulara İlgi Duyma	5	12,82
Hemşehrilik Hukukuna Uyunluk	2	5,13
TOPLAM	39	100,00

4.2. Kentsel Yaşam Kalitesinin Göstergelerine İlişkin Bulgular

Kent konseyinde aktif rol alan katılımcılara, kentlilik bilinci kavramının anlamından sonra, kentsel yaşam kalitesinin göstergeleri sorulmuştur. Şekil 1’de kentsel yaşam kalitesi göstergelerinin yüzdesel dağılımı verilmektedir. Elde edilen verilere göre, en yüksek kodlamanın ekonomik yapı (% 19.6) olduğu görülmüştür. Bununla birlikte ortak kamusal alanlar (% 12.5), sosyo-kültürel mekanlar (% 8.9), rekreasyon alanları (% 8.9), çevre temizliği (% 8.9), ulaşım kolaylığı (% 8.9), sivil toplum kuruluşu etkinlikleri (% 7.1), sosyo-kültürel faaliyetler (% 7.1) ile cadde ve sokaklar (% 7.1) kentsel yaşam kalitesinin göstergeleri olarak ifade edilmiştir.

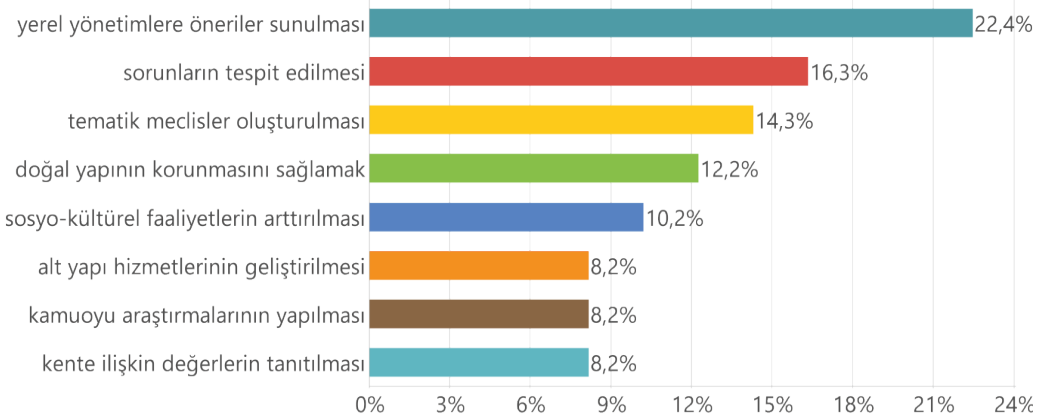
Şekil 1. Kentsel Yaşam Kalitesinin Göstergeleri



4.3. Kentsel Yaşam Kalitesinin Geliştirilmesine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamındaki katılımcılara, kentsel yaşam kalitesinin geliştirilmesine yönelik düşünceleri sorulmuştur. Şekil 2’de katılımcıların kentsel yaşam kalitesinin geliştirilmesine ilişkin verdikleri cevapların yüzdesel dağılımı verilmektedir. Buna göre en yüksek kodlamanın yerel yönetimlere öneriler sunulması (% 22.4) olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla, sorunların tespit edilmesi (% 16.3), tematik meclisler oluşturulması (% 14.3), doğal yapının korunması (% 12.2), sosyo-kültürel faaliyetlerin arttırılması (% 10.2), alt yapı hizmetlerinin geliştirilmesi (% 8.2), kamuoyu araştırmaları yapılması (% 8.2) ve kente ilişkin değerlerin tanıtılması (% 8.2) olarak ifade edilmiştir.

Şekil 2. Kentsel Yaşam Kalitesinin Geliştirilmesi



4.4. Kentlilik Bilincinin Geliştirilmesinde Kent Konseyinin Rollerine İlişkin Bulgular

Kent konseyinde aktif rol alan katılımcılara kentsel yaşam kalitesi ve kentlilik bilincinin arttırılmasında kent konseyinin rolleri sorulmuş ve elde edilen veriler çerçevesinde kent konseyinin rolleri “**demokratik katılımın arttırılması**”, “**kenti sahiplenme ve aidiyet hissinin oluşturulması**”, “**kente ilişkin raporlarla bilgilendirme çalışmaları**”, “**kent kültürünün anlaşılmasını sağlamak**” “**kentsel farkındalık oluşturmak**” ve “**hemşehrilik hukuku oluşturmak**” olmak üzere altı ana tema çerçevesinde 33 alt kod ile kodlanmıştır.

Tablo 2 incelendiğinde; katılımcılar “demokratik katılımın sağlanması” kapsamında kent konseylerinin rollerini; kentin sorunlarına yönelik alt meclis ve çalışma grupları oluşturmak, halka açık meydanlarda toplantılar düzenlemek

ve mahalle meclislerinde ilgili sorunları ve önerileri belirlemek olarak ifade etmişlerdir. Bununla birlikte en yüksek yoğunluğa sahip rollerden birisini temsil eden “kenti sahiplenme ve aidiyet oluşturma” kapsamında ise kent konseylerinin; toplumsal katılımın teşviki, çevre duyarlılığını artırma etkinlikleri, gönüllülüğün artırılması ve STK’lar ile ortaklaşa çalışmalar yürütmeyi hedeflediği belirtilmiştir. “Kent kültürünün anlaşılmasını sağlamak” bağlamında katılımcılar kent konseylerinin; tarihi mekânları tanıtıcı, sosyo- kültürel ve bilimsel etkinliklerle farkındalık oluşturma çalışmaları, yerel medya kanalları aracılığı ile tanıtım, yöresel el sanatları, yöresel tarım ürünleri ve yöresel yemekleri ortaya çıkaran etkinlikler gibi rollerinin ön plana çıktığını ifade etmişlerdir. Ayrıca “kentsel farkındalık oluşturma” kapsamında, kent konseylerinin toplumsal paydaşları bir araya getiren etkinlikler, sosyal ilişkilerin geliştirilmesine yönelik etkinlikler düzenlemeleri, medya kanalları aracılığıyla bilgilendirme yapmaları ve kente ait arşiv oluşturarak kentsel farkındalık oluşturmaya çalıştıkları belirtilmiştir. “Hemşehrilik hukuku oluşturma” boyutu çerçevesinde ise, kent konseylerinin katılımcı bakış açısı oluşturulması, toplum ve yerel yönetimler arasında aracılık yapılması, çalışma grupları oluşturulması, kente ilişkin sorumluluk bilincinin geliştirilmesi, ayrımcı olmayan politikalar izlenmesi, siyasi oluşumlardan kaçınılması, ortak etkinlikler düzenlenmesi ve hemşehri dernekleri ile işbirliği yapılması gibi rollerinin vurgulandığı görülmüştür.

Tablo. 2 Kent Konseylerinin Rollerini

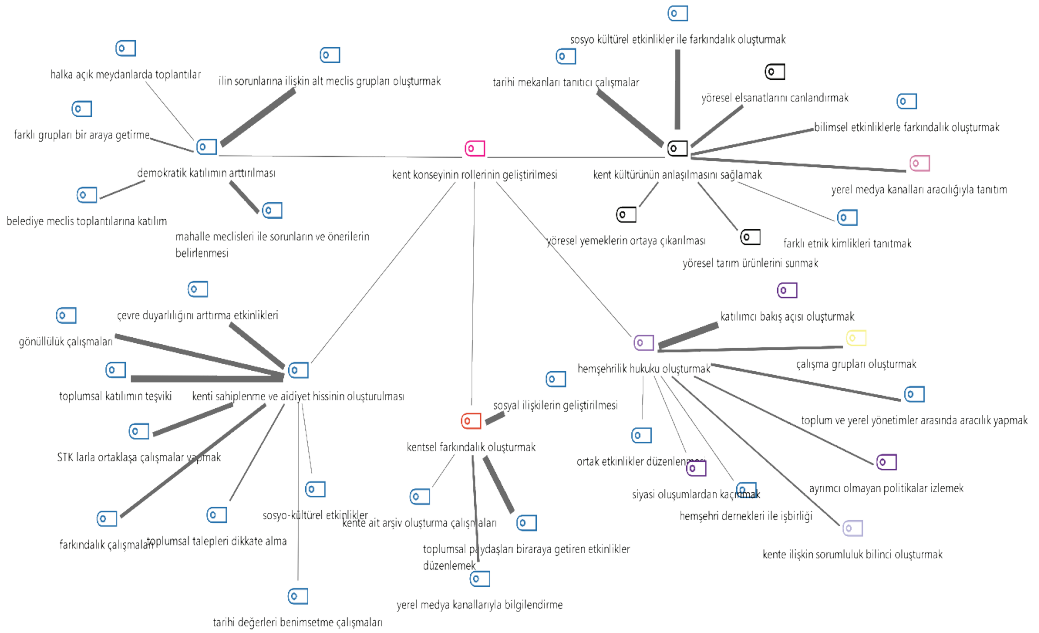
Kod Sistemi	a	b	c	d	e	f	g	h	j	k	l	TOPLAM
▼ kent konseyinin rolleri												0
▼ demokratik katılımın artırılması												8
halka açık meydanlarda toplantılar												2
farklı grupları bir araya getirme												5
belediye meclis toplantılarına katılım												4
mahalle meclisleri ile sorunların ve önerilerin belirlenme												8
ilin sorunlarına ilişkin alt meclis grupları oluşturmak												11
▼ kenti sahiplenme ve aidiyet hissinin oluşturulması												9
tarihi değerleri benimsetme çalışmaları												3
çevre duyarlılığını artırma etkinlikleri												20
farkındalık çalışmaları												14
STK larla ortaklaşa çalışmalar yapmak												19
sosyo-kültürel etkinlikler												1
toplumsal talepleri dikkate alma												7
toplumsal katılımın teşviki												24
gönüllülük çalışmaları												19
kente ilişkin çeşitli raporlarla bilgilendirme çalışmaları												7
▼ kent kültürünün anlaşılmasını sağlamak												2
yerel medya kanalları aracılığıyla tanıtım												5
sosyo kültürel etkinlikler ile farkındalık oluşturmak												10
bilimsel etkinliklerle farkındalık oluşturmak												5
tarihi mekanları tanıtıcı çalışmalar												10
farklı etnik kimlikleri tanıtmak												1
yöresel tarım ürünlerini sunmak												4
yöresel el sanatlarını canlandırarak												6
yöresel yemeklerin ortaya çıkarılması												3
▼ kentsel farkındalık oluşturmak												7
kente ait arşiv oluşturma çalışmaları												2
toplumsal paydaşları bir araya getiren etkinlikler düzenler												9
sosyal ilişkilerin geliştirilmesi												8
yerel medya kanallarıyla bilgilendirme												5
▼ hemşehrlik hukuku oluşturmak												5
toplum ve yerel yönetimler arasında aracılık yapmak												10
siyasi oluşumlardan kaçınmak												5
ayrımcı olmayan politikalar izlemek												7
katılımcı bakış açısı oluşturmak												20
hemşehrli dernekleri ile işbirliği												3
ortak etkinlikler düzenlenmesi												6
kente ilişkin sorumluluk bilinci oluşturmak												7
çalışma grupları oluşturmak												10
Σ TOPLAM	30	21	21	33	31	37	23	27	40	22	26	311

4.5. Kentlilik Bilincinin Arttırılmasında Kent Konseylerinin Rollerinin Geliştirilmesine İlişkin Model Önerisi

Kentlilik bilincinin oluşturulmasında kent konseylerinin rolleri incelendikten sonra kent konseyinin rollerine ilişkin ifadeler “demokratik katılımın arttırılması”, “kenti sahiplenme ve aidiyet hissinin oluşturulması”, “kent kültürünün anlaşılmasını sağlamak” “kentsel farkındalık oluşturmak” ve “hemşehrlik hukuku oluşturmak” olarak beş ana tema kapsamında ele alınarak, ana temalar ve alt faktörleri içeren ilişki haritası oluşturulmuş ve bir model dâhilinde

sunulmuştur. Şekil 3’de kent konseylerinin rollerinin geliştirilmesini kapsayan ana ve alt faktörler özetlenmektedir:

Şekil 3. Kent Konseylerinin Rollerinin Geliştirilmesine İlişkin Model Öneri



5. SONUÇ

Kent konseyleri, değişen yeni kamu yönetimi anlayışı bağlamında yerel yönetimlerin güçlenmesiyle toplumsal yaşamda önem teşkil eden sivil toplum örgütlerinden birisidir. Kent ve kentlilere gönüllü hizmet verme temeliyle yapılandırılan bu örgütler; kente ilişkin sorunların ve önerilerin demokratik platformlarda tartışılmasına aracılık eden bir mekanizma görevi üstlenmektedir. Başka bir ifadeyle, kent konseyleri siyasi bir oluşumun dışında sivil toplumun yönetime katılmasıyla; kent sorunlarına ortak akıl yoluyla çözüm önerileri geliştirilmesi, kentdaşlar arasında hemşehrilik hukuku oluşturulması ve kentlilik bilincinin sağlanması açısından kritik önem taşıyan birimler olarak değerlendirilmektedir. Daha geniş bir çerçevede, kent konseyleri kentsel yaşam kalitesini arttıran, bütünleştirici bir anlayışla çıkar ve ayırım gözetmeden kente ilişkin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yürütülmesini ön plana çıkaran bir platformdur. Ancak yasal mevzuatlarındaki belirsizlik, tüzel kişiliğindeki eksiklikler, kendisine ait bir bütçesinin ve personelinin olmaması, belediyelerin

bütçelerinde kent konseyine ayrı bir kalemden yer verilmemesi, merkezi yönetim ve yerel yönetimler tarafından önyargı ile yaklaşılması ve toplumsal farkındalığın eksikliği sebebiyle misyonlarını etkili düzeyde yerine getiremeyen kuruluşlar olarak görülmektedir. Dolayısıyla, günümüz toplumunda kentlilik bilincinin oluşturulmasında ve kentsel yaşam kalitesinin iyileştirilmesinde etkinlik göstermesi gereken kent konseylerinin rollerinin belirlenmesi ve bu rollerin geliştirilmesi önem taşımaktadır. Bu bağlamda; kent konseylerinin rollerinin irdelenerek, bu rollerin toplumsal, merkezi ve yerel yönetimler düzeyinde farkındalığının sağlanmasıyla kentsel aidiyet ve kentsel katılımın sağlanması ile mümkündür.

Araştırmada kent konseyleri bağlamında; etkin faaliyet gösterdiği düşünülen iki farklı kentin kent konseyleri ele alınmış; bu konseylerde aktif rol alan ve gönüllülük faaliyetleri üstlenen katılımcılar seçilmiştir. Bu çerçevede, kent konseylerinin yönetimlerinde belirli dönemlerde görev almış olan kişilerle mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakat yapılan kişilerin belirlenmesinde gönüllü olmaları, kent konseyinin çalışmalarında rol almış ve kentsel aidiyete sahip olma durumları dikkate alınarak, toplam 11 kişi ile görüşülmüştür. Mülakatlar belirli periyotlarda planlanmış ve her biriyle 30-45 dakika arası görüşülerek, notlar tutulmuştur. Mülakatlar sonucunda elde edilen veriler, araştırma kapsamındaki katılımcıların kentlilik bilinci kavramına farklı anlamlar yüklediğini göstermektedir. Elde edilen bulgulara göre kentlilik bilinci kavramının en yüksek düzeyde kentsel farkındalık kavramı ile ilişkilendirildiği; bunu sırasıyla kentsel sorunlara duyarlılık, kente aidiyet, demokratik katılım, toplumsal beklenti ve isteklere önem verme gibi ifadelerin izlediği görülmüştür. Bununla birlikte katılımcılar kentsel yaşam kalitesinin göstergelerini değerlendirdiğinde en önemli unsurun ekonomik yapı olduğunu sonrasında ortak kamusal alanlar, sosyo-kültürel mekanlar, rekreasyon alanları, çevre temizliği, ulaşım kolaylığı, sivil toplum kuruluşları etkinlikleri ve sosyo-kültürel faaliyetler gibi bileşenlerin ön plana çıktığını ifade etmişlerdir. Ayrıca kentsel yaşam kalitesinin geliştirilmesine ilişkin bulgular değerlendirildiğinde en yüksek düzeyde yerel yönetimlere öneriler sunulmasına vurgu yapıldığı görülmektedir. Bunu sırasıyla, sorunların tespit edilmesi, tematik meclisler oluşturulması, doğal yapının korunması, sosyo-kültürel faaliyetlerin artırılması, alt yapı hizmetlerinin geliştirilmesi, kamuoyu araştırmaları yapılması ve kente ilişkin değerlerin tanıtılması gibi unsurlar izlemiştir.

Elde edilen araştırma bulguları sonucunda kent konseylerinin rollerinin demokratik katılımın artırılması”, “kenti sahiplenme ve aidiyet hissinin oluşturulması”, “kent kültürünün anlaşılmasını sağlamak” “kentsel farkındalık

oluşturmak” ve “hemşehrlik hukuku oluşturmak olmak üzere altı ana tema çerçevesinde özetlenmektedir. Bu bulgulara göre; kent konseylerin toplumun kentin sorunlarına ve çözüm önerilerine ilişkin süreçlerde aktif rol alabilmesini sağlaması, kente ilişkin değerleri ön plana çıkarması, kent kültürünü benimsetme ve kültürü gelecek nesillere aktarma isteği taşımaları gibi unsurların önem taşıdığı ifade edilebilir. Bu rollerin çoğunlukla kentin bütününe yönelik katılımın sağlanması üzerine şekillendiği görülmektedir. Bu çerçevede, toplumu kente ilişkin konularda bilgilendirme, çeşitli raporlar oluşturma ve buna yönelik farkındalık çalışmaları yürütülmesinin öne çıktığını ifade etmek mümkündür. Ayrıca kent kültürünün ve değerlerinin anlaşılmasını sağlamak, kenti sahiplenme ve aidiyet hissi oluşturmaya çabalamak ve hemşehrlik hukukunun gelişmesini destekleyerek kenti daha yaşanabilir kılmak ve ortak yaşama bilincini oluşturmada kent konseylerinin önemli rol oynadığı görülmektedir. Dolayısıyla tüm bu rollerin etkili düzeyde yürütülmesi için öncelikle kent konseylerinin faaliyetlerinin bilinirliğini arttırmak gerekmektedir.

Kent konseylerinin kentdaşların güvenini ve inancını sağlayabilmek amacıyla herkese eşit mesafede durması, ayrımcılıktan ve siyasi oluşumlardan kaçınmaya aynı zamanda hesap verebilir olmaya özen göstermesi gerekmektedir. Diğer taraftan kentlilik bilincinin oluşturulması hem bireysel hem de kurumsal düzeyde kentsel yaşam kalitesinin yükseltilmesiyle mümkündür. Kentlilik bilinci bireysel düzeyde edinilen bilgi ve deneyimlerin davranışa dönüşmesiyle gerçekleşirken; kurumsal düzeyde ise kentlilik bilinci ve kentsel yaşam kalitesinin oluşturulmasında kent yöneticilerine önemli görevler düşmektedir. Bu bağlamda, kent yöneticilerine yenilikçi, yaratıcı ve projeksiyonlu görüşler sunan ve “ortak akıl” platformu olan kent konseyleri kritik bir rol sahiptir. Kent konseylerinin bu konudaki önemlerinin göz ardı edilmesiyle yönetsel miyopluğa yakalanma riskinin artması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Acungil, Y. (2012). Kentleşme Sürecinde Tokat'ta Kentlilik Bilinci. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, SBE.
- Aksoy, A. (2016). Geleneksel Devletten Modern Devlete: Sanayi Devrimi ve Kamu Yönetimi Düşüncesinde Değişim. Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi, 2(3), 31-37.
- Batmaz, N. Y. & Gürer, A. (2016). Kırıkkale İlinin Kentlilik Bilinci Bağlamında Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. 4. Uluslararası Kentsel ve Çevresel Sorunlar ve Politikalar Kongresi.
- Bayındırlık Ve İskan Bakanlığı. (2009). Kentleşme Şurası 2009, Kentlilik Bilinci, Kültür ve Eğitim Komisyonu Raporu. Bayındırlık ve İskan Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Kentleşme Şurası Genel Sekreterliği, Ankara
- Belli, A. & Aydın, A. (2017). Kent Kültürü ve Kentlilik Bilincinin Oluşumunda Üniversitelerin Rolü: Mustafa Kemal Üniversitesi Örneği. The Journal of Academic Social Sciences. 39, 422-434.
- Castells, M., ve Hall, P. (1994). Technopoles of the World: the Making of the 21st Century Industrial Complexes. Routledge, London.
- Doğan, A. (2015). Cemaat ve Siyaset: Siyasal Davranışta Cemaat Üyelerinin Sosyal İlişkileri. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (38), 325-351.
- Ercoşkun, O. Y., Akunal, E. V. Ö., Yenigül, S. B., & Alkan, L. (2016). Kentlilik Bilincini Oluşturan Göstergeler ve Kentlilik Bilincini Geliştirme Yolları. Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, 12 (Özel Sayı 1).
- Erkul, H., Baykal, T., & Kara, H. (2013). Kent Konseylerinin Sorunları Üzerine Bir İnceleme: Çanakkale Kent Konseyi Örneği. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10 (22), 85-105.
- Geyik, S. (2010). Kırdan Kente Göç Sonrası Kentlilik Bilinci: Mevlana Mahallesi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, SBE.
- Görün, M. & Kara, G. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Kentlilik Bilinci Algısı: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği. Yönetim Bilimleri Dergisi, 15(30), 393-409.

- Güçlü, S. (2002). Kentleşme ve Göç Sürecinde Antalya’da Kent Kültürü ve Kentlilik Bilinci, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Güven, A. (2016). Kent, Kentleşme ve Kentsel Yönetim İhtiyacı. *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives*, 4(1), 21–30.
- Karasu, M. A., Çelik, M. L., & Altıparmak, C. (2018). 100 Soruda Kent Konseyi. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Kartal, K. (1992). Ekonomik ve Sosyal Yönleriyle Türkiye’de Kentleşme. Adım Yayınları, Ankara.
- Kaya, E. (2007). Kentleşme ve Kentleşme. (2. Baskı), Okutan Yayıncılık, İstanbul.
- Kayan, A. (2015). Küreselleşmenin Kentler Üzerindeki Etkileri ve Küresel Kentlerin Özellikleri İlgili Bir Değerlendirme. *Journal of Entrepreneurship & Development/ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(1).
- Keleş, R. (1998). Kentbilim Terimleri Sözlüğü. İmge Yayınevi, Ankara.
- Kocaoğlu, M. (2015). Yerel Sürdürülebilir Kalkınma ve Kent Konseyleri: Kırşehir Kent Konseyi Örneği Üzerinden Uygulamalı Bir Çalışma. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 11 (Özel Sayı 2), 97-117.
- Kocaoğlu, M. & Sert, S. (2018). Kentsel Sürdürülebilirlik Kavramı ve Kentsel Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Kent Konseylerinin Rolü Üzerine Bir Değerlendirme. *Strategic Public Management Journal*, 4(8), 52-61.
- Koyuncu, A. (2011). Sosyoloji Kuramlarında Kent. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 0(25), 31-56.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. (2nd ed). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mutlu, A & Özaydın, Ö. (2011). Metropol Kent Samsun’da Kent Kültürü ve Kentlilik Bilinci. Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı Raporu.
- Niray, N. (2002). Tarihsel Süreç İçinde Kentleşme Olgusu ve Muğla Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(9).
- Pekdemir, Ş. (2019). Türk Sinemasında Kent Simgelerinin Gösterimi: İstanbul Üzerinden Bir Değerlendirme. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe

Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Pustu, Y. (2006). Küreselleşme Sürecinde Kent “Antik Site’den Dünya Kentine. *Sayıştay Dergisi*, 60, 129-151.
- Topal, A.K. (2004). Kavramsal Olarak Kent Nedir ve Türkiye’de Kent Neresidir?. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 276-294.
- Torunoğlu, E. (1997). *Kentleşme-Çevre Sorunları ve Kentsel Yaşam Kalitesi*. Öteki Yayınevi, Ankara.
- Türkmen, S. & Tekkanat, S. (2018). Tarih Boyunca Kent Formlarının Biçimlenişi Üzerine Bir İnceleme. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 107-124.
- Velibeyoğlu, K., Özdemir, S., Baba, A., Arsan, Z. D., Duran, H. E., Kaplan, A. & Esetlili, T. (2016). İzmir Küçük Menderes Havzası Sürdürülebilir Kalkınma ve Yaşam Stratejisi. İzmir Büyükşehir Belediyesi, İzmir.
- Yeşildal, A. (2011). Yerel Demokrasinin Gelişim Sürecinde Kent Konseylerinin İşlevselliği: Kocaeli ve Kartepe Kent Konseyleri Örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ULUSAL GÜVENLİK VE SOSYAL MEDYA: FIRSATLAR VE TEHDİTLER¹

Arş. Gör. Ahmet KURNAZ², Arş. Gör. İsmail KAYAR³,
Arş. Gör. Mustafa GÜNGÖR⁴, Prof. Dr. Mustafa GÖRÜN⁵

ÖZET

Akıllı telefonun icat edilmesinden sonra kişisel verilerin paylaşılmasıyla sanal ortamda üretilen veri çok büyük boyutlara ulaşmıştır. Twitter, Facebook ve Youtube gibi uygulamalar araçları ortadan kaldırarak vatandaşların seslerini daha kolay duyurmasına yardımcı olmakta ve kitlelerin hareketlendirilmesini sağlayarak siyasal katılımı artırmaktadır. Ayrıca bu uygulamalar kriz durumlarına acil müdahalede, kamu politikası süreçlerinde taleplerin duyurulmasında ve kurumların kamuoyu gözündeki imajlarının iyileştirmelerinde kullanılmaktadırlar. Buna karşın sosyal medya üzerinden yapılan bilgi savaşları ulusal güvenliği ve istikrarı etkileyecek son derece önemli sonuçlara yol açmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının kamu yönetimine faydaları ve tehditleri gün geçtikçe artmaktadır. Kamu bürokrasisinin geleneksel dikey yapılanmasıyla çelişkili de olsa resmî kurumların sosyal medya stratejisine sahip olması fırsatları değerlendirmek ve tehditlerin farkına varıp onlardan kaçınmak için önemlidir.

Bu çalışmada öncelikle kamu yönetimde büyük veri madenciliği, öğrenen makineler ve sosyal medyayla ilgili temel kavramlar açıklanmıştır. Kamu yönetimde sosyal medya araçlarının ve bu platformlar üzerinden üretilen verinin kullanımına ilişkin tehditler, bu araçların ve verinin getirdiği fırsatlar incelenmiştir. Bu amaçla Emniyet Genel Müdürlüğü'ne ait resmi Twitter hesabı incelenmiştir. Veriler Twitter Public API üzerinden R programlama dili kullanılarak derlenmiştir. Verilerin çözümlenmesinde R programlama dilinden yararlanılmıştır. Çözümlemeler sonucunda ulusal güvenliğin ve istikrarın sağlanması için alınabilecek önlemler hakkında önerilerde bulunulmuştur.

1- Bu çalışma, 17-20 Nisan 2019 tarihleri arasında Gaziantep'te düzenlenen KAYSEM13'te özet bildiri olarak sunulmuştur.

2- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, SBKY Bölümü, ahmetkurnaz@comu.edu.tr, Orcid No: 0000-0001-5628-328X

3- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, SBKY Bölümü, ismailkayar@comu.edu.tr, Orcid No: 0000-0001-9732-6979

4- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, SBKY Bölümü, mgungor@comu.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-8502-8103

5- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, SBKY Bölümü, mgorun@comu.edu.tr, Orcid No: 0000-0001-9732-6979

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Güvenlik, Twitter, Sosyal Ağ
JEL Kodları: H56, C80.

NATIONAL SECURITY AND SOCIAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND THREATS

ABSTRACT

The amount of online data grew dramatically only after the invention of smartphones. social media platforms, such as Facebook, Twitter and Youtube, eliminate all other communication means for citizens to voice their inclinations and expand political participation by mobilising the public. Besides, these applications not only help the government to take necessary measures in emergencies but also to polish their public images. In addition to government, these platforms empower citizens by disseminating their demands, so they are included in public policy processes. On the other hand, information warfare via social media stands as a significant peril to national security and stability. As a result, the opportunities and threats created by social media for public administration are gradually raising. Although it is contradictory to the traditional public bureaucracy organisation, possessing a social media strategy is vital to utilise the opportunities and evade the threats.

In this study, firstly, essential concepts of big data mining, machine learning and social media in public administration are defined. Secondly, the threats and the opportunities created by social media and citizens' personal data on these platforms are discussed. To exemplify the discussion Turkish Security General Directorate Twitter account is selected as the sample. The data scraped and analysed by using the R programming language and Twitter Public API. possible precautions to establish national security and stability are discussed.

Keywords: Socialmedia, Security, Twitter, Social Network

JEL Codes: H56, C80.

1. GİRİŞ

Güvenlik kavramı tarihin farklı dönemlerinde toplumsal, siyasal, ekonomik ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak farklı anlamlandırılan, algılanan ve tanımlanan bir kavramdır (Torun, 2012). Bu kavram insanlığın ilk dönemlerinde dış tehditlerden korunmak amacıyla basit yollarla gerçekleştirilirken daha sonraki süreçte özellikle yerleşik hayata geçilmesi, sosyal hayatın başlaması,

teknolojideki ilerlemeler ve savaşlarla değişik anlamlar kazanmıştır (Bakan ve Şahin, 2018).

Güvenlik kavramı, öncelerde geleneksel olarak sadece askeri ve savaş ile ilgili konuları kapsayan bir kavram sayılırken günümüzde insanların tüm hayatına girmiştir. Toplumların hayatında yaşanan değişim ve dönüşümler ile meydana gelen tehlikeler ve ihtiyaçlar güvenlik kavramının sürekli yenilenmesini, güncellenmesini gerekli kılmaktadır (Tirab, 2017). Bu kapsamda Soğuk Savaş'ın bitmesiyle birlikte önemi artan güvenlik boyutlarından biri de siber güvenlidir.

Teknolojinin hızla gelişmesi insanlara bir yandan önemli kolaylıklar sağlarken, diğer yandan da bir dizi tehditler oluşturmaktadır. Bu tehditler ulusal kritik altyapıya, ekonomiye ve ulusal güvenliğe ciddi zararlar verebilecek kabiliyetlere sahiptir. Siber saldırıların geleneksel şekli olarak tehditler virüs, truva atı, hizmet dışı bırakma, aldatma, mahremiyet ve gizlilik ihlali, yetkisiz giriş, yemleme, spam sayılabilir (Yılmaz ve Salcan, 2008). Bunların yanı sıra kişisel veriler biyolojik, ekonomik ve siyasal boyutlarıyla günümüzde bir ulusal güvenlik sorunu haline gelmiştir.

Üretilen verinin artması yapay zekâ gelişimini sanayi devriminden daha önemli bir sosyal dönüşüm haline getirmiştir. Günümüzde en fazla veri üretilen alan sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya yarattığı fırsat ve tehditlerle günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir.

Sosyal medya siyasal eylemleri dönüştürmüştür. Beğenme (like), yeniden paylaşma (retweet) veya bahsetme (mention) gibi hareketlerin eski düzende bir karşılığı yoktur. 20 yıl önce siyasete katılmanın tek yolu bir siyasal partiye ya da derneğe üye olmaktan geçmekte iken; günümüzde bir cep telefonundan başka hiçbir kaynağa ihtiyaç duymadan insanlar siyasal etkileşimde bulunabilmektedirler. İnternet aktivizmi gibi küçük eylemler hükümetleri şoka sokabilecek sürpriz siyasal eylemlere neden olabilmektedir (Margetts, 2019).

Sosyal medyadan örgütlenen Arap Baharı benzeri toplumsal hareketler yerini seçimlerin sosyal medyayla manipüle edilmesine bırakmıştır. ABD'de 2016 başkanlık seçimlerine ve Birleşik Krallık'ta Brexit referandumuna Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformları kullanılarak müdahale edildiği ortaya çıkmıştır (Cadwalladr, 2017; Nielsen, 2018; Twitter Public Policy, 2017). Ayrıca Cambridge Analytica skandalının patlak vermesi veri etiği konusunda tartışmaları alevlendirmiş sonuçta Avrupa'da, internette kişisel verilerin korunması konusunda, geniş çaplı bir reform olan Genel Veri Koruma Düzenlemesinin (General Data Protection Regulation- GDPR) kabul edilmesine neden olmuştur

(European Commission, 2018).

Yukarıda ifade etmiş olduğumuz olaylar, milyarlarca insanı online olarak birbirine bağlayan sosyal medyanın yarattığı tehditlerin gündeme gelebilmiş kısmıdır. Bu alanda çalışan bilgisayar ve sosyal bilimciler buzdağının görünmeyen kısmına dikkatlerini vermiş durumdadır. Gelecekte günlük ortalama bireyin gündelik yaşantısının merkezine girecek olan veri teknolojilerinin olası etkileri henüz bilinmemektedir. Kredi kartı hizmet sunucuları, medya merkezleri, sosyal medya platformları ve online mağaza devleri gibi şirketlerin insanların verilerini etik olmayan biçimlerde kullanıyor olmaları sosyal yaşama ilişkin büyük tehditler içermektedir.

Bu çalışmada öncelikle online olarak elde edilen verilerin sosyal medya araçları ile bireylere ve uluslara sağladığı faydalar ve yarattığı tehditler incelenmiştir. Çalışmanın ikinci kısmında online veri dinleme yoluyla vatandaşların güvenlik noktasında talep ve istekleri Twitter üzerinden nasıl dile getirildiği çözümlenmiştir. Çözümlemede öncelikle Türkiye Cumhuriyeti Emniyet Genel Müdürlüğü resmi Twitter hesabına gönderilen tweetlerin içerik analizi yapılmıştır. Daha sonra içerik analiziyle ortaya çıkartılan gruplarla eğitilen yapay zekâ ile ihbarların bilgisayar tarafından otomatik sınıflandırması yapılmıştır.

2. FIRSATLAR VE TEHDİTLER

İnsanoğlunun yüzyıllardır acı ve gözyaşı ile kazandığı sosyal ve siyasal hakları, kişisel verileri kullanılarak yapay zekâ algoritmaları aracılığıyla ellerinden alındığı araştırmacılar tarafından dile getirilmektedir. Vatandaşlar birey olmaktan bir veri noktası olmaya, insanlıktan bir laboratuvar deneğine dönüşme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Sonuçta bütün insanlık, kötü niyetli istihbarat servislerinin ve teknoloji şirketlerinin kölesi olma tehlikesi ile karşı karşıyadır (Askonas, 2019). Buna ek olarak devletler de uluslararası doğa durumunun yarattığı asimetric güç dengesi yüzünden daha güçlü devletlerin güdümüne girmeye zorlanmaktadır.

Fırsatlar ve tehditler bu bölümde değerlendirilirken öncelikle online ortamlarda üretilen verinin hangi biçimlerde kullanıldığına ilişkin açıklamalar yapılacaktır. Daha sonra verinin korunmasına yönelik Türkiye ve Avrupa'da yasal düzenlemeler kısaca değinilecektir. Ardından sosyal medya üzerinden terör olayları ile ulusal güvenliği tehdit edebilecek toplumsal hareketlerin yönlendirilmesine ilişkin incelemeler yapılacaktır.

a. Verinin Değeri

Sosyal medya verilerinin siyasal kullanımı pazarlamanın her alanında olduğu gibi işlevselleştirilmektedir. Yani bir ayakkabının veya politikacının pazarlanması aynı biçimlerde gerçekleşmektedir. Hedef kitlenin bu şekilde seçilmesindeki problem bunun ne kadar etik olduğudur. Sosyal medya verilerini kullanıcıların ürettiği içerikler, kullanıcı bilgileri ve sosyal ağ verisi olarak sınıflandırmak mümkündür. Kullanıcıların ürettiği veriler metin, fotoğraf veya video gibi farklı formatlarda olabilir. Kullanıcı verileri demografik bilgiler, tercihler ve konum bilgisi gibi kişisel bilgileri içerebilir. Sosyal ağ verisi ise ilk olarak kullanıcıların birbirleri arasında kurulan bağlantıların bilgisidir. Buna ek olarak beğenme, paylaşma, yorum yapma ve mesajlaşma gibi işlemler hem içerik üretmekte hem de ağ verisi üretmektedir.

b. Verinin Elde Edilmesi

Veriler, “şirketlerin günlük yaşamı gözetlemesi” ile gönüllülerden, gözlemlerden ve çıkarımlardan elde edilir. Google, Facebook ve Amazon gibi dijital platformlar, kredi kartı servisleri, bankalar ve medya tüketici verisinin en önemli satıcılarıdır. Örneğin Spotify, dinleyicilerinin şarkı dinleme alışkanlıklarının yanı sıra günlük duygu durumlarını da pazarlamaktadır (Beres, 2019; Christl, 2017).

Sosyal medyada verilerin elde edilmesi için iki temel yöntemden bahsedilebilir. Bunlardan ilki web sayfalarının doğrudan toplanmasıdır. Bu yöntem web-scraping denilmektedir. İkinci yöntem ise API (application user interfaces-kullanıcı uygulama arayüzü) kullanılarak verilerin toplanmasıdır. Bu yöntem ise dijital dinleme adı verilmektedir. İlk yöntemde veri toplayanlar herhangi bir şekilde sınırlandırılmazken ikinci yöntemde platform geliştiricinin koyduğu bir takım kurallar çerçevesinde veriler toplanabilir.

Dijital dinleme kişinin sosyal medyada yapmış olduğu hareketlerin üçüncü taraf tarafından derlenmesini anlatan bir kavramdır (Varga, 2018). Bunlar bir mesaj paylaşma, beğenme, yorum yapma, yeniden paylaşma (retweet etme), başlık (hashtag) veya bahsetme (mention) gibi araçlarla elde edilirler ve kişinin siyasi duygu durumunu, tutumunu, yaklaşımını, beklentilerini ve tarafını ortaya koymak için gelişmiş analizlerde kullanılırlar. Yeterli teknik beceriyle birlikte günümüzde muazzam miktarda veriyi toplayıp analiz edilebilmektedirler. NLP (natural language processing) adı verilen tekniklerle bu veriler yapay zekâ ile desteklediğinde zaman içerisinde daha fazla veri ile daha isabetli analiz yapar hale gelmektedirler.

Dijital dinleme, bireylerin gözlemediği hissini ortadan kaldırarak farklı davranma durumunu aşmaya yardımcı olup gerçek niyetleri/ihtiyaçları ortaya çıkarabilir. Kamu karar alıcılarının fark etmedikleri sorunların ortaya çıkmasına yardımcı bir araç olarak kullanılabilir. Buna karşın kişilerin gerçek kimlikleriyle ilişkilendirilerek yerel veya uluslararası istihbarat servisleri tarafından kötü amaçlarla bireyin özgürlüklerinin kısıtlanması veya devletin zayıflatılması amacıyla da kullanılabilir. Ayrıca otomatik içerik üretilerek önemsiz konuların önemli olarak yansıtılması tehlikesini de barındırır (Gilani vd., 2017; Ratkiewicz vd., 2011).

Yukarıda bahsedilen yöntemlere ek olarak mobil ve/ya yerleşik cihazlar üzerinden farklı tekniklerle kişisel verilere erişilmektedir. Mobil uygulamalar üzerinden kişilerin sağladıkları iletişim verilerinin yanı sıra sosyal medya adreslerini ve/veya seçmen tercihlerini kısa soru formları/anketler yoluyla elde edebilir. Örneğin, Cambridge Analytica, Facebook üzerinden benzeri bir uygulama geliştirerek milyonlarca insanın psikometrik profilini çıkartmıştır(Levin, 2018). Ayrıca kişilerin oy tercihlerini anket ve mini testlerle ortaya koyan pek çok platform mevcuttur (I Side With; Who Should You Vote For, 2017).

Psikometrik profil temelde beş büyük olarak adlandırılan açıklık (openness), insafılık (conscientiousness), dışa dönüklük (extraversion), uyumluluk (agreeableness) ve nevrozizm (neuroticism) duygu durumları ile insanları etiketlemektir. Alanyazında beş büyük (big five) İngilizce akrostiş olarak üretilen OCEAN kelimesiyle geçmektedir (Adrews, 2018).

Kurabiyeler (çerezler) aracılığıyla webde yapılan her hareket, gps verileri, ekran takibi, internet kapalıyken yapılan hareketler gibi pek çok yolla kişiler takip edilmektedirler. Kurabiyeler temelde uygun reklam içeriğinin web sitesinde gösterilmesi ve yanı sıra kişilerin kategorize edilmesi amacıyla da hizmet eder. En tehlikeli takip biçimi üçüncü parti kurabiye takibidir. Süper kurabiye ve parmak izi (web tarayıcınıza atanan tekil bir sayı) olmak üzere iki biçimde sürekli olarak internet kullanıcılarını gözetlerler (Bashyakarla, 2018; Mayer ve Mitchell, 2012). GDPR kurabiyeler için kullanıcının rızasını şart koşmuştur (Cookiebot, 2019; Wachter, 2018). Bu takibin etik olmayan kullanımını engellemek amacıyla çıkarılan yasalar etkisiz kalmaktadırlar. Çevrim içi platformla kullanıcıya kısaca veri toplamamıza izin veriyor musunuz şeklinde bir soru sorup eski düzenlerinde devam etmektedirler. Genellikle etik olmayan biçimlerde kullanılsalar bile kurabiye takibi bireyleri oy vermeye yönlendirerek demokrasinin güçlenmesine yardımcı olabilir (Cookie Central, 2019).

Dijital dinleme veya web scraping yöntemleri kullanılarak kişilerin konum verileri de elde edilmektedir. Böylece bireylerin alışveriş tercihlerini, egzersiz düzenlerini, iş yerlerini, gittiği sosyal mekânları ve daha pek çok şeyi açığa çıkaracak bir değişkedir. Böylece siyasi veya ekonomik casusluktan kürtaj karşıtı mesajların hedefi haline gelmeye kadar pek çok alanda kullanılabilirler.

Pek çok sosyal medya platformu meta verileri (yaş, cinsiyet, konum, tercihler vs.) kullanıcılarında istemektedir. Kullanıcıların bazıları bu bilgileri açıkça paylaşırken birçoğu bunları açıkça paylaşmamayı tercih etmektedirler. Bu gizli kalmış değişkenleri yapay zekâ algoritmalarıyla birlikte ortaya çıkartılabilmektedir. Kullanıcılara benzer hayat görüşü, beğenileri, paylaşımları olan diğer kişilerin verileri kullanılarak bir kişinin yaşı, konumu, cinsiyeti, siyasi eğilimi tahmin edilebilmektedir (Chen vd., 2015; Li vd., 2019; Liu vd., 2019; Nguyen vd., 2013; Rao ve Yarowsky, 2010; Sap vd., 2014; Wang vd., 2019; Zhang vd., 2016).

Bu şekilde açık kaynaklardan elde edilen veriler siyasal eğilimlerin tahmin edilmesinde kullanılabilirler. Örneğin Stanford Üniversitesi yapay zeka araştırmacıları Google haritalar servisini kullanarak yerleşim yerindeki araç tiplerine göre seçimi kimin kazanacağını tahmin etmişlerdir (Gebru vd., 2017).

c. Verinin Kullanılması

Yukarıda açıklandığı şekilde elde edilen veriler siyasal pazarlama amaçlı tutumların ölçülmesi ve kamuoyunun yönlendirilmesi gibi iki temel motivasyonla kullanılmaktadır. Öncelikle tutumların ölçülmesi için temel değişkenler elde edildikten sonra A/B testi denilen uygulamalarla bireylerin tercihleri ortaya konulmaktadır. A/B testi; iki ya da daha fazla değişkenin tercih edilme oranlarını ölçen bir araçtır. Sosyal medyada paylaşılan içeriklere gelen yorum ve beğenilerle kişilerin siyasal eğilimleri yaşam tarzları veya ideolojileri hakkında veri elde edilebilir. Kişi bunlara oy vermese dahi ilgisizliği üzerinden veri derlenebilir (Christian, 2012; Hootsuite, 2017; Jiang vd., 2019; Segal, 2017).

İkinci olarak toplanan metinler üzerinde duygu analizi çeşitli kütüphaneler yardımıyla yapılabilmektedir. Bu kütüphanelerin başında LIWC gelmektedir (“LIWC | Linguistic Inquiry and Word Count”, 2018). Uzmanlar tarafından oluşturulan bu kütüphanelerde yer alan hedeflenmiş anahtar kelimeler sosyal medyadan toplanan verilerde aratılarak içeriği üretenin duygu durumu, amacı, ideolojisi gibi veriler ortaya çıkarılmaktadır.

Kamuoyunun yönlendirilmesinde kullanılan yalan haber kavramı ya da daha geleneksel terimle ifade edilirse dezenformasyon sosyal medya tartışmalarının

merkezinde yer almaktadır. Günümüzde sosyal medya aracılığıyla sahte/yalan içerik bireyin ve toplumun gerçeklik algısını bozulmasına ilişkin, gerçeklik sonrası sosyal düzen ile ilgili araştırmalar yapılmaktadır (Corner, 2017). Bu dönemde artık doğru ve yanlış, gerçek ve yalan, teknolojik araçlarla insan beyni aldatılarak inşa edilir hale gelmiştir.

Sosyal medya kullanımı ile tembelleşen bireyler bilginin kaynağı hakkında araştırma yapmaz hale gelmiştir. Bilişsel psikologlar yalan habere inanmanın nedenleri üzerine yaptıkları çalışmalarda en büyük nedeni eleştirel tembellik olarak ortaya koymuşlardır (Pennycook ve Rand, 2019). Yalan içeriklerle mücadele etmenin henüz verimli bir çözümü bulunmuş değildir. Facebook, Twitter, Google ve YouTube gibi büyük platformlar her gün yeni bir çözüm önerisi ile birlikte gelseler de yalan haber üreten troller ve botlar daha sofistike hale gelmektedir (Condliffe, 2017; Google, 2019; Hern, 2019; Matney, 2019; Vanian, 2018; Whittaker, 2018).

Kamuoyunun yönlendirilmesinde otomatik içerik üreten botlar kullanılmaktadır. Bot olarak adlandırılan uygulamalar istenilen işlemlerin bilgisayar kodları tarafından otomatik olarak yapılmasını ifade etmektedir. Günümüzde yapay zekanın ulaştığı seviye botların gerçek kişileri ikna etmek için argüman üretmelerine imkan vermektedir. Bu botlar seçmeni ikna etmek için kullanılabilceği gibi aşırılıkçı grupları tahrik etmek veya toplumdan bu türde gruplar devşirmek için de kullanılabilirler.

d. Sosyal Medya ve Terör

Sosyal medya aşırı hareketler için mükemmel bir araç haline gelmiştir. Özellikle aşırı dinci ve aşırı sağ ırkçı gruplar, sosyal medyayı etkin biçimde kullanarak toplumları terörize etmektedirler. Sosyal medya propaganda aracı olmasının yanı sıra sınırlar ötesi benzer ideolojilere sahip grupların örgütlenmesi ve organize eylemlerde bulunmasına yardımcı olabilirler ve yalnız kurt denilen saldırı emirlerinin verilmesi amacıyla da kullanılabilirler (Froio ve Ganesh, 2018).

Sosyal medya, toplumların teröre ve nefret suçlarının normalleştirilmesine karşı örgütlenmesi açısından önemli bir işlevi de yerine getirmektedir. Renk, din ve kimlik farklılıklarına rağmen yaşanan trajedilere verilen ortak tepki nefretin daha fazla yayılmasına engel olmaktadır.

e. Sosyal Medya ve Toplumsal Hareketler

Toplumsal hareketler ve sosyal medya denilince akla ilk gelen dönem Arap coğrafyasında ortaya çıkan Arap Baharı fenomenidir. Toplumların, devletlerinin başındaki zorba liderlere karşı örgütlenmesi ve diktatörlere karşı kamuoyu yaratmaları sosyal medya aracılığı ile gerçekleşmiştir. Buna karşın sosyal medya üzerinden örgütlenip devrim yapılarak demokrasi getirilen ülkelerde kan ve gözyaşı dinmemiştir. Başta Mısır olmak üzere bazı ülkelerde ise askeri darbelerle devrim etkisizleştirilmiştir.

Türkiye’de Gezi Olayları sırasında ve 15 Temmuz kalkışmasına karşı direnişte Twitter ve Facebook etkin biçimde kullanılmıştır. 15 Temmuz’da başta Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın FaceTime uygulamasıyla halka seslenişi, iktidar ve muhalefetten önde gelen siyasetçilerin ve kalkışmanın karşısında yer alarak devlete ihanete karşı çıkan generallerin demeçleri kısa sürede Twitter’da yayılmış halkın direnişe daha geniş kitleler halinde katılmasında önemli belirleyici olmuştur.

3. EMNİYET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ TWITTER HESABINA GELEN TWEETLERİN DİNLENMESİ

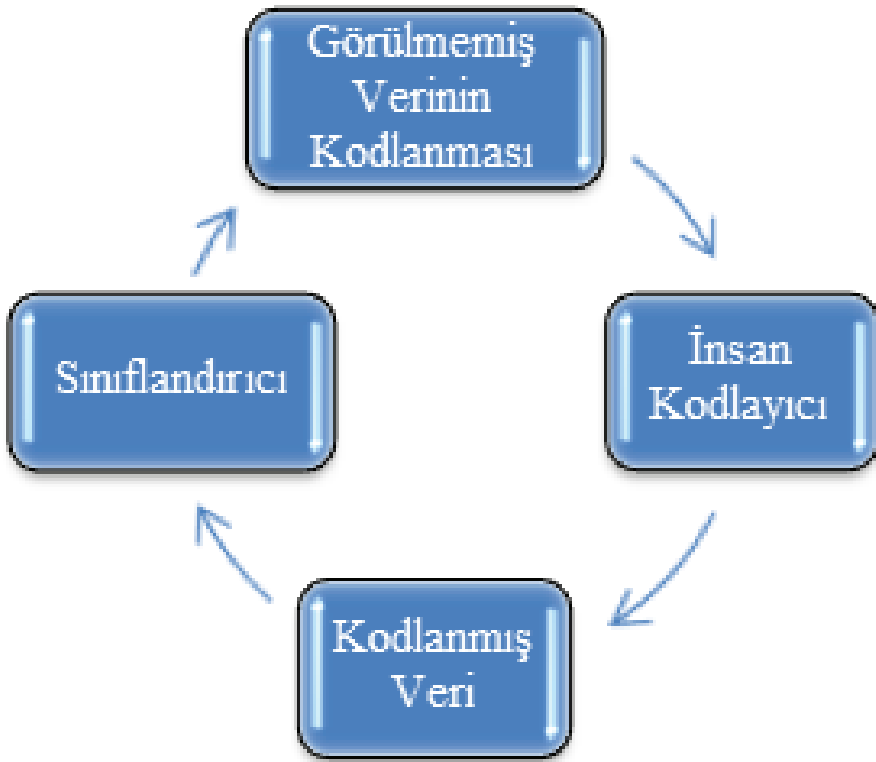
Bu çalışmada veriler 11.11.2018 – 18.02.2019 tarihleri arasında Twitter RESTful API üzerinden @EmniyetGM ve #EmniyeGManahtar terimleri takip edilerek toplanmıştır. Toplamda 44bin tekil kullanıcı tarafından atılan 107bin tweete ulaşılmıştır. Bu tweetlerin %90.1’i retweet iken %9.9’u organik olarak tespit edilmiştir. Kullanıcıların isimleri 114bin isim-cinsiyet ikilisinin olduğu bir sözlükle karşılaştırılmış ve böylece cinsiyetleri tespit edilmiştir. Buna göre kullanıcıların %76’sı erkek ve %24’ü de kadındır.

a. Veri Etiketleme

Verilerin etiketlenmesi için R programlama dili ile bir nitel kodlama aracı geliştirilmiştir. Bu araç teker teker tekil tweet metinlerini kullanıcıya gösterir. Kullanıcı okuduğu metni yalnızca bir kod altına kodlayabilir. Eğer anlamı karşılayan bir kod yoksa kullanıcı yeni bir kod oluşturabilir ya da var olan bir kodu geliştirebilir. Bu şekilde tweetler üzerinde ileri geri hareket ederek her grupta yeterli sayıda tweet kodlanmıştır. Geliştirilen araç retweetleri ve karbon kopya organik tweetleri kullanıcının belirttiği kodla işaretlemektedir.

Veriler etiketlenirken sınıflandırıcı destekli nitel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem King ve arkadaşlarının “Computer-Assisted Keyword and Document

Set Discovery from Unstructured Text” adlı makalesinde bahsettiği yöntemden esinlenerek geliştirilmiştir (King vd.,2017). Buna göre önce veriler belirli kategoriler altında kodlanmıştır. Daha sonra bu verilerle Naïve Bayes multinomial sınıflandırıcı eğitilmiştir. Sınıflandırıcının tespit ettiği veriler tekrar kodlayıcı tarafından uygun kategoriler altında kodlanmıştır (Şekil 1)



Şekil 1: Kodlama Yöntemi

b. Veri Temizleme

Veriler R programlama dili içerisine aktarılmıştır. Metin doküman-özellik matrisi (DFM) oluşturulurken *quantda* R kütüphanesinin fonksiyonlarından yararlanılmıştır (Benoit, 2019). Öncelikle tweet metni içindeki bütün URL'ler silinmiştir. Ardından bütün karakterler Latin-ASCII karakter setinedönüştürülmüştür. Metinde alfabe karakterleri dışındaki bütün karakterler silinmiştir. *Regular expression (düzenli ifade)* fonksiyonlarından yararlanarak bitişik kelimeler ayrılmıştır. Bitişik kelimelerin tespitinde camelnotation tespit edilmiştir ve geriye bakma özelliği ile büyük harfler ayrılmıştır. Daha sonra bütün kelimeler küçük harfe dönüştürülmüştür. Türkçe için iyi bir *stemmer (köklere ayırıcı)* ve *lemmatizer (sözlük formu bulucu)* bulunmadığı için veriyi kirletmemek adına metin orijinal formunda bırakılmıştır.

Yukarıda anlatılan adımlar izlenerek *unigram* (tek terimli) DFM oluşturulmuştur. Buna ek olarak *trigram* (üç terimli) DFM ve retweeterların da eklendiği bir hibrit DFM de oluşturulmuştur. Ancak bahsedilen bu son iki DFM sınıflandırıcılar üzerinde herhangi bir etkide bulunmadığı için bu raporun devamında bahsedilmemiştir. DFM gereksiz kelimelerden temizlemek için *dfm_trim* fonksiyonu kullanılmıştır (sparsity=0.985). Daha sonra kelime frekansları aşağıdaki formüle göre ağırlıklandırılmıştır.

$$weight = \frac{1 + \log_{10} tf_j}{1 + \log_{10} \sum_j tf_{j,i} / N}$$

c. Sınıflandırıcı Seçimi ve Düzenleme

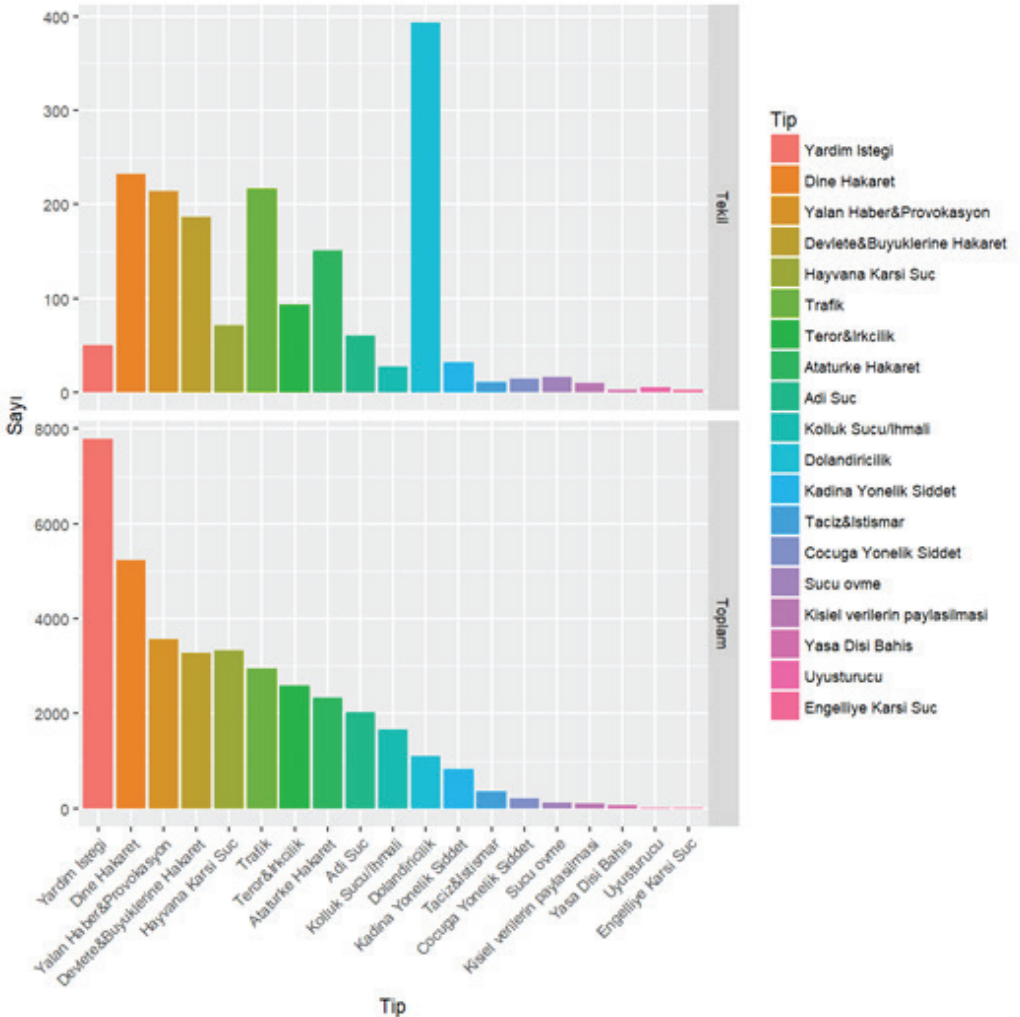
Bu çalışmada veriler 10 tekrarlı 10 katmanlı çapraz doğrulama metoduyla sınıflandırılmıştır. Her bir tekrar için sınıflandırılmak istenen grup verilerinin tamamı alınırken aynı sayıda tweet bu sınıfa dahil olmayan veriler arasından rastgele seçilmiştir. Böylece dengeli bir eğitime veri seti oluşturulmuş, meydana gelebilecek bir algoritma yanlılığı en aza indirgenmiştir.

Sınıflandırıcı olarak Naïve Bayes ve Support Vector Machines kullanılmıştır. Naïve Bayes sınıflandırıcı için multinomial dağılım seçilmiş ve laplace smoothing 1'e ayarlanmıştır. SVM sınıflandırıcı için linear, radial, sigmoid ve polynomial kerneller kullanılmıştır (Meyer vd.,2017). Her bir kernel için her tekrardan önce ayarlama yapılmıştır (cost= (0.01,0.1,1,5,10,100), gamma = (0.01,.1,1,5,10) , coef= (0.5,1,3,4), degree=(3,4)). Böylece farklı şekilde oluşan veri setleri için

banka isimlerinin toplandığı dolandırıcılık ihbarlarının yapıldığı gruptur. Frekans analizine bakılarak çok fazla tekil şikâyet olmasına rağmen bu grupta etkileşim oranı çok düşüktür.

e. Sınıflandırıcı Sonuçları

Sınıflandırıcı sonuçlarına göre svm radial ve naive bayes yedi durumun üçünde en iyi tahminde bulunmuştur. Yedi durumun ikisini en iyi biçimde tahmin eden svm polynomial ve hiçbir durumda tahminlerinde diğerlerinde başarılı olamayan svm linear ve sigmoid sınıflandırıcılar fark yaratamamıştır.



Şekil 4: Kod Dağılımı

Naive bayes sınıflandırıcı ayırt edici kelimeler diğer sınıflarda olmadığına (banka, park, trafik...) svm sınıflandırıcılardan daha iyi sonuç vermiştir. Ancak devlete, Atatürk'e ya da dine hakaret gibi metinlerin birbirine çok benzediği daha karmaşık durumlarda svm radial başarılı olmuştur.

Tablo 1: Yapay Zeka Sınıflandırıcı Sonuçları

Grup	nb_multi	svm_linear	svm_polynomial	svm_radial	svm_sigmoid
Ataturke_Hakaret	0.813	0.927	0.936	0.938	0.897
Devlete_Buyuklerine_Hakaret	0.799	0.818	0.825	0.825	0.742
Dine_Hakaret	0.833	0.862	0.863	0.873	0.813
Dolandiricilik	0.915	0.903	0.912	0.909	0.887
Teror_Irkcilik	0.733	0.756	0.780	0.774	
Trafik	0.901	0.875	0.883	0.900	0.867
Yalan_Haber_Provokasyon	0.819	0.792	0.817	0.810	0.736

4. SONUÇ

Günümüzde teknoloji şirketleri akademisyenlere veriler üzerinde araştırma yapmaları için yeterince destek sağlamamaktadırlar. Bu da demokrasiyi, devleti ve toplumu tehditlere karşı savunmasız bırakmaktadır. Teknoloji şirketleri verilerini kar amacı gütmeyen bağımsız araştırmacılara açmalıdırlar. Kısıtlı ve hiyerarşik bir yaklaşımla da olsa Twitter dışında diğer şirketler akademisyenlere imkân sağlamamaktadır.

Bilgi teknolojileri ile seçmen tercihleri üzerinde yoğun biçimde deneylerin yapılması demokrasi anlayışı ile bağdaşmamaktadır. Bireyin ne isteyeceği sistem tarafından psikolojik analizlerle seçmene söylenmektedir. Gerçeklik sonrası bu dönemde insanlık veriye hükmedenlerin kölesi olma tehdidi ile karşı karşıyadır.

Devlet kurumlarını ortadan kaldırmak yerine bireylerin kurumları ve kurumların da bireyleri denetlediği bir sistem inşa etmek hak ve hürriyetlerin korunması

için çok önemlidir. Foucault'nun dediği gibi bilgi/iktidar üzerinden işlediği özneleri tekrar üretmekte ve mikro tekniklerle onu uysallaştırmaktadır (Foucault, 1982). Günümüzde ise bu teknikler çok daha sinsi biçimde işler hale gelmiştir ve yabancı istihbarat servisleri gibi kurumsallaşmış tehditlere karşı liberteryen bireysel çözümlerin etkisiz kalma tehlikesi vardır. Bunun nedeni bir veri noktasına dönüştürülen vatandaşların iktidarın bütün yüzlerine karşı savunmasız hale gelmesidir (Diğeser, 1992).

Yapay zekâ araçları olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz sonuçlara da sebep olabilmektedirler. Bu çalışmada ise olumsuz etkilerin toplumun iyi biçimde bilgilendirilerek sosyal medya aracılığıyla güvenliği iyileştirmesine yönelik geliştirilebilecek bir proje önerilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre vatandaşlar sosyal medya aracılığıyla ihbarda bulunmakta ve ilgili kurumları müdahale etmeye davet etmektedirler. Bu içeriklerin makine öğrenmesi ile sınıflandırılarak daha hızlı ve daha etkin müdahale yeteneğinin kazandırılabilceği, vatandaşların özellikle provokatif ve dezenformatif içerikler karşısında korunabileceği gösterilmiştir.

KAYNAKÇA

- Adrews, E. (2018). The Science Behind Cambridge Analytica: Does Psychological Profiling Work? Geliş tarihi 13 Nisan 2019, gönderen Stanford Graduate School of Business website: <https://www.gsb.stanford.edu/insights/science-behind-cambridge-analytica-does-psychological-profiling-work>
- Askonas, J. (2019). How Tech Utopia Fostered Tyranny. *The New Atlantis*, 3-13.
- Bakan, S., & Şahin, S. (2018). *Uluslararası Güvenlik Yaklaşımlarının Tarihsel Dönüşümü ve Yeni Tehditler*. 18.
- Bashyakarla, V. (2018). France: Data Violations in Recent Elections - Our Data Our Selves. Geliş tarihi 27 Mart 2019, gönderen Tactical Technology Collective website: <https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/overview-france/>
- Benoit, K. (2019). quanteda: Quantitative Analysis of Textual Data (Versiyon 0.99.22) [R]. Geliş tarihi gönderen <http://quanteda.io>
- Beres, D. (2019, Şubat 20). How Spotify manipulates your emotions and sells your data. Geliş tarihi 15 Nisan 2019, gönderen Big Think website: <https://bigthink.com/technology-innovation/is-spotify-spying-on-you>
- Cadwalladr, C. (2017, Temmuz 5). The great British Brexit robbery: how our democracy was hijacked | Technology | The Guardian. *The Guardian*. Geliş tarihi gönderen <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/07/the-great-british-brexit-robbery-hijacked-democracy>
- Chen, X., Wang, Y., Agichtein, E., & Wang, F. (2015). *A Comparative Study of Demographic Attribute Inference in Twitter*. 4.
- Christian, B. (2012, Nisan 26). The A/B Test: Inside the Technology That's Changing the Rules of Business. *Wired*, 20(5). Geliş tarihi gönderen <https://www.wired.com/2012/04/ff-abtesting/>
- Christl, W. (2017). *Corporate Surveillance in Everyday Life*. 93.
- Condliffe, J. (2017). Fake news is everywhere. Why? Because it's unbelievably cheap. Geliş tarihi 27 Şubat 2019, gönderen MIT Technology Review website: <https://www.technologyreview.com/s/608105/fake-news-is-unbelievably-cheap/>
- Cookie Central. (t.y.). What Went Wrong? Geliş tarihi 27 Mart 2019, gönderen

<http://www.cookiecentral.com/cookie5.htm>

- Cookiebot. (t.y.). Cookie consent | How to get valid consent for your website. Geliş tarihi 27 Mart 2019, gönderen Cookiebot website: <https://www.cookiebot.com/en/cookie-consent/>
- Corner, J. (2017). Fake news, post-truth and media-political change. *Media, Culture & Society*, 39(7), 1100-1107. <https://doi.org/10.1177/0163443717726743>
- Digester, P. (1992). The Fourth Face of Power. *The Journal of Politics*, 54(4), 977-1007. <https://doi.org/10.2307/2132105>
- European Commission. (2018, Mayıs). 2018 Reform of EU Data Protection Rules [Text]. Geliş tarihi 26 Şubat 2019, gönderen https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules_en
- Foucault, M. (1982). The Subject and Power. *Critical Inquiry*, 8(4), 777-795.
- Froio, C., & Ganesh, B. (2018). The transnationalisation of far right discourse on Twitter. *European Societies*, 0(0), 1-27. <https://doi.org/10.1080/14616696.2018.1494295>
- Gebru, T., Krause, J., Wang, Y., Chen, D., Deng, J., Aiden, E. L., & Fei-Fei, L. (2017). Using deep learning and Google Street View to estimate the demographic makeup of neighborhoods across the United States. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(50), 13108-13113. <https://doi.org/10.1073/pnas.1700035114>
- Gilani, Z., Farahbakhsh, R., & Crowcroft, J. (2017). Do Bots impact Twitter activity? *Proceedings of the 26th International Conference on World Wide Web Companion - WWW '17 Companion*, 781-782. <https://doi.org/10.1145/3041021.3054255>
- Google. (2019). *Fighting disinformation across our products*. Geliş tarihi gönderen <https://www.blog.google/around-the-globe/google-europe/fighting-disinformation-across-our-products/>
- Hern, A. (2019, Ocak 28). Facebook to create “war room” to fight fake news, Nick Clegg says. *The Guardian*. Geliş tarihi gönderen <https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/28/facebook-war-room-fight-fake-news-nick-clegg-eu-elections-dublin-operations-centre>

- Hootsuite. (2017, Temmuz 10). A/B Testing on Social Media: How to Do it with Tools You Already Have. Geliş tarihi 27 Mart 2019, gönderen Hootsuite Social Media Management website: <https://blog.hootsuite.com/social-media-ab-testing/>
- iSide With. (2017). Seçimler, siyasi konular, adayların ve anket veriler için Amerika'nın en popüler oylama kılavuzu. Geliş tarihi 14 Nisan 2019, gönderen iSideWith website: <https://www.isidewith.com/tr/>
- Jiang, S., Martin, J., & Wilson, C. (2019). Who's the Guinea Pig? Investigating Online A/B/n Tests in-the-Wild. *Proceedings of the Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, 201–210. ACM.
- King, G., Lam, P., & Roberts, M. E. (2017). Computer-Assisted Keyword and Document Set Discovery from Unstructured Text: Keyword and Document Set Discovery. *American Journal of Political Science*, 61(4), 971-988. <https://doi.org/10.1111/ajps.12291>
- Levin, S. (2018, Mayıs 14). Facebook suspends 200 apps as part of investigation into data misuse. *The Guardian*. Geliş tarihi gönderen <https://www.theguardian.com/technology/2018/may/14/facebook-apps-suspended-privacy-scandal-cambridge-analytica>
- Li, Y., Yang, L., Xu, B., Wang, J., & Lin, H. (2019). Improving User Attribute Classification with Text and Social Network Attention. *Cognitive Computation*, 11(4), 459-468. <https://doi.org/10.1007/s12559-019-9624-y>
- Liu, Y., Cheng, D., Pei, T., Shu, H., Ge, X., Ma, T., ... Xu, L. (2019). Inferring gender and age of customers in shopping malls via indoor positioning data. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 2399808319841910. <https://doi.org/10.1177/2399808319841910>
- LIWC | Linguistic Inquiry and Word Count. (2018, Mart 9). Geliş tarihi 09 Mart 2018, gönderen <https://liwc.wpengine.com/>
- Margetts, H. (2019). 9. Rethinking Democracy with Social Media. *The Political Quarterly*, 90(S1), 107-123. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12574>
- Matney, L. (2019, Ocak). Twitter testing 'Original Tweeter' tag to distinguish who started a thread. Geliş tarihi 20 Şubat 2019, gönderen TechCrunch website: <http://social.techcrunch.com/2019/01/23/twitter-testing-original-tweeter-tag-to-distinguish-who-started-a-thread/>

- Mayer, J. R., & Mitchell, J. C. (2012). Third-Party Web Tracking: Policy and Technology. *2012 IEEE Symposium on Security and Privacy*, 413-427. <https://doi.org/10.1109/SP.2012.47>
- Meyer, D., Dimitriadou, E., Hornik, K., Weingessel, A., & Leisch, F. (2017). e1071: Misc Functions of the Department of Statistics, Probability Theory Group (Versiyon 1.6-8) [R]. Geliş tarihi gönderen <https://CRAN.R-project.org/package=e1071>
- Nguyen, D., Gravel, R., Trieschnigg, D., & Meder, T. (2013). “How Old Do You Think I Am?” A Study of Language and Age in Twitter. *ICWSM*.
- Nielsen, N. (2018, Mart 28). Brexit vote manipulated, says data whistleblower. Geliş tarihi 26 Şubat 2019, gönderen <https://euobserver.com/justice/141470>
- Pennycook, G., & Rand, D. (2019, Ocak 25). Opinion | Why Do People Fall for Fake News? *The New York Times*. Geliş tarihi gönderen <https://www.nytimes.com/2019/01/19/opinion/sunday/fake-news.html>
- Rao, D., & Yarowsky, D. (2010). *Detecting Latent User Properties in Social Media*. 7.
- Ratkiewicz, J., Conover, M. D., Meiss, M., Gonçaves, B., Flammini, A., & Menczer, F. M. (2011). Detecting and tracking political abuse in social media. *Fifth international AAAI conference on weblogs and social media*.
- Sap, M., Park, G., Eichstaedt, J., Kern, M., Stillwell, D., Kosinski, M., ... Schwartz, H. A. (2014). Developing age and gender predictive lexica over social media. *Proceedings of the 2014 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP)*, 1146–1151.
- Segal, S. (2017, Ağustos 15). Why A/B Testing Should Be Your Next Step on Social Media. Geliş tarihi 27 Mart 2019, gönderen The Oktopost Blog website: <https://www.oktopost.com/blog/ab-testing-social-media/>
- Tirab, T. A. (2017). Küreselleşme Asrında Ulusal Güvenlik Perspektifinden Medya-Güvenlik İlişkisi ve Topluma Yansımaları. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 13(24), 113-151. <https://doi.org/10.17752/guvenlikstrj.356952>
- Torun, A. (2012). *Ulusal Güvenlik ve Küreselleşme: Türkiye’ün Ulusal Güvenlik Politikasının Dönüşümünde Küreselleşmenin Rolü*. (*National Security and Globalization: The Role of Globalization in The Transformation of Turkey’s National Security Policy*). Geliş tarihi gönderen <https://www.oktopost.com/blog/ab-testing-social-media/>

ps://www.academia.edu/35668756/ULUSAL_G%C3%9CVENL%C4%B0K_VE_K%C3%9CRESELLE%C5%9EME_T%C3%9CRK%C4%B0YEN%C4%B0N_ULUSAL_G%C3%9CVENL%C4%B0K_POL%C4%B0T%C4%B0KASININ_D%C3%96N%C3%9C%C5%9E%C3%9CM%C3%9CNDE_K%C3%9CRESELLE%C5%9EMEN%C4%B0N_ROL%C3%9C._National_Security_and_Globalization_The_Role_of_Globalization_in_The_Transformation_of_Turkeys_National_Security_Policy_

Twitter Public Policy. (2017, Şubat 28). Update: Russian interference in the 2016 US presidential election. Geliş tarihi 26 Şubat 2019, gönderen https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2017/Update-Russian-Interference-in-2016--Election-Bots-and-Misinformation.html

Vanian, J. (2018). Facebook, Twitter Take New Steps to Combat Fake News and Manipulation. *Fortune*. Geliş tarihi gönderen <http://fortune.com/2018/01/19/facebook-twitter-news-feed-russia-ads/>

Varga, K. (2018). Why European Campaigns Should Invest in Social Media Listening. Geliş tarihi 27 Mart 2019, gönderen Campaigns&Elections website: <https://www.campaignsandelections.com/europe/why-european-campaigns-should-invest-in-social-media-listening>

Wachter, S. (2018). The GDPR and the Internet of Things: a three-step transparency model. *Law, Innovation and Technology*, 10(2), 266-294. <https://doi.org/10.1080/17579961.2018.1527479>

Wang, Z., Hale, S., Adelani, D. I., Grabowicz, P., Hartman, T., Flax, F., & Jurgens, D. (2019). Demographic Inference and Representative Population Estimates from Multilingual Social Media Data. *The World Wide Web Conference*, 2056–2067. <https://doi.org/10.1145/3308558.3313684>

Whittaker, Ja. (2018). Thousands of Twitter accounts that spread fake news during the 2016 election are still active today, say researchers. Geliş tarihi 27 Şubat 2019, gönderen TechCrunch website: <http://social.techcrunch.com/2018/10/04/thousands-of-twitter-accounts-that-spread-fake-news-during-the-2016-election-are-still-active-today-say-researchers/>

Who Should You Vote For. (2017). UK 2017 General Election Quiz. Geliş tarihi 14 Nisan 2019, gönderen Who Should You Vote For? website: <https://www.whoshouldyoutvotefor.com/>

Zhang, J., Hu, X., Zhang, Y., & Liu, H. (2016). *Your Age Is No Secret: Inferring*

Microbloggers' Ages via Content and Interaction Analysis. 10.

MARKET POWER AND THE ADJUSTED CONCENTRATION INDEX

Dr. Can BEKAROĞLU¹

ABSTRACT

This study aims to define an alternative index to measure market power and concentration ratio, similar to the Herfindahl, Hall & Tideman and the Dominance Indices in terms of ease, as a simple and scalable but more consistent scalar number carrying all the desired properties from such an index, which should be negatively correlated with the number of firms and positively correlated with the variance of firm market shares. In addition to examples from the US industries, based on the alternative index, we also formulate the impact of market concentration on welfare. The impact of technological progress and demand elasticity on market power however is not addressed in this study.

Keywords: Market Power, Concentration Ratio, Hirschman-Herfindahl Index

JEL Classification: D40, D43, D61

PİYASA GÜCÜ VE UYARLANMIŞ KONSANTRASYON ENDEKSİ

ÖZET

Bu çalışma, piyasa gücü ve konsantrasyon oranını ölçmek amacıyla, Herfindahl, Hall & Tideman ve Dominans Endekslerine benzer fakat hem basit ve ölçeklenebilir hem de böyle bir endeksten beklenen tüm istenen özellikleri üzerinde taşıyan bir endeks tanımlamayı amaçlamaktadır. Endeksin, firma sayısı ile negatif, firmaların piyasa paylarının varyansı ile pozitif orantılı olması gerekmektedir. Amerikan endüstrisinden alınan örneklerle ek olarak, alternatif endeksimizden yola çıkarak, piyasa paylarının servet üzerindeki etkilerini formüle etmekteyiz. Diğer yandan, teknolojik gelişmeler ve talep esnekliği, bu çalışmanın kapsamının dışında kalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Piyasa Gücü, Konsantrasyon Oranı, Hirschman-Herfindahl Endeksi

JEL Sınıflandırması: D40, D43, D61

1- Dr. Can Bekaroğlu, Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Political Sciences, Department of Economics, orcid: 0000-0002-4033-1897

1. INTRODUCTION

Market Power, in simple terms, is defined as “the ability of a firm to change or affect the market price to maximize its profits” (Scherer, F., 1980). The emphasis here lies on the “price”. In monopolies, the price is “set” by the firm, while in competition; the firms hardly have any effect on the prices, with zero effective market power.

From this picture alone, it can be seen that the “number” of firms in the market is a major element in determining the market price, which, in return, yields some sort of market power to the existing firms. However, in most markets, those individual firms are not identical, along with their influence on the market price, and the associated market power proportional to their market shares.

We can also talk about a collective market power for the whole industry. In extreme cases, this will be 100% for a monopoly while a perfect competition will have a market power close to zero for the whole industry as well as each of the individual firms. This market power is usually reversely proportional to the price level. In other words, an industry with a higher market power, *ceteris paribus*, yields a higher price level, which is a bad signal for the welfare of the society.

On the other hand, a high level of market power will also lead to higher profits to the firms and will most likely improve the production technology, and will wind up with lower prices in the future. Whether or not it will benefit the society in the long run also depends on other factors such as the profitability of the industry, fixed costs and other barriers to the market, technological progress in the industry, and most importantly the demand elasticity.

2. MARKET POWER AND CONCENTRATION

As we have established that the market power is highly dependent on the number of firms in the market, which incites competition, two variables, market power and competition seem like the two facets of the coin from opposite angles. We will now proceed to talk about three major components in the market that affect the market power.

2.1 Technological Progress

The Industries which have high technological progress and innovation tend to be competitive regardless of the number of firms (except for the monopoly case). The loss of “*status quo*” is the greatest threat to the dominant/large firms, with

a relatively high market power, and constant technological progress provides a constant threat to the status quo (Scherer, F, 1980). Thus advantageous firms have to build and invest on their own capacity to protect the status quo by improving their technology; or they will lose a significant portion of their market share, and profits, which, in turn, keeps the market power and profits low, and the competition and social welfare high, due to lower prices and improving productivity.

2.2 Demand Elasticity

Prices tend to be lower even in monopolies when demand elasticity is high, and consumers can substitute away from the product. However, when the price elasticity is low, and the technological progress is relatively low as in healthcare industry, the competition ceases to exist, the price levels skyrocket, yielding very high amounts of market power and profits to the existing firms, at the expense of social welfare.

Although a decrease in demand elasticity increases the market power for the industry, at the end of the day, it is the “competition” that determines the prices, which is usually driven by the technological progress or innovation.

2.3 Concentration Ratio

Apart from the two aforementioned elements, the number of firms alone, *ceteris paribus*, is not sufficient in explaining the market power, although it provides some useful insight in similar industries where the market structures are similar and known (Wolframalpha, Merger Guidelines). Let us try to understand why...

The concentration ratio is calculated by summing up the cumulative market shares of the top firms in an industry, and two of the most commonly used methods are the 4 and 8-firm concentration ratios. For example, The US concentration ratios for utility firms (United States Census Bureau, 2011, Concentration Ratios);

Table 1	Top 4 firms	Top 8 firms	Top 20 firms
Utilities	12.5%	22.1%	44.5%
Electric Power	21.1%	36.0%	60.1%
Hydroelectric Power	47%	70.2%	90.4%
Nuclear Power	2.9%	76.4%	99.5%

As it is clear from the example above, the concentration ratio increases from Electric to Nuclear Power Generation, and we can conclude that the Nuclear Power industry clearly has a higher market power, by solely looking at the market concentration data, which is consistent within the same industry or across similar industries. However, comparing structurally different markets is fundamentally flawed since the composition of the cumulative market shares may highly vary. For example, let us assume an equal 4-firm concentration ratio at 80% for two different markets, with the following market shares for each firm:

Example 1:

Market 1: Firm 1 (20%), Firm 2 (20%), Firm 3 (20%), Firm 4 (20%)

Market 2: Firm 1 (65%), Firm 2 (5%), Firm 3 (5%), Firm 4 (5%)

The market 1 will likely end up with a good level of competition since all firms are the same size and similar in other aspects; market 2, on the other hand is dominated with one large firm (dominant firm) and surrounded by small fringe firms. The price will be mostly set by the dominant firm in a somewhat monopolistic fashion, affecting the fringe firms acting as price-takers. Those two markets are vastly different, and so are their outcomes and effects on social welfare.

Another point is the number of firms specified for the concentration, which is mostly selected arbitrarily for industry-specific convenience. There is no universal approach for that, and a 4-firm number concentration ratio might be ideal for one industry while we may need a 20-firm ratio for another, which makes the comparison quite useless.

3. MEASURING THE CONCENTRATION RATIO

3.1 Desired Properties

A better way to measure the concentration ratio should have those four desired properties (Hall & Tideman, 1967):

- a) The Concentration ratio should be measured with one single scalar number, independent of the market structure, number of firms, or their individual market shares, within the predetermined and scalable range, and comparable to other similar measures.
- b) There should be a negative and consistent correlation between the number

of firms and the concentration ratio. In other words, when the number of firms increases, the concentration ratio should decrease.

c) There should be a positive correlation between the variance of the market shares of the firms in question. To put it differently, a market consisting of similar firms will have a lower concentration ratio compared to a case where there is a dominant firm with other fringe firms.

d) The Concentration ratio must be scalable to the percentage range of the market share we desire, and the results must be consistent and comparable to different market shares. For instance, comparing the 90% market share concentration across industries versus comparing 100% share should be comparable and consistent.

3.2 The Hirschman-Herfindahl Index (HI)

Also known as the Herfindahl Index, HI provides a more elaborate way to define the concentration ratio, by including each individual firm market share to the measurement, effectively restoring the lost data in simple n-firm concentration rate measures (Agiobenebo & Jones, 2004; Lijesen, Mark, (2004)). The construction here is simple and as follows:

$HI = \sum x_i^2$ where x is the market share of each firm (x100) lined up in a descending order, and HI ranging between 21, where the “n” is the number of firms (Nauenberg et al., 1997 & 2004).

HI is usually a better measurement for concentration as it accounts for the individual firm sizes (rather than simply summing them up), and the market share variances. Let us take the previous example with the two markets with equal 4-firm concentration ratios:

Example 2:

Market 1: Firm 1 (20%), Firm 2 (20%), Firm 3 (20%), Firm 4 (20%) => $HI_1 = 1600$

Market 2: Firm 1 (65%), Firm 2 (5%), Firm 3 (5%), Firm 4 (5%) => $HI_2 = 4300$

As expected, HI is much higher for market 2 as the variance between firms is so much larger, creating relatively a much larger market power. However, one major problem with this index is that it ranges from $1/n$ to 1, while “n” is a variable and subject to change, so the range is moving with the number of firms.

Another problem is the over-sensitivity to the number of firms. For instance, let us imagine a market with 2 firms, with 60% and 40% market shares. Now,

if another firm enters the market and steals half of the market share from the smaller firm, ending up in a 60%-20%-20% division, this is good news according to HI, as it decreases from 5200 to 4400. But does it really imply a “decrease” in concentration and the market power of the larger firm (and the industry as a whole)? The common sense would tell us that the dominant firm can now more easily dictate the price against two smaller competing firms, compared to one larger rival.

3.3 The Normalized Herfindahl Index (NHI)

The Normalized Herfindahl Index, NHI, aims to correct the two aforementioned problems with measurement of the concentration ratio; namely, the moving range, and the over-sensitivity to the number of firms. The formula is simply given as:

$$NHI = \frac{H - 1}{1 - 1/n}$$
 where HI is the Herfindahl Index and n is the number of firms. If closely examined, it can be understood that this is a very cleverly manipulated formula to keep the HI within the predetermined range of 0 to 1, and emphasize the variance between firms, which will help mask the over-sensitivity of HI to the number of firms. When we run our previous example, the two markets will have the following NHI values:

Example 3:

Market 1: Firm 1 (60%), Firm 2 (40%) $\Rightarrow HI_1 = 5200, NHI_1 = 400$

Market 2: Firm 1 (60%), Firm 2 (20%), Firm 3 (20%) $\Rightarrow HI_2 = 4400, NHI_2 = 1600$

Unlike the HI, which tells us that market 2 is less concentrated (because of its over-sensitive nature to the number of firms), the NHI yields a larger figure, implying a more concentrated market due to the dominant market position of firm 1.

There are two major flaws with the NHI. The first one is the more obvious one, the over-sensitivity to the variance of firm market shares, which was used to mask the over-sensitivity to the number of firms, and included a trade-off. This major flaw implies, regardless of the number of firms, when the firms are identical in market shares, the NHI will yield zero values, or equal (zero) concentration ratios, which violates our basic assumption that the number of firms must be negatively correlated with the concentration ratio.

Another flaw is less obvious and arguably less harmful. When the number of firms

increases, the clever formulation above can no longer mask the over-sensitivity to the number of firms. Let us take the following example:

Example 4:

Market 1: Firm 1 (40%), Firm 2 (30%), Firm 3 (30%) $\Rightarrow NHI_1 = 100$

Market 2: Firm 1 (30%), Firm 2 (30%), Firm 3 (20%), Firm 4 (20%) $\Rightarrow NHI_2 = 133$

The common sense here would dictate that market 1 is the more concentrated one with fewer firms and similar variance compared to market 2. However, the over-sensitivity to variance on NHI wins over, and yields a larger value (133 versus 100).

3.4 The Adjusted Concentration Index (ACI)

Despite alternative indices in the literature to measure market concentration such as the Dominance Index used by the Mexican Government (Ruiz-Porras et al., 2010), studies by Hall and Tideman (1967), Adelman (1969), and Horvath (1970) represent modest variations on the basic Herfindahl index. Based on the two major flaws of the NHI, the best solution seems to address the flaws directly. The formulation above already takes care of the over-sensitivity to the number of firms, but fails to properly emphasize the variance, by over-emphasizing it to the degree that the number of firms does not matter anymore.

Our simple and elegant solution, Adjusted Concentration Index (ACI) is based on the NHI, but substitutes the HI component with the Adjusted HI (AHI):

$$AHI = \sum x_i^k \quad \text{where } 1 < k < 2, \quad \text{and in this paper, taken as } k=1.5 \text{ (k: impact coefficient), which then yields } ACI = 1 + \frac{AHI - 1}{1 - 1/n}.$$

Now let us recalculate our previous example with the both new and old formulas:

Example 5:

Market 1: Firm 1 (40%), Firm 2 (30%), Firm 3 (30%) $\Rightarrow NHI_1 = 100, ACI_1 = 3724$

Market 2: Firm1 (30%), Firm 2 (30%), Firm 3 (20%), Firm 4 (20%) $\Rightarrow NHI_2 = 133, ACI_2 = 3434$

As we will recall, NHI suggests an increase in concentration (from 100 to 133) in contrast to ACI, our new formula, which actually suggests a decrease in concentration (from 3724 to 3434) as desired. Let us just remember to focus on the “changes” using the same formula, since the absolute values here, does not

make much sense (so comparing 100 with 3724 is meaningless).

Furthermore, ACI is not over-sensitive to variance of market shares either, and even if all firms are identical, ACI will still yield positive values. For instance,

Example 6:

Market 1: Firm 1 (50%), Firm 2 (50%) $\Rightarrow \text{NHI}_1 = 100, \text{ACI}_1 = 4142$

Market 2: Firm 1 (25%), Firm 2 (25%), Firm 3 (25%), Firm 4 (25%) $\Rightarrow \text{NHI}_2 = 0, \text{ACI}_2 = 3333$

As expected, the concentration ratio decreases with ACI but still positive although NHI values are stuck at zero due to identical firms (and over-sensitivity to variance).

The ACI is also scalable to different market share concentration ratios, but needs to be rescaled with respect to the whole market share. So, for example, 80% market share concentration ratios might be compared instead of the whole market share.

3.5 Industry Examples

Hypothetical market situations are one way to test the feasibility of the ACI. It is, however, extremely important to test its applicability in real world scenarios. As the normalized Herfindahl index (NHI) is currently the most widely used measurement for market concentration, it will be used as a base-line comparison for the ACI in two specific markets.

Firm-level data for the United State's oil refining industry were taken from the Energy Information Administration, while data for large commercial banks were taken from the Federal Reserve. For each market it is necessary to specify a measure of output. Given available data, crude oil distillation capacity in barrels per day was chosen for the refining industry and consolidated assets for banking. The table 2 below shows market share for the top 15 firms in each industry:

It is important to notice the perceived differences between the two markets. While the commercial bank market is obviously more concentrated, it is not significantly so. The top 4 firms control 42% of the oil refining market, while the respective figure for the commercial bank market is 62% (Table 2).

From earlier discussion, we know it is necessary for an index measuring market concentration to properly represent these differences. Table 3 below shows a comparison between the NHI and ACI for US oil refining and large commercial

banks:

Table 2

Oil Refinery *	Market Share	Bank **	Market Share
Valero	11.90%	JPMORGAN CHASE	19.99%
Exxon	11.11%	BANK OF AMERICA	16.23%
Conocoph.	10.63%	CITIBANK	13.57%
BP PLC	8.11%	WELLS FARGO	12.33%
Chevron	6.15%	US	3.46%
Marathon	6.04%	PNC	2.84%
Sunoco	5.37%	BANK OF NY MELLON	2.64%
Koch Ind.	4.63%	HSBC	2.18%
PDV America	4.52%	FIA	2.09%
Motiva	4.50%	STATE STREET	2.07%
Tesoro	3.95%	TD	2.01%
WRB Refining	2.69%	SUNTRUST	1.85%
Royal-Shell	2.63%	BRANCH	1.71%
Deer Park	1.96%	CAPITAL ONE	1.42%
Access	1.61%	REGIONS	1.41%

	<u>NHI</u>	<u>ACI</u>
U.S. Oil Refining *	338	2169
Large Commercial Banks **	760	2736

Sources

* US Energy Information Administration, 2009, Refinery Capacity Report

** Federal Reserve Statistical Release, 2011, Large Commercial Banks

According to the NHI, market concentration of the large commercial bank industry is more than twice that of US oil refining. This does not fit with the data above. Commercial banking is indeed a more concentrated market, but not to the extreme the NHI represents. However, the ACI correctly accounts for the different variances and gives a more digestible figure when compared with industry market shares. Using Census data, further comparisons are made between the NHI and ACI for several US industries:

Table 3 ***	<u>NHI</u>	<u>ACI</u>
Passenger Air Transport	590	2735
Automobile Manufacturing	745	2917
Tire Dealers	936	3191
Breakfast Cereal Manufacturing	1302	3629
Soybean Processing	1385	3730

Sources

*** United States Census Bureau, 2011, Concentration Ratios

Inter-industry comparison shows relative differences between the two indices. If focus is on the NHI, it would appear that soybean processing is significantly more concentrated than passenger air transport. The ACI, however, provides evidence that this may not be the case.

Market concentration ratios are used for a variety of purposes. For instance, the Department of Justice takes them into consideration when analysing corporate mergers and antitrust suits. It is necessary then that the measure be as accurate and “well behaved” as possible. The above discussion is exemplary in that it clearly shows the short comings of the commonly used NHI and how corrections can be made using the ACI.

Overall, ACI seems to be an ideal measure for concentration rate. However, it only explains part of the market power, which is also related to the demand elasticity, and technological change among other variables. Developing an elaborate measure for market power is beyond the scope of this paper; however we will try to integrate our ACI measure with the methods in the literature and find out the implications for the welfare.

3.6 Measuring the Impact of Market Power on Welfare

The welfare performance of a market is directly related to the ability of the firms within that market to price above marginal cost. This ability to price above marginal cost is derived from market power. As market power rises, it can be expected that the welfare performance of a market will fall.

Previous works have utilized the elasticity of demand and concentration ratio components of market power in order to quantify the welfare performance of a market (Adelman, 1969; Dansby and Willig, 1979; Kelly, 1981). For the purposes of this study, we adopt a performance gradient model similar to that derived by Kelly (1981) within the framework of the Herfindahl Index:

$$\Phi = \left(\frac{11}{\epsilon\epsilon}\right) \sqrt{((N-1)HI+1)/N} \sqrt{((N-1)HI+1)/N} \quad (1)$$

where ϵ is the elasticity of demand, N is the number of firms within the market, and HI is the Herfindahl Index.

Manipulation of the Normalized Herfindahl Index reveals that this performance gradient is equivalent to:

$$\Phi = \left(\frac{11}{\epsilon\epsilon}\right) \sqrt{NHI} \sqrt{NHI} \quad (2)$$

where NHI is the Normalized Herfindahl Index.

Substituting our ACI for the NHI creates a performance gradient that can be used to measure the relative effectiveness of the ACI in consistently representing a measure of welfare compared to the NHI :

$$\Phi = \left(\frac{11}{\epsilon\epsilon}\right) \sqrt{ACI} \sqrt{ACI} \quad (3)$$

It is important to note that the performance gradient is inversely related to welfare performance. Hence, any increase in Φ is representative of a decrease in welfare and vice versa. Consequently, equations (2) and (3) show that any variation in the elasticity of substitution (ϵ) has a positive relationship with the welfare performance of a market. Additionally, it can also be seen that any change in the NHI from equation (2) or the ACI from equation (3) will have a negative relationship with the welfare performance of a market.

As was demonstrated in examples 3 and 5, the over-sensitivity of the NHI to the variance of market shares can yield results that are negatively related to market power. Specifically, a decrease in market power may be incorrectly represented by an increase in the NHI . On the other hand, the ACI has been shown to correct this flaw. Any decrease (increase) in market power will be represented by a decrease (increase) in the ACI .

4. CONCLUSION

The ACI (Adjusted Concentration Ratio) satisfies all four properties desired for a concentration ratio to properly measure market power:

- It provides a simple, consistent scalar measure within the predetermined range.
- There is a negative correlation between the number of firms and ACI.
- There is a positive correlation with the variance of firm market shares and ACI.
- ACI is scalable to different market share concentration rates

Thus, the ability of the ACI to more consistently indicate the true level of firms' power to affect the price within a market shows that it provides a better representation of the welfare performance of a market. However, part of the market power, related to the demand elasticity and technological change among others, remains unexplained and beyond the scope of this paper.

REFERENCES

- Adelman, M., (1969). Comment on the 'H' Concentration Measure as a Numbers-Equivalent, *Review of Economics and Statistics*, February, 99-101.
- Agiobenebo, T. J., (2004). Market Structure, Concentration Indices and Welfare Cost, *Industrial Organization*, EconWPA
- Bailey, D., Boyle, S.E. (1971). The Optimal Measure Of Concentration, *Journal of the American Statistical Association*, 66, 702-706.
- Dansby, R. and R. Willig, (1979). Industry Performance Gradient Indexes, *American Economic Review*, June, 249-60.
- Federal Reserve Statistical Release (2011). Large Commercial Banks, retrieved in "01.11.2011", <<http://www.federalreserve.gov/releases/lbr/current/default.htm>>
- Hall M, Tideman N. (1967). Measures of Concentration, *Journal of the American Statistical Association*; 62:162-168.
- Horvath, J. (1970). Suggestion for a Comprehensive Measure of Concentration, *Southern Economic Journal*, 37 April, 446-52.
- Kelly, W. (1981). A Generalized Interpretation of the Herfindahl Index. *Southern Economic Journal*, 48(1), 50-57. doi:10.2307/1058595
- Lijesen, M. (2004). Adjusting the Herfindahl index for close substitutes: an application to pricing in civil aviation, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 40, issue 2, p. 123-134
- Nauenberg, E., Basu, K. and Chand, H. (1997). Hirschman-Herfindahl index determination under incomplete information, *Applied Economics Letters*, 4, issue 10, p. 639-642
- Nauenberg, E., Alkhamisi, M. and Andrijuk, Y. (2004). Simulation of a Hirschman-Herfindahl index without complete market share information, *Health Economics*, 13, issue 1, p. 87-94
- Ruiz-Porras, A. and Lopez-Mateo, C. (2010). Market concentration measures and investment decisions in Mexican manufacturing firms, MPRA Paper, University Library of Munich, Germany
- Scherer, F. (1980). *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 2nd

Edition. Chicago: Rand McNally.

United States Census Bureau (2011). Concentration Ratios, “retrieved in “01.11.2011”, <<http://www.census.gov/econ/concentration.html>>

US Energy Information Administration (2009). Refinery Capacity Report, retrieved in “01.11.2011”, <http://www.eia.gov/pub/oil_gas/petroleum/data_publications/refinery_capacity_data/historical/2009/table5.pdf>

Wolframalpha (2011). Merger Guidelines, retrieved in “01.11.2011”, <<http://demonstrations.wolfram.com/MergerGuidelines/>>

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 amacıdır. 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 Örnekleme

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.

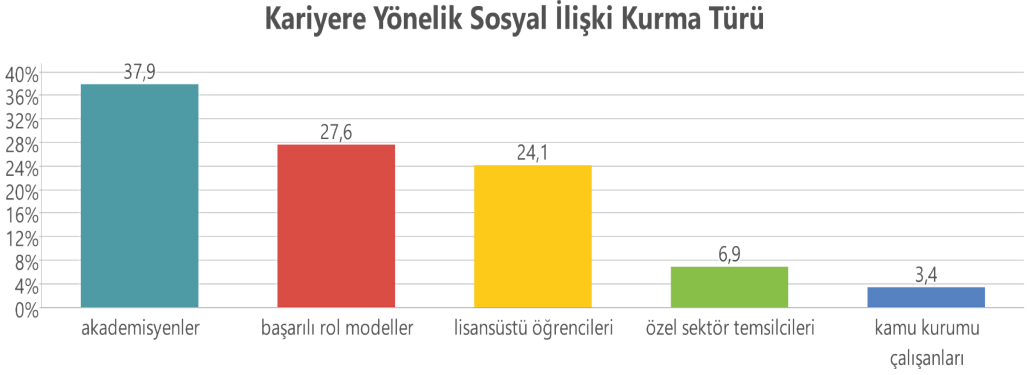
Tablo 2: Sosyal İlişki Ağı Kelimesinin Anlamına Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımları

	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.

Tablo 4: Sosyal İlişki Ağı Geliştirme Davranışında Kullanılan Stratejilere Yönelik Kod Yoğunluk Tablosu

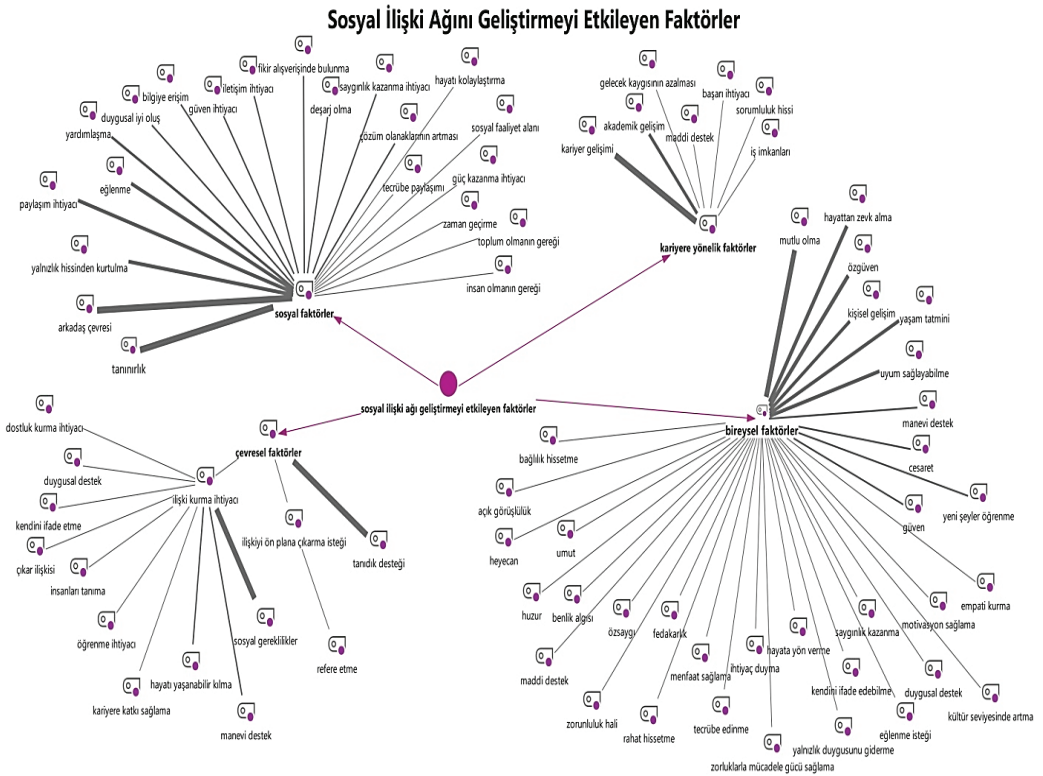


4.5. Sosyal İlişki Ağı Geliştirme Davranışını Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular

Katılımcıların sosyal ilişki ağı geliştirme davranışını etkileyen faktörlere yönelik ifadelerine ilişkin kodlamalar “sosyal faktörler”, “çevresel faktörler”, “bireysel faktörler” ve “kariyere yönelik faktörler” olmak üzere dört ana tema çerçevesinde ele alınarak, ana temalar ile alt faktörleri içeren ilişki haritası çıkarılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler kapsamında tanınırılık, arkadaş çevresi, yalnızlık hissinden kurtulma, paylaşım ve eğlenme ihtiyacının

katılımcıların sosyal ilişki ağı geliştirme davranışını etkileyen sosyal faktörler bağlamında etkili olduğu görülmüştür. Çevresel faktörler bağlamında tanıdık desteği ve sosyal gereklilikler ön plana çıkarken; kariyere yönelik faktörlerde ise kariyer gelişimi ve akademik gelişim unsurlarının katılımcıların sosyal ilişki ağı geliştirme davranışları üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Mutlu olma, hayattan zevk alma, özgüven, kişisel gelişim, yaşam tatmini, uyum sağlayabilme, manevi destek, güven, cesaret ve yeni şeyler öğrenme gibi ihtiyaçların ise bireysel faktörler kapsamında sosyal ilişki ağı geliştirme davranışında etkili oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre Şekil 1’de sosyal ilişki ağı geliştirme davranışını etkileyen faktörler alt ve ana unsurlarıyla özetlenmeye çalışılmıştır.

Şekil 1. Sosyal İlişki Ağı Geliştirmeyi Etkileyen Faktörlere Yönelik İlişki Haritası



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.

TÜRK TOPLUMUNUN ÇALIŞMA YAŞAMI KARAKTERİSTİKLERİNİN HOFSTEDE’NİN BOYUTLARI ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

Deniz AYDIN¹ & Pınar UÇMAN²

ÖZET

Bu çalışma, Türk toplumun özelliklerini Hofstede’nin kültür boyutları perspektifinde inceleyerek, çalışma yaşamına ilişkin bir model ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Çalışmada, Türk toplumunun özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, Geert Hofstede’nin kültür boyutları olan Güç mesafesi, Bireycilik/toplumculuk, Belirsizlikten kaçınma ve Erillik/dişillik boyutları üzerinde durulmuştur. Araştırma amacı kapsamında Çanakkale’de Kamu ve Özel Sektörde çalışan 19 kişiden mülakat tekniği kullanılarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler Maxqda programı kullanılarak analiz edilmiş ve anlamlı bulgulara ulaşılmıştır. Yapılan çalışmada; Hofstede’nin dişillik-erillik boyutuna göre Türk toplumunda değerlerin, gelenek-göreneklerin ve yaşam biçimin ön plana çıktığı, bireycilik-toplulukçuluk boyutunda karar vermede çıkarların ön planda olduğu, bunu sosyal çevre, para, gelenek ve göreneklerin takip ettiği, güç mesafesi boyutuna göre; iyi bir yöneticinin çalışanlarına adil davranması, babacan bir tavır sergilemesi, yönetimi altında çalışanlarla iletişim kurabilmesi, işini iyi bilen, otoriter ve planlı olması gerektiği, belirsizlikten kaçınma boyutunda ise Türk toplumunun belirsizlikten kaçınma eğiliminin ne düşük ne de yüksek bir eğilim sergiledikleri, orta seviyede yer aldıkları görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Hofstede’nin kültür boyutları, Türk toplumunun iş yaşam özellikleri.

Jel Kodlar : M12, M14, M19

INVESTIGATION OF THE WORKING LIFE CHARACTERISTICS OF THE TURKISH SOCIETY WITHIN THE FRAMEWORK OF HOFSTEDE’S DIMENSIONS

ABSTRACT

This is a qualitative study on the evaluation of Hofstede’s cultural dimensions in terms of Turkish society. This study was conducted to examine the

1- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi, denizaydin@comu.edu.tr., Orcid: 0000-0002-1437-5415.

2- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi, ucmanmmm@gmail.com., Orcid: 0000-0002-2574-9152.

characteristics of Turkish society from the perspective of Hofstede's cultural dimensions and to produce a model for working life. The aim of this study is to measure the level of intercultural communication among businesses, institutions or individuals in Turkish society. In the study, the cultural dimensions of Geert Hofstede, Power distance, Individualism / societalism, Uncertainty avoidance and Masculinity / femininity dimensions were emphasized. Within the scope of the research purpose, data were obtained by using interview technique with 19 people working in Public and Private Sector in Çanakkale. The data obtained were analyzed using Maxquada program and significant findings were obtained.

In the study; According to Hofstede's femininity-masculinity dimension, values, traditions and life style come to the forefront in Turkish society, interests are at the forefront of decision making in the individualism-societal dimension, followed by social environment, money, traditions and customs, power distance dimension; that a good manager should treat his employees fairly, show a paternalistic attitude, communicate with the employees under his management, be well-informed, authoritarian and planned; seen.

Key Words: Culture, Hofstede's cultural dimensions, business life characteristics of Turkish society.

Jel Codes: M12, M14, M19

1. GİRİŞ

Kültür toplumun üyeleri tarafından paylaşılan bir olgudur. Kültürü daha geniş anlamıyla ise, çocukluktan itibaren öğrenilen ve benimsenen, tarih, din, edebiyat ile çocukluktan pekiştirilen ve toplumun yarattığı kahramanlar tarafından somutlaştırılan, değerler ve fikirlerle ifade edilen algı ve düşüncelerimizi şekillendiren bir olgu olarak tanımlamak mümkündür (Yüksel, 2013:176-177).

Kültürün özelliklerine değinilecek olunursa; Kültür insanların kendi deneyimleri ile toplumda yaşayarak öğrendiği bir kavram olması nedeniyle içgüdüsel ve kalıtsal değil paylaşılan duygular bütünüdür. Kültür toplumsal ve süreklidir. Toplumdaki sorunların çözümlerinin kendilerinden sonraki nesillere aktarılması kültürün sürekliliğini sağlar (Emre, 2007: 58-59).

Kültür bireylere özgü değildir, toplumun üyeleri olarak insanlar kültürü paylaşır. Kültürün bir parçasında yaşanan bir değişim diğerlerinde de değişime yol açar. Kültür Semboliktir, Kalıplaşmıştır ve uyarlanabilir. Kültür insanların adapte olma veya değişme kapasitesine dayanır. Bu nedenle toplumu etkileyen dış güçlere karşılık olarak değişir (Güney & Nurmakhamatuly, 2007: 69).

Hofstede’nin (1980) geliştirdiği, kültürel değerlerin ölçümünde kullanılan model literatürde kullanılan en yaygın modeldir. Teori, kültürler arası sosyal davranışlar, sosyoloji, uluslararası yönetim ve pazarlama, iletişim gibi çok farklı alanlarda kullanılmaktadır. Bu çerçevede, Türk toplumundaki çalışma yaşamının Hofstede’nin kültür boyutları açısından irdelenmesi, Türk toplumunda ve özellikle Türk toplumunun iş yaşamının ne gibi özellikleri yansıttığının derinlemesine anlaşılması önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada Türk toplumunda ve Türk toplum yaşamı içerisindeki iş hayatında ne şekilde etkili olduğu yönündeki öncüller ele alınmıştır. Araştırmada Geert Hofstede’nin kültür boyutları Türk toplumunun özellikleri ve Türk toplumunda iş yaşamı özellikleri çerçevesinde incelenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde kültür kavramı ve Geert Hofstede’in kültürel boyutlarına ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

2.1. Kültür Kavramı

Literatürde kültür kavramının birbirinden farklı ve çok sayıda tanımının yapıldığı görülmektedir. Çünkü kültür kavramı birçok bilim dalının araştırma alanına girmektedir. İlk kez Voltaire tarafından insan aklının oluşumu, gelişimi ve geliştirilmesi anlamında kullanılmıştır. “İnsan ve Kültür” adlı eserinde (Güvenç, 1991: 95) kültürü “bir toplumun ya da tüm toplumların birikimli uygarlığıdır, belirli bir toplumun ya da topluluğun kendisidir” şeklinde tanımlamaktadır. (Eğinli & Yeygel, 2011: 39) ise kültürü “sosyal kalıtımın tümü” olarak ifade ederek, kültürün içgüdüsel ve genetik olmadığını, insanların farkında olmaksızın toplumdan öğrendiklerini ileri sürmektedir (Eğinli & Yeygel, 2011: 39-40).

Kültür kavramının ne olduğu ve nasıl araştırılması gerektiği farklı yazarlarca sorgulanmıştır. Adler bu araştırmaları tek bir kültürü ele alıp o kültürün özelliklerini ortaya çıkaran dar kapsamlı araştırmalar (1980:32), bir ülkeye ait olan kültürel özelliklerin diğer kültürlerde bulunup bulunmadığını ortaya çıkaran merkezci araştırmalar (1980:33), farklı ülkelerdeki kültürleri ele alıp değerlendiren çok merkezli araştırmalar (1980:34) ve farklı ülkelerde bulunan kültürlerin özelliklerini ele alıp bu özellikleri karşılaştıran karşılaştırmalı araştırmalar (1980:35) olmak üzere sınıflandırmıştır.

Smircich (1983:342) kültürün ele alınması konusunda beş farklı boyut belirlemiştir. İlk boyut olan “kültürlerarası ya da karşılaştırmalı yönetim”,

İkinci boyut olan “örgüt kültür”ünde kültür, bireyleri sosyal yapılar olarak birleştirerek, adapte edici ve düzenleyici bir rol oynar. Örgütler ise değişen çevre durumlarına uyabilen ve adapte olabilen bir organizma olarak ele alınır. Smircich’in “*örgütsel biliş*” boyutunda kültür, paylaşılan bilgi sistemi, örgüt ise bu bilginin sisteminden oluşan unsurlar olarak ele alınır (1983:342). “*Örgütsel sembolizm*” boyutunda kültür, paylaşılan anlam ve sembollerin bir sistemi, örgüt ise sembolik söylemin örüntüleri olarak ortaya çıkar. Smircich’in geliştirdiği boyutların sonuncusu olarak “*bilinçsiz süreçler ve örgütler*” yer almaktadır. Burada kültür, aklın evrensel bilinçsiz altyapısının yansıması, örgütler ise bilinçsiz şekilde ortaya çıkan uygulamalar ve formlardan meydana gelmektedir. Smircich bu sınıflandırmalardan yola çıkarak (1983:343-348) “*kültürlerarası ya da karşılaştırmalı yönetim*”de kültürün bağımsız bir değişken, örgütsel kültürün ise *içsel değişken* olarak ele alınması gerektiğini savunmaktadır (Yeloğlu, 2011:156).

2.2. Geert Hofstede kültürel boyutları;

Hofstede 1960-1970’li yıllarda IBM firması çalışanları üzerine yaptığı anketlerle çalışmalarını şekillendirmiş, güç mesafesi, bireycilik/toplumculuk, belirsizlikten kaçınma, erillik/dişillik, *açıklık veya kendini kısıtlama* boyutu olmak üzere beş boyut belirlemiştir. Hofstede’nin Çin’de devam eden çalışmaları sonucunda da altıncı bir boyut olan zaman oryantasyonu / uzun ve kısa döneme yönelme boyutunu eklemiştir (Karaağaç, 2017: 9)

Düşük güç mesafesinin olduğu ülkelerde toplumdaki zayıflar daha demokratik ve eşitlikçi ilişkiler beklerler. Hofstede’nin araştırmalarına göre “düşük güç mesafesi” batılı ülkelerde daha sık görülür. Yüksek güç mesafesi ise Asya ülkelerinde görülür. Zayıf olanlar otoriteyi kabullenirler ve sorgulamazlar. Hiyerarşiye uyarlar. Askeri düzen yüksek güç mesafesi olan bir düzendir. Latin Amerika, Afrika, Asya ve Doğu Avrupa bu göstergenin genelde yüksek olduğu toplumlardır (Karaağaç, 2017: 10).

Bireysellik kavramının yüksek olduğu toplumlarda, bireysel menfaat ve hedeflerin toplumsal menfaat ve hedeflerden önde geldiği söylenebilir. Gelir (ulusal gelir) düzeyi arttıkça bireyciliğe doğru ilerlendiği iddiası vardır. Toplulukçu kültürlerde insanlar; aile, kabile ya da ulus gibi daha büyük bir gruba ait olma isteğindedirler. Bireysel başarılarından çok grup başarısından tatmin olurlar. Pek çok Asya, Afrika, Orta ve Güney Amerika ülkeleri toplulukçu kültür tanımına uyar (Karaağaç, 2017: 11).

Hofstede’nin belirsizlikten kaçınma boyutu toplumların bilginin yetersiz olduğu,

açık olmadığı veya hiç olmadığı, değişimin hızının ve boyutunun öngörülemediği durumlardan duydukları tedirginlik düzeyi ile ilgilidir (Demirel & Tikici 2004: 5). Belirsizlikten kaçınma isteğinin güçlü olduğu toplumlarda bireyler riskli ve sonucu belirli olmayan durumlardan sakınma eğilimindedirler. Bu durumlar bireylerde yüksek oranda stres ve tedirginlik oluşturur. Japonya, Yunanistan ve Rusya gibi ülkelerde belirsizlikten kaçınma oldukça yüksektir (Sıgılı & Tıgılı, 2006: 331-332).

Maskülen toplumlarda bireylerin motivasyonu rekabet ve başarı ile sağlanır. Japonya, İtalya, Venezuela, İrlanda ve Meksika maskülen toplum yapısına sahip ülkelerdendir (Interculter, 2012:3). Feminin kültürün göstergeleriye, insanlar arası ilişkilere ve insana verilen önem, yaşamın genel niteliğini önde tutmak biçiminde ortaya çıkmaktadır. İsveç, Norveç, Danimarka, Hollanda ve Finlandiya bu toplumlara örnek olarak gösterilebilir (Duman, 2018: 2).

Hofstede zaman oryantasyonu boyutunu, kimi kültürlerin zamanı gelecek merkezli algılaması, kimi kültürlerin ise geçmişe yönelmesi bakımından ele alınır. Batılı toplumlarda zaman; düzenli, planlı, standart, objektif ve doğrusal bir yapıya sahip olmasına karşın, kimi doğu toplumlarında ve Kuzey Avrupa ülkelerinde ise geleneksel olarak algılanmaktadır (Öncül, Deniz & İnce, 2016: 260) Doğu Asya ülkesi olan Çin, Kore ve Japonya uzun vadeli oryantasyona eğilimli ülkelerdendir (Şahin, 2018: 36).

2.3. Hofstede’nin Boyutlarının Türkiye Açısından İncelemesi

Toplumun en zayıf bireylerinin gücün eşitsiz dağıtılmasını kabul etme ve umma derecesi olan güç mesafesi boyutunda Türkiye 66 puan ile yukarılarda yer almaktadır. Hofstede’ye göre bağımlı, hiyerarşik, üstekilere erişimin olmadığı ve ideal patronun baba figüründe olduğu bir yapı “Turkish style” olarak adlandırılmaktadır. Erişim tarihi: 20.02.2019, www.myparmaksiz.com.

Amerika ve Avrupa ülkelerinde bireysellik yüksek iken, Asya ülkelerinde düşüktür. Türkiye 37 puan ile kolektivist bir toplum olarak görülmektedir. “Biz”in daha önemli olduğu, insanların içinde buldukları gruplara sadık bir şekilde hayatlarını sürdürdükleri, iletişimin dolaylı olduğu, güvenin zamanla oluştuğu, torpilin sıkça görüldüğü ve geri beslemenin dolaylı olduğu bir toplum yapısı görülmektedir (Curkan S.C., 2019: 38-39).

Hofstede 50 ülke üzerinde yaptığı araştırmaya dayanarak Türkiye’nin güçlü belirsizlikten kaçınma kültürel özelliğine sahip bir ülke olduğunu söylemektedir. Türk kültürü risk almaya karşı daha tedirgin bir yapıya sahiptir. Türkiye 85

puanla üst sıralarda yer almaktadır. Türkiye’de kanun ve kurallara ihtiyaç fazladır (Güllüpunar & Gümüşok 2016: 477-492).

Hofstede’nin Erillik/dışillik boyutunda Japonya ve Avusturya erillikte yüksekken, İspanya ve İskandinav ülkeleri düşük erillik göstermektedir. Türkiye ise 45 puanla bu ölçeğin feminen tarafında yer almaktadır Erişim tarihi: 25.02.2019, www.myparmaksiz.com.

Hofstede’ye göre kültürler hoşgörölü ve kısıtlayıcı olarak ikiye ayrılır. Türkiye 49 puanla ortada yer almaktadır. Yani ne hoşgörölü ne de kısıtlayıcı bir ölke izlenimi vermektedir Erişim tarihi: 20.04.2019, www.myparmaksiz.com.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, Türk toplumunun özellikleri ve Türk toplumunda iş yaşam özelliklerinin Hofstede’nin kültür boyutları açısından değerlendirilmektedir. Bu amaç doğrultusunda yukarıda belirtilen araştırma sorularına cevap aranmaktadır. Nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik yaklaşımına (olgu bilime) dayanmaktadır. Fenomenolojik yaklaşımıyla (olgu bilime) tasarlanan çalışmalarda, farkında olunan, ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olunmayan olgulara odaklanılmaktadır. Fenomenolojik araştırma yöntemi, katılımcıların vurgulanan olguyu tanımladığı, olguya ilişkin deneyimlerini betimledikleri bir araştırma yöntemidir (Kanten, Gümüştekin & Durmaz, 2018). Bu bağlamda, yapılan araştırmada ele alınan “kültür” kavramı da sıklıkla karşılaşılan bir kavram olarak görölmektedir. Ancak “kültür” kavramının bireyler açısından değişik anlamlar çağrıştırmaması, kültürü ifade etme şekillerinin farklılık göstermesi, kültürün Türk toplumunda ve özellikle Türk toplumunun iş yaşamında ne gibi özellikleri yansıttığının derinlemesine anlaşılması açısından fenomenolojik araştırma deseninden faydalanılmıştır. Böylece araştırmada Türk toplumunda ve Türk toplum yaşamı içerisindeki iş hayatında ne şekilde etkili olduğu yönündeki öncüller ele alınmıştır.

Araştırmada Geert Hofstede’nin kültür boyutları Türk toplumunun özellikleri ve Türk toplumunda iş yaşam özellikleri çerçevesinde incelenerek bir model dahilinde sunulması amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıda yeralan sorulara cevap aranmıştır.

- Kültür kelimesi ne anlama gelmektedir? Türk Toplumunu mutlu bir kültüre sahip midir?
- Türk Toplumunda İnsanlar arasındaki ilişkiler önemli midir? Türk

toplumunda insanlar arasında “ben” kavramı mı “biz” kavramı mı önemlidir?

- Türk toplumunda maddi açıdan güçlü olmak önemli midir?
- Türk toplumunda kariyer nasıl elde edilir?
- Türk toplumunda insanlar sevdiği işi yapabiliyor mu?
- Türk toplumunda insanlar arasında rekabet var mı? İş yaşamındaki çatışmalar nasıl çözümlenmektedir?
- Türk toplumundaki insanların karar vermelerinde etkili olan unsurlar nelerdir?
- Türk toplumundaki eğitim düzeyi nasıldır?
- Türk toplumdaki insanlar dürüst müdür?
- Türk toplumunda insanlar için ödüllendirme mi, cezalandırma mı kullanılır?
- Türk toplumunda İyi bir yönetici, nasıl olmalıdır? Kurumlarda yöneticiler nasıl davranmalıdır? Toplumda statü sahibi kişilere ayrıcalık tanınmalı mıdır?
- Türk toplumunda sağlıklı bir örgüt için hiyerarşi olmalı mıdır?
- Türk toplum yapısındaki aile içi ilişkiler nasıldır?
- Türk toplumunda kurumlarda yazılı kurallar mı işler? Kurumdaki yazılı kurallar, esnetilip değiştirilebilir mi?
- Türk toplumunu diğer toplumlardan ayıran özellikler nelerdir?
- Hoşgörü, sevgi, şefkat, toplulukçuluk, hiyerarşi, statü gibi unsurlar insanları mutlu eder mi?

3. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın katılımcılarını Çanakkale’de yaşayan değişik yaş ve eğitim seviyesine sahip öğrenci, kamu çalışanı, emekli, serbest meslek çalışanı ve bugüne kadar hiç bir işte çalışmamış olan 19 kişi oluşturmaktadır. Cresswell (1998) örneklem büyüklüğünün nitel araştırmalarda 10-30 arasında olabileceğini vurgulamaktadır. Ayrıca Cresswell’in belirttiği örneklem büyüklüğünün iki temel faktörü olan veri doygunluğu ve veri yeterliliğinin de dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir (Kanten, Gümüştekin & Durmaz, 2018). Yeni verilerin mevcut

bilgilere düşük düzeyde katkı sağlaması veya herhangi bir etki oluşturmaması durumunda veri doygunluğu ortaya çıkmaktadır. Araştırma probleminin cevaplanmasına fayda sağlayacak düzeyde elde edilen verilerin olması ise Veri yeterliliğini ifade etmektedir. Bu araştırmada kullanılan yöntem amaçlı örnekleme yöntemidir. (Kanten, Gümüştekin & Durmaz, 2018). Buna yönetime göre, katılımcılar araştırma amacına katkı sağlamak için örnekleme dahil edilmiştir. Bu bağlamda araştırmada cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek, mesleki kıdem, medeni durum, çocuk sayısı, aylık gelir gibi özellikler dikkate alınarak, 19 kişi ile görüşüldükten sonra veri doygunluğunun ve veri yeterliliğinin sağlandığına kanaat getirilmiştir. Tablo 1’de katılımcılara ilişkin detaylı bilgi verilmektedir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Bilgiler

Ünvan	Katılımcı Sayısı	Ortalama Yaş	Eğitim Düzeyi	Mesleki Deneyim
Öğrenci	3	20	Lise	-
Akademisyen	3	50	Lisansüstü	30
Öğretmen	2	39	Lisans	15
Hemşire	1	43	Lisansüstü	24
Askeri personel	1	45	Lisans	26
Emekli	1	48	Lisans	30
Memur	1	41	Lisans	10
Serbest Meslek	6	43	Lise-Lisans	-
Çalışmayan	1	-	-	-

4. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ

Nitel araştırmalarda birtakım veri toplama teknikleri vardır. Bu tekniklerden genellikle görüşme yapma (mülakat), alan notları yazma, kayıt toplama gibi yöntemlerin bir arada kullanılması araştırmanın sonuçları açısından önemlidir. Yapılan bu araştırmada, yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmış, görüşmeler karşılaştırma yapmak ve ayrıntıları kaçırmamak için iki kişi tarafından not tutulmak suretiyle toplanmıştır. Görüşme formu hazırlanmadan önce yabancı ve Türkçe literatürler taranmış ve konu ile ilgili çalışmalar incelenmiştir. Görüşme formu hazırlandıktan sonra formun geçerliliği için iki uzman görüşüne

başvurulmuştur. Görüşme formu Hofstede’nin Kültür Boyutları ile ilgili 25 adet açık uçlu soru ile; formu dolduran kişiye ilişkin tanıtım, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek, mesleki kıdem, medeni durum, çocuk sayısı, aylık gelir, oturulan hanenin durumu (kira-kendi) 10 adet demografik soruyu da içermektedir. Görüşmeler Mart-Nisan 2019 tarihleri arasında iş yoğunluğu dikkate alınarak, akşam saatlerinde veya mesai bitişlerinde önceden randevu alınmak suretiyle katılımcıların bulunduğu ortamlarda gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler, 30-45 dakika arasında bir süreyi kapsamış, katılımcıların çekincelerini ortadan kaldırmak amacıyla görüşmeler ses kayıt cihazı kullanılmadan, yazılı olarak kayıt altına alınmıştır.

5. VERİLERİN ANALİZİ

Bu çalışmada, elde edilen verilerin değerlendirilmesinde MAXQDA programından ve içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Elde edilen verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak için içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi ile, birbirine benzeyen verilerin belirli temalar çerçevesinde birleştirme, organize etme ve yorumlama amaçlanmıştır. (Kanten, Gümüştekin & Durmaz, 2018).

6. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma verilerinin analizi sonucunda, kodlar arasındaki ilişkilerin oluşturduğu yapı içerisinde 10 adet kategori (Türk toplumunun iş yaşam özellikleri, eğitim seviyesi, mutluluk, yönetici özellikleri, karar verme tarzları, örgütsel özellikler, kariyer ilerleme, Türk toplumunun özellikleri, bireylerarası ilişkiler, kültürel özellikler) ve 755 açık kod belirlenmiştir. Bu kodların görselleştirilmesinde frekans (f) tablo ve grafikleri, yoğunluk tabloları ve kod haritaları kullanılmıştır.

6.1. Kültür Kelimesinin Analizine İlişkin Bulgular

İlk aşamada çalışmanın ana temasını temsil eden kültür kavramının katılımcılara çağrıştırdığı anlamlar belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler kültür kelimesinin 8 farklı anlam çağrıştırdığını göstermektedir (Tablo 2). Buna göre kültür kelimesinin en yüksek düzeyde (%52,63) değer kodu ile kodlandığı; bunu sırasıyla yaşam biçimi (% 31,58); gelenek görenek (% 31,58); örf,adet, dil, din (% 21,05); kültür aktarımı; bilgi birikimi ve düşünce (% 15,79) ve davranış (% 10.53) kodlarının izlediği görülmektedir.

Tablo 2. Kültür Kelimesinin Katılımcılara Çağrıştırdığı İfadeler

	Frekans	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Değer	10	52,63	52,63
Yaşam Biçimi	6	31,58	31,58
Gelenek, Görenek	6	31,58	31,58
Örf, Adet, Dil, Din	4	21,05	21,05
Kültür Aktarımı	3	15,79	15,79
Bilgi Birikimi	3	15,79	15,79
Düşünce	3	15,79	15,79
Davranış	2	10,53	10,53
Kodlanmış Belgeler	19	100,00	100,00

6.2. Türk Toplumunda Bireylerarası İlişkilerin Dağılımına İlişkin Bulgular

Türk toplumunda bireylerarası ilişkilerin dağılımına baktığımızda (Tablo 3) bireylerarası ilişkilerin 8 alt gruba ayrıldığı, en yüksek 18 frekans değeri ile % 94,74 geçerlilik oranıyla bireylerarası ilişkilerde rekabetin kodlandığı; bunu sırasıyla samimiyet (% 68,42); çıkarlar (% 47,37); anlayış (% 42,11); samimiyetsizlik (36,84); dürüstlük (% 31,58); bencillik (26,32); ve mutsuzluk (% 15,79) kodlarının izlediği görülmektedir.

Tablo 3. Bireylerarası İlişkilerin Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Rekabet	18	94,74	94,74
Samimi	13	68,42	68,42
Çıkarlar	9	47,37	47,37
Anlayış	8	42,11	42,11
Samimiyetsiz	7	36,84	36,84
Dürüstlük	6	31,58	31,58
Bencillik	5	26,32	26,32
Mutsuzluk	3	15,79	15,79
Kodlanmış Belgeler	19	100,00	100,00
Kodlanmamış Belgeler	0	0,00	-
Analiz Edilen Belgeler	19	100,00	-

6.3. Türk Toplumunda Eğitim Seviyesinin Dağılımına İlişkin Bulgular

Türk toplumunda eğitim seviyesinin dağılımına ilişkin bulgulara baktığımızda (Tablo 4) eğitim seviyesine ilişkin olarak 5 alt kodlama yapıldığı, en yüksek 10 frekans değeri ile % 52,63 geçerlilik oranıyla eğitim seviyesinin kodlandığı; bunu sırasıyla niteliksiz eğitim (% 42,11); artan eğitim düzeyi (% 21,05); fırsat ve imkan eşitsizliği (% 10,53) ve araştırmadan uzak (% 5,26) kodlarının izlediği görülmektedir.

Tablo 4. Türk Toplumunda Eğitim Seviyesinin Dağılımına İlişkin Bulgular

	Frekans	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Eğitim Seviyesi Düşük	10	52,63	58,82
Niteliksiz Eğitim	8	42,11	47,06
Artan Eğitim Düzeyi	4	21,05	23,53
Fırsat ve İmkan Eşitsizliği	2	10,53	11,76
Araştırmadan Uzak	1	5,26	5,88
Kodlanmış Belgeler	17	89,47	100,00
Kodlanmamış Belgeler	2	10,53	-
Analiz Edilen Belgeler	19	100,00	-

6.4. Türk Toplumunda Yönetici Özelliklerinin Dağılımına İlişkin Bulgular

Türk toplumunda yönetici özelliklerinin dağılımına ilişkin bulgulara baktığımızda (Tablo 5) yönetici özellikleri ile ilgili 14 alt kodlama yapıldığı, en yüksek % 52,63 geçerlilik oranıyla adil yönetici özelliğinin kodlandığı; bunu sırasıyla babacan (% 4,37); iletişime açık (% 36,84); işini iyi bilen (% 36,84); otoriter (% 31,58); planlı (% 26,32); lider (% 26,32); başarı (% 21,05); demokratik ve çözüm odaklı (% 15,79); akılcı, güvenli ve sabırlı (% 10,53) ile ahlak (% 5,26) kodlarının izlediği görülmektedir.

Tablo 5. Türk Toplumunda Yönetici Özelliklerinin Dağılımına İlişkin Bulgular

	Frekans	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Adil	10	52,63	52,63
Babacan	9	47,37	47,37
İletişime Açık	7	36,84	36,84
İşini İyi Bilen	7	36,84	36,84
Otoriter	6	31,58	31,58
Planlı	5	26,32	26,32
Lider	5	26,32	26,32
Başarılı	4	21,05	21,05
Demokratik	3	15,79	15,79
Çözüm Odaklı	3	15,79	15,79
Akılcı	2	10,53	10,53
Özgüvenli	2	10,53	10,53
Sabırlı	2	10,53	10,53
Ahlak	1	5,26	5,26
Kodlanmış Belgeler	19	100,00	100,00
Kodlanmamış Belgeler	0	0,00	-
Analiz Edilen Belgeler	19	100,00	-

6.5. Türk Toplumunun Özelliklerinin Dağılımına İlişkin Bulgular

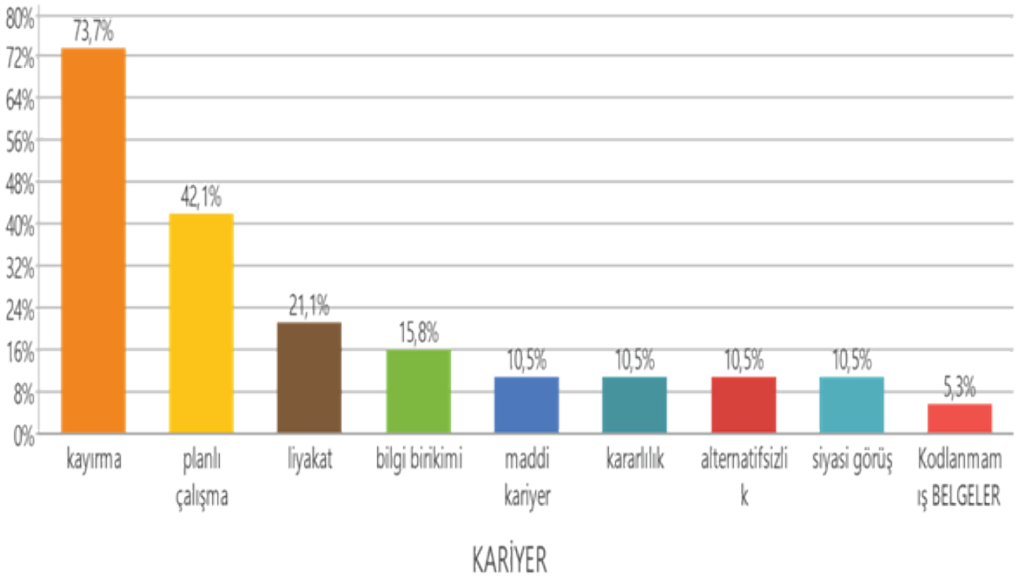
Türk toplumunun özelliklerinin dağılımına ilişkin bulgulara baktığımızda (Tablo 6) 22 alt kodlama yapıldığı, en yüksek (% 100) statü sahibi kişilere tanınan ayrıcalık özelliğinin kodlandığı; bunu (% 94,74) geçerlilik ile maddiyat ve sevdiği işi yapamamanın takip ettiğini; Yazı kuralların (%78,96); bencillik (% 63,16); aile yapısı güçlü (% 57,89); mutsuzluk (% 47,37); dürüst olmama (% 42,11); genel kültür ve samimiyet (% 36,84); aile içi ilişkilerde bozulma ve cezalandırmanın (% 31,58); dürüstlük (% 26,32); vicdanlı (% 21,05); yardımlaşma (% 15,79); özgürlüğüne düşkün, çabuk birleşen, örfi kurallar hakim, yaratıcı, tembel (% 10,53); sorgulamayan ve çıkarlar ön planda (% 5,26) kodlarının izlediği görülmektedir.

Tablo 6. Türk Toplumunun Özelliklerinin Dağılımına İlişkin Bulgular

	Frekans	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Statü Sahibi Kişilere Tanınan Ayrıcalık	19	100,00	100,00
Sevdiği İşi Yapamama	18	94,74	94,74
Maddiyat	18	94,74	94,74
Yazılı Kurallar	15	78,95	78,95
Bencillik	12	63,16	63,16
Aile Yapısı Güçlü	11	57,89	57,89
Mutsuzluk	9	47,37	47,37
Dürüst Olmama	8	42,11	42,11
Genel Kültür	7	36,84	36,84
Samimi	7	36,84	36,84
Cezalandırma	6	31,58	31,58
Aile İçi İlişkilerde Bozulma	6	31,58	31,58
Dürüst	5	26,32	26,32
Vicdanlı	4	21,05	21,05
Yardımlaşma	3	15,79	15,79
Özgürlüğüne Düşkün	2	10,53	10,53
Çabuk Birleşen	2	10,53	10,53
Örfi Kurallar Hakim	2	10,53	10,53
Yaratıcı	2	10,53	10,53
Tembel	2	10,53	10,53
Sorgulamayan	1	5,26	5,26
Çıkarlar Ön Planda	1	5,26	5,26
Kodlanmış Belgeler	19	100,00	100,00
Kodlanmamış Belgeler	0	0,00	-
Analiz Edilen Belgeler	19	100,00	-

6.6. Kariyer Dağılımına İlişkin Bulgular

Kariyer dağılımına ilişkin bulgulara baktığımızda (Şekil 1), 8 alt kodlama yapıldığı, en yüksek (% 77,78) kayırma kodlandığı; bunu (% 44,44) geçerlilik ile planlı çalışmanın takip ettiğini; liyakatın (%22,22); bilgi birikiminin (% 16,67); maddi kariyer, alternatifsizlik, kararlılık ve siyasi görüş (% 11,11); kodlarının izlediği görülmektedir.



Şekil 1. Türk Toplumunda Kariyer Dağılımına İlişkin Bulgular

6.7. Türk Toplumunun İş Yaşam Özellikleri

Tablo 7’de görüldüğü üzere yöneticilerin adil olması, babacan ve iletişime açık bir tutum sergilemeleri, işlerine hakim olmaları ve bunların yanında da otoriter bir tavır sergilemeleri gerektiği tespit edilmiştir. Türk toplumdaki bireylerin iş yaşamında karar verme tarzları incelendiğinde, çıkarların ön planda olduğu, kararlar alınırken sosyal çevrenin etkili olduğu, aynı zamanda para ile gelenek ve göreneklerin de önem kazandığı görülmektedir. İş yaşamında örgütsel özellikler ele alındığında, iletişimin ağırlık kazandığı, hiyerarşik yapının bulunduğu ancak işlerde belirsizlik olduğu, kuralların ise esnek olması gerektiği sonucuna varılmıştır. Türk toplumunda kariyer ilerlemesi ile ilgili olarak katılımcıların kayırma ve planlı çalışma kavramları altında yoğunlaştığı, bu bağlamda kariyer elde etmenin kayırma veya planlı çalışma ile elde edilebileceği görülmektedir.

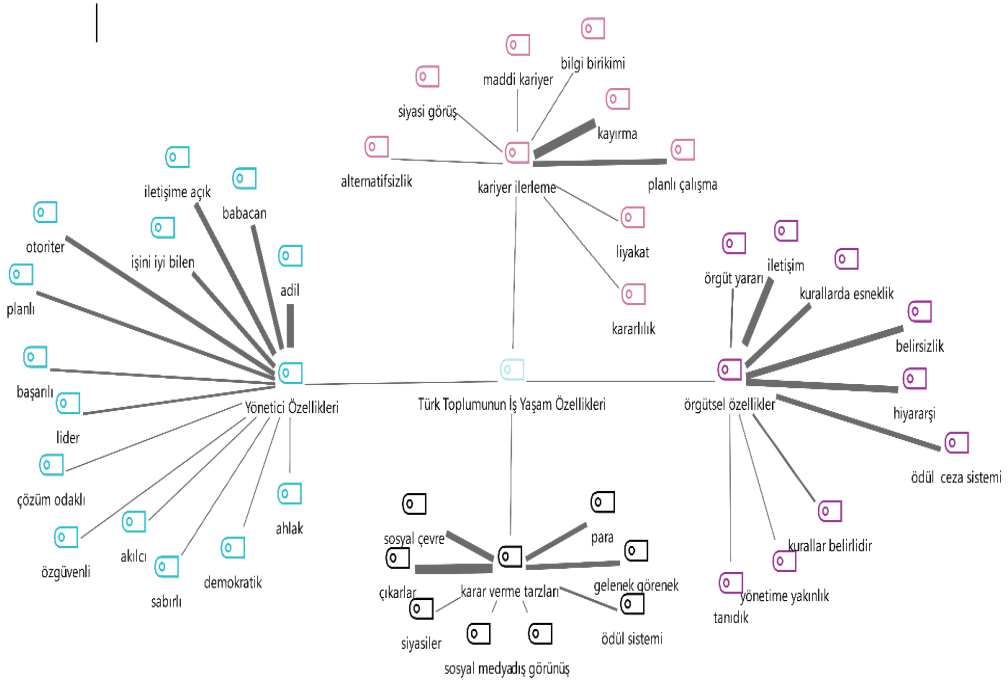
Sonuç olarak; Türk toplumunun iş yaşam özellikleri incelendiğinde, örgütsel iletişimin yüksek olduğu, kariyer elde etmede kayırmanın ön planda olduğu, örgütlerde hiyerarşik düzenin bulunduğu, bununla birlikte yöneticilerin adil davranış sergilediği, çıkarların karar verme tarzlarını etkilediği, örgüt özellikleri açısından ise yapılan işlerde belirsizlik olduğu ve kurallarda esneklik bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7. Türk Toplumunun İş Yaşam Özellikleri Yoğunluk Tablosu

Kod Sistemi	mehmet	pınar	seçil	mürsel 2	canan	esra	suzan	arzu	ayşe1	hafize	iskender	Hüseyin	mürsel	öğrenci	öznur	xx	zafer	Onur	TOPLAM	
Yönetici Özellikleri																			0	
özgüvenli																			3	
sabırlı																			2	
başarılı																			6	
planlı																			7	
akılcı																			3	
demokratik																			3	
otoriter																			8	
babacan																			11	
adil																			14	
lider																			6	
çözüm odaklı																			4	
iletişime açık																			10	
ahlak																			2	
işini iyi bilen																			9	
karar verme tarzları																			0	
sosyal çevre																			11	
para																			9	
gödü sistemi																			6	
dış görünüş																			2	
gelenek-görenek																			9	
çıkartılar																			14	
siyasiler																			2	
sosyal medya																			2	
örgütsel özellikler																			0	
örgüt yaran																			7	
iletişim																			20	
kurallarda esneklik																			14	
yönetime yakınlık																			6	
belirsizlik																			14	
kurallar belirlidir																			9	
hırdlık																			3	
hiyerarşi																			15	
gödü ceza sistemi																			13	
kariyer ilerleme																			1	
kararlılık																			4	
alternatifsizlik																			2	
planlı çalışma																			10	
bilgi birikimi																			3	
maddi kariyer																			2	
kayma																			17	
hırdlık																			5	
siyasi görüş																			3	
TOPLAM	14	27	25	21	6	11	13	17	12	9	22	10	16	17	16	11	22	9	13	291

6.8. Türk Toplumunun İş Yaşam Özelliklerine İlişkin Model Önerisi

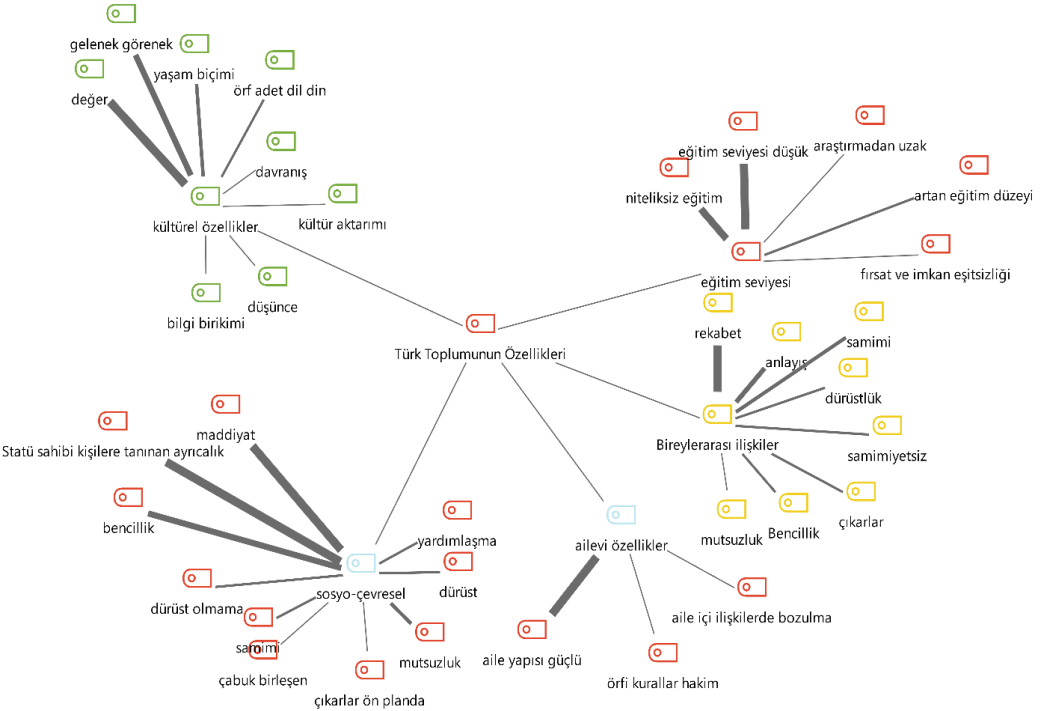
Katılımcıların Türk toplumunun iş yaşam özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadelerine ilişkin kodlamalar “yönetici özellikleri”, “karar verme tarzları”, “örgütsel özellikler” ve “kariyer ilerleme” olmak üzere dört ana tema çerçevesinde ele alınarak, ana temalar ile alt faktörleri içeren ilişki haritası çıkarılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler Türk toplumunda yönetici özellikleri adil olma, babacan tavır, iletişime açık, işini iyi bilen, vicdanlı, otoriter ve lider gibi faktörlerin etkili olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte yöneticilerin karar verme tarzlarına bakıldığında çıkarların, sosyal çevrenin, gelenek görenek ve paranın etkisinin olduğu görülmektedir. Örgütsel özellikler de ise iletişim, hiyerarşi, kurallarda esneklik, belirsizlik ve ödül-ceza sisteminin etkin olduğu; kariyer ilerleme alt faktörlerine baktığımızda da kayırma ve planlı çalışma faktörlerinin iş yaşamını etkilediği görülmektedir. Buna göre Şekil 2’de Türk toplumunun iş yaşam özelliklerini etkileyen ana ve alt unsurlar özetlenmeye çalışılmıştır.



Şekil 2. Türk Toplumunun İş Yaşam Özellikleri Modeli

6.9. Türk Toplumunun Özelliklerine İlişkin Model Önerisi

Katılımcıların Türk toplumunun özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadelerine ilişkin kodlamalar “eğitim seviyesi”, “ailevi özellikler”, “sosyo-çevresel faktörler”, “bireylerarası ilişkiler” ve “kültürel özellikler” olmak üzere beş ana tema çerçevesinde ele alınarak, ana temalar ile alt faktörleri içeren ilişki haritası çıkarılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler Türk toplumunun eğitim seviyesinin düşük ve nitelsiz olduğu, ailevi özellik olarak aile yapısının güçlü, sevdiği işi yapamama ve yazılı kuralların hakim olduğu; sosyo-çevresel faktörlere baktığımızda maddiyatın ön plana çıktığı, statü sahibi kişilere ayrıcalık tanınması gerektiği ve bencilliğin olduğu; bireyler arası ilişkilerde rekabetin ön planda olduğu; kültürel özelliklerde değer, gelenek ve göreneklerin etkin olduğu görülmektedir. Buna göre Şekil 3’de Türk toplumunun özelliklerini etkileyen ana ve alt unsurlar özetlenmeye çalışılmıştır.



Şekil 3. Türk Toplumunun Özellikleri Modeli

7. SONUÇ

Kültür toplumun üyeleri tarafından paylaşılan bir olgudur. Kültür insanların kendi deneyimleri ile toplumda yaşayarak öğrendiği bir kavramdır bu nedenle içgüdüsel ve kalıtsal değildir. Kültür toplumsal ve sürekli. Toplumdaki sorunların çözümlerinin kendilerinden sonraki nesillere aktarılması kültürün sürekliliğini sağlar. Kültür, bireyin tutum ve davranışlarına yön veren kurallar sistemidir. Bireyler, toplumsal kuralların neler olduğunu bilirler. Kültür olarak tanımlanan alışkanlıklar, teamüller, normlar, gelenekler, görenekler, değerler ve inançlar, doğayla başa çıkma ve birlikte yaşamı mümkün kılacak çözümler bütünüdür. Bu nedenle kültür, ihtiyaçları karşılayıcı ve doyum sağlayıcı bir özelliğe sahiptir.

Yapılan çalışmada, Geert Hofstede'nin kültürel boyutları olan güç mesafesi, bireycilik/toplumculuk, belirsizlikten kaçınma ve erillik/dişillik boyutları Türk toplumu açısından incelenmiştir. Türk toplumunun özellikleri sosyo-çevresel özellikler, bireyler arası ilişkiler, kariyer ilerleme ve kültürel özellikler açısından Hofstede'nin dişillik-erillik boyutuna göre Türk toplumunda değerlerin, gelenek göreneklerin ve yaşam biçimin ön plana çıktığı görülmüştür. Bireylerarası ilişkilerde yoğun rekabete rağmen anlayış ve samimiyetin de Türk toplumu açısından ağırlık kazandığı tespit edilmiştir. Türk toplumunun sosyo-çevresel özelliklerine baktığımızda maddiyatın ön planda olduğu, statü sahibi kişilere ayrıcalık tanındığı ve bencil bir tutum sergiledikleri görülmüştür. Türk toplumunda planlı çalışmanın kariyer ilerlemesinde etkili olduğu, ancak yüksek oranda insanlar arasındaki kayırmanın da kariyer sağlama açısından önemli bir yere sahip olduğu görülmüştür.

Hofstede'nin bireycilik-toplumculuk boyutuna göre karar verme tarzları açısından incelenmiş, karar vermede çıkarların ön planda olduğu bunu sosyal çevre, para, gelenek ve göreneklerin takip görülmüştür. Türk toplumunun eğitim seviyesine bakıldığında ise eğitim seviyesinin düşük ve nitelsiz olduğu tespit edilmiştir.

Hofstede'nin güç mesafesi boyutuna göre; iyi bir yöneticinin çalışanlarına adil davranması, babacan bir tavır sergilemesi, yönetimi altında çalışanlarla iletişim kurabilmesi, işini iyi bilen, otoriter ve planlı olması gerektiği sonuçlarına varılmıştır. Bu bağlamda Türk toplumunun güç mesafesinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Hofstede'nin belirsizlikten kaçınma boyutuna göre; Türk toplumunun örgütsel özelliklerine baktığımızda örgüt içerisindeki iletişimin kuvvetli olduğu,

hierarchyinin bulunduğu, yapılan işlerde belirsizliklerin olduğu ve yazılı kuralların durumlara göre esnetilebileceği sonucuna varılmış olup, Türk toplumunun belirsizlikten kaçınma eğilimine baktığımızda ne düşük ne de yüksek bir eğilim sergiledikleri, orta seviyede yer aldıkları görülmektedir.

Çalışmada katılımcıların Türk toplumunun iş yaşam özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadelerine ilişkin kodlamalarda “yönetici özellikleri”, “karar verme tarzları”, “örgütsel özellikler” ve “kariyer ilerleme” olmak üzere dört ana tema çerçevesinde ele alınarak, ana temalar ile alt faktörleri içeren ilişki haritası çıkarılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler Türk toplumunda yönetici özellikleri adil olma, babacan tavır, iletişime açık, işini iyi bilen, vicdanlı, otoriter ve lider gibi faktörlerin etkili olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte yöneticilerin karar verme tarzlarına bakıldığında çıkarların, sosyal çevrenin, gelenek görenek ve paranın etkisinin olduğu görülmektedir. Örgütsel özellikler de ise iletişim, hiyerarşi, kurallarda esneklik, belirsizlik ve ödül-ceza sisteminin etkin olduğu; kariyer ilerleme alt faktörlerine baktığımızda da kayırma ve planlı çalışma faktörlerinin iş yaşamını etkilediği görülmektedir.

Yine katılımcıların Türk toplumunun özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadelerine ilişkin kodlamalarda “eğitim seviyesi”, “ailevi özellikler”, “sosyo-çevresel faktörler”, “bireylerarası ilişkiler” ve “kültürel özellikler” olmak üzere beş ana tema çerçevesinde ele alınarak, ana temalar ile alt faktörleri içeren ilişki haritası çıkarılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler Türk toplumunun eğitim seviyesinin düşük ve niteliksiz olduğu, ailevi özellik olarak aile yapısının güçlü, sevdiği işi yapamama ve yazılı kuralların hakim olduğu; sosyo-çevresel faktörlere baktığımızda maddiyatın ön plana çıktığı, statü sahibi kişilere ayrıcalık tanınması gerektiği ve ve bencilliğin olduğu; bireyler arası ilişkilerde rekabetin ön planda olduğu; kültürel özelliklerde değer, gelenek ve göreneklerin etkin olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak; Çalışmada Hofstede’nin kültür boyutlarından Güç mesafesi, Bireycilik/toplumculuk, Belirsizlikten kaçınma ve Erillik/dişillik boyutları incelenmiş, Türk toplumunun yüksek güç mesafesine sahip olduğu, gelenek ve göreneklere bağlı olması açısından toplumcu bir yapı sergilediği, belirsizlikten kaçınma boyutunun orta seviyede yer aldığı ve erillik-dişillik boyutunda ise dişil bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Curkan S.C. (2019). Online Alışveriş Kabul Modeli (Goakm) ile Yerli Turistlerin İnternet Üzerinden Tatil Satın Alma Davranışlarının Belirlenmesi ve Kültürün Etkisi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir, 1-173.
- Çevrimiçi kaynak, www.myparmaksiz.com., Erişim Tarihi: 23.02.2019.
- Çevrimiçi Kaynak <https://s3.amazonaws.com>., Erişim Tarihi: 1.10.2019.
- Demirel E.T., Tikici M.(2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Malatya, 49-58.
- Duman Ç. (2018). Hofstede'nin Kültürel Boyutları, <https://www.researchgate.net/publication/322702131>, Erişim Tarihi: 22.02.2019.
- Eğinli, Temel A., Yeygel, Çakır, S., (2011). Toplum Kültürünün Kurum Kültürüne Yansıması. Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 3(2), 37-50.
- Emre S. (2017). Girişimcilik Kültürü: Hofstede'in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Malatya, 1-201.
- Erten K. (2019). Kullanıcı Arayüzü Tasarımı: Farklı Kültürel-Bilişsel Özelliklerin Tasarım Ve Kullanılabilirlik Üzerindeki Etkilerini İnceleyen Bir İçerik Analizi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Bilgisayar Ortamında Sanat ve Tasarım Bölümü, 1-11.
- Güllüpunar H., Gümüşok S., (2016). Hofstede'nin Belirsizlikten kaçınma. Kültürel Boyutu Bağlamında Türkiye'de Yürütülen Çözüm Süreciyle İlgili 7 Haziran 2015 Milletvekili Genel Secimi Öncesi Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (39), 477-492.
- Güney S, Nurmakhamatuly A., (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan Ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 10(18), 62-86.
- Kanten P., Gümüştekin G., Durmaz M., G., (2018). Öfke Yönetimini Etkileyen Öncüller: Hemşireler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. 6. Örgütsel Davranış Kongresi, Isparta, 1099-1112.

- Karaağaç B. (2017). Hofstede’nin Kültürel Boyutlar Teorisi Yaklaşımı ile Kültürler Arası Liderlik. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Çalışma Psikolojisi, İstanbul, 1-24.
- Öncül M.S., Deniz M., İnce A.R., (2016). Hofstede’nin Örgüt Kültürü Modelinin Potansiyel Girişimcilerin Yetiştirdiği Çevresel Özellikler Kapsamında Değerlendirilmesi. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 7 (1), 255-269.
- Sıgılı Ü., Tıgılı M.,(2006). Hofstede’nin Belirsizlikten Kaçınma Kültürel Boyutunun Yönetimsel-Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi. Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, İstanbul, 21(1), 1-16.
- Şahin C. (2018). Türkiye ve Suudi Arabistan Yönetim Kültürlerinin Hofstede’nin Kültürel Farklılık Boyutlarına Dayalı İncelenmesi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, 1-82.
- Yeloğlu H.O., (2011). Türk Toplumsal Kültürünün Örgüt Yapılarına Olan Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 2(4), 1-18.
- Yüksel M. (2013). Örgütsel Politika, Hofstede’in Örgüt Kültürü Boyutları, İş Tutumları ve İş Çıktıları İlişkisi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(3), 173-204.

