

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

EMNİYET HİZMETLERİNDE İLETİŞİMİN HİZMET KALİTESİ
GELİŞTİRMEDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Begüm ÖZEKEN

Balıkesir, 2015

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

EMNİYET HİZMETLERİNDE İLETİŞİMİN HİZMET KALİTESİ
GELİŞTİRMEDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Begüm ÖZEKEN

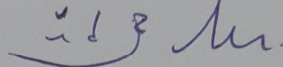
Tez Danışmanı
Prof. Dr. Erdoğan KOÇ

Balıkesir, 2015

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

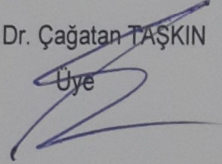
TEZ ONAYI

Enstitümüzün İşletme Anabilim Dalı'nda 201312507009 numaralı Begüm ÖZEKEN'in hazırladığı "Emniyet Hizmetlerinde İletişimin Hizmet Kalitesi Geliştirmedeki Yeri ve Önemi" konulu DOKTORA/YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 21/05/2015 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

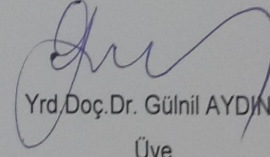


Prof. Dr. Erdoğan KOÇ
Başkan (Danışman)

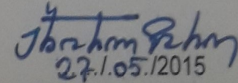
Doç. Dr. Çağatan TAŞKIN
Üye



Yrd. Doç. Dr. Gülnil AYDIN
Üye



Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.



27.1.05./2015
Doç. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Hizmet sektörünün içinde olan Türk Polisi için hizmet hatalarını minimuma indirgeyen dolayısıyla hizmet kalitesini artırıcı rolü olan iletişim konusu öne çıkmaktadır. Bu konu üzerinde günümüze kadar yapılan araştırmaları geliştirmek açısından bir durum/olay karşısında astın üstü ile iletişimi güç mesafesi kültürel boyutu perspektifinden anlaşılmaya çalışılmıştır.

Bu amaçla gerçekleştirdiğim çalışmada, beni destekleyen ve önerileriyle yol gösteren değerli danışman hocam sayın Prof. Dr. Erdoğan KOÇ'a ve Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalındaki tüm hocalarıma; Trakya Üniversitesinde Araştırma Görevlisi Tolga ERDEM'e,

Tez çalışmam için gerekli olan anket uygulama iznini veren Eğitim Daire Başkanlığı koordinesinde Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ İl Emniyet Müdürlüklerine,

Ayrıca araştırmama gönüllü olarak katılan ve yardımlarını esirgemeyen meslektaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

Begüm ÖZEKEN

ÖZET

EMNİYET HİZMETLERİNDE İLETİŞİMİN HİZMET KALİTESİ GELİŞTİRMEDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

ÖZEKEN, Begüm
Yüksek Lisans, İşletme Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Erdoğan KOÇ
2015, 93 Sayfa

Hizmet sektörünün içinde yer alan emniyet hizmetleri veya başka bir deyişle güvenlik ihtiyacının giderilmesi hizmetlerini sunan ve İçişleri Bakanlığına bağlı kurumlardan olan Türk Polis Teşkilatı, son yıllarda Avrupa Birliğine üyelik sürecine uyum çalışmaları kapsamında hizmet kalitesini artırma noktasında başarılı sayılabilecek değişiklikler ve düzenlemeler yapmaktadır.

Ancak ne kadar kusursuz bir hizmet verilmeye çalışılsa da zaman zaman hizmet hatalarının yaşanması diğer hizmet sektörlerinde olduğu gibi emniyet hizmetlerinde de muhtemeldir. Bu durum polisin imajını sarsabilmekte ve yoğun çaba sarf edilerek oluşturulmaya çalışılan kurumsal imaja zarar verebilmektedir.

Hizmet sunan işletmelerde bir problem ile karşılaşan müşterinin o işletmeden memnun ayrılan müşteriye göre daha fazla kişiye bu durumu anlattığı yapılan çalışmalardan anlaşılmıştır. Yine işletme ile yaşanan sorun telafi edildiğinde müşterinin o işletmeden hiç sorun yaşamamış bir müşteriye göre daha memnun kaldığı tespit edilmiştir.

Bu çalışma, emniyet hizmetlerinde hizmet kalitesini etkileyen en önemli unsurlardan biri olan iletişimin yani bir problem veya olay ile karşılaşan, ilk haberi alan kişi olan polis memurlarının güç mesafesi kültürel boyutunun etkisi altında, sorun çözme yaklaşımlarının bir yansıması olarak amirlerine bu durumu iletişim şekilleri anlaşılmasına çalışılacaktır. Tezin giriş bölümünde kültürel boyutlar tanımlanmıştır. İkinci bölümde ise literatür taraması yapılarak ilgili alanyazın yer almıştır. Daha sonra, araştırma yöntemi ve bulguları, sonuç ve önerilerle birlikte açıklanmıştır.

Araştırma kapsamında Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ il merkezlerinde görevli 412 polis memuru ile anket çalışması yapılmıştır. Araştırma modeli kapsamında elde edilen veriler SPSS programı aracılığı ile değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Emniyet Hizmetleri, Hizmet Kalitesi, İletişim, Güç Mesafesi, Kültür.

ABSTRACT

THE ROLE AND IMPORTANCE OF COMMUNICATION IN IMPROVING SERVICE QUALITY IN THE SECURITY SERVICES

ÖZEKEN, Begüm

Master Thesis, Department of Business Administration,

Adviser: Prof. Dr. Erdoğan KOÇ

2015, 93 Pages

Turkish police, as an organization operating under the Turkish Ministry of Interior and to deliver security services, continually goes through a number of successful changes and restructuring in order to improve its service quality in line with European Union harmonisation process.

However, despite all the efforts it is possible to encounter service failures. Service failures may distort the positive corporate image of the police and the security forces which has taken several years to develop.

Several studies show that customers who are dissatisfied with the service they receive tend to engage in negative word of mouth communication than satisfied customers who engage in positive word of mouth communication. Moreover, customers after a successful service recovery process tend to be more satisfied than customers who have not encountered service failures at all.

This study aims to explore how power distance may influence the way and which subordinate police officers communicate with their superiors after a service failure. In the introduction section of the thesis cultural dimensions are defined and explained. In the second part a literature review is presented on service quality, service failure, service recovery and communication. In the following section the methodology of the study is explained. This scenario based study aims to elicit the responses of 412 police officers in Edirne, Kırklareli and Tekirdağ provincial centres to service failures. The responses of the participants have been analysed by using SPSS statistical program. Following the presentation, analysis and the interpretation of the findings, the thesis concludes with recommendations to practitioners.

Key words: Security services, Service Quality, Communication, Power Distance, Culture

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
ÇİZELGELER LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
KISALTMALAR LİSTESİ	x
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem	3
1.2. Amaç.....	3
1.3. Önem	4
1.4. Varsayımlar.....	4
1.5. Sınırlılıklar.....	4
1.6. Tanımlar.....	5
2. İLGİLİ ALANYAZIN	8
2.1. Kuramsal Çerçeve.....	8
2.1.1. Hizmet Sektörünün Tanımı ve Hizmet Kalitesi.....	8
2.1.1.1. Hizmet Kavramı.....	10
2.1.1.2. Hizmetlerin Özellikleri.....	11
2.1.1.3. Hizmet Kalitesi	13
2.1.1.3.1. Hizmet Hatası ve Telafisi.....	14
2.1.2. Hizmet Kalitesi ve Emniyet Teşkilatı.....	19
2.1.2.1. Bir Hizmet Sektörü: Kamu Hizmeti	21
2.1.2.1.1. Emniyet Hizmetleri.....	22
2.1.2.1.1.1. Emniyet Teşkilatının Yapısı	22
2.1.2.1.1.2. Görev ve Yetkileri.....	24
2.1.2.2. Emniyet Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Bileşenleri.....	24
2.1.2.2.1. Kurumsal Kimlik.....	25
2.1.2.2.2. Kurumsal İmaj.....	28
2.1.2.2.2.1. Polis İmajı Algısı Araştırmaları.....	29
2.1.2.2.3. Kurumsal Kültür.....	33
2.1.3. Hofstede' in Kültürel Boyutunun Emniyet Hizmetlerinde Hizmet Kalitesine İletişim Yönüyle Etkisi.....	41

2.1.3.1. Hofstede' in Kültürel Boyutları.....	42
2.2. İlgili Araştırmalar.....	50
3. YÖNTEM.....	54
3.1. Araştırmanın Modeli.....	54
3.2. Evren ve Örneklem.....	56
3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri.....	56
3.4. Verilerin Toplama Süreci.....	57
3.5. Verilerin Analizi.....	57
4. BULGULAR VE YORUMLAR.....	58
4.1. Anket Katılımcılarının Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	58
4.2. Anket Katılımcılarının Senaryolu Sorulara Verdiği Cevaplara İlişkin Bulgular.....	62
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	81
KAYNAKÇA	84
EKLER	92

ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 2.1. Bazı Ülkelerde Sektörlerin Gayrisafi Milli Hasılaya Katkıları (2011 Tahmini Verilerdir).....	9
Çizelge 2.2. Polisin Vatandaşa Yaklaşımında Beklentiler.....	30
Çizelge 2.3. Halkın Polis İmajı ve Polis-Halk Bütünleşmesinin Dinamikleri.....	32
Çizelge 2.4. Kültür Kuramlarının ve Örgüt Kuramlarının İlişkileri.....	34
Çizelge 2.5. Ülkelerin Kültürel Boyut Skorları.....	43
Çizelge 4.1. Demografik Özelliklere Ait Frekans Dağılımları- 1.....	58
Çizelge 4.2. Demografik Özelliklere Ait Frekans Dağılımları- 2.....	60
Çizelge 4.3. Demografik Özelliklere Ait Frekans Dağılımları- 3.....	61
Çizelge 4.4. Senaryolu Soruların Cevaplarına Ait Frekanslar.....	64
Çizelge 4.5. Cinsiyet ile Senaryo 1 Arasındaki İlişki.....	65
Çizelge 4.6. Cinsiyet İle Senaryo 2 Arasındaki İlişki.....	65
Çizelge 4.7. Yaş ile Senaryo 1 Arasındaki İlişki.....	66
Çizelge 4.8. Yaş ile Senaryo 2 Arasındaki İlişki.....	67
Çizelge 4.9. Eğitim Durumu ile Senaryo 1 Arasındaki İlişki.....	68
Çizelge 4.10.Eğitim Durumu ile Senaryo 2 Arasındaki İlişki.....	69
Çizelge 4.11.Toplam Çalışma Yılı ile Senaryo 1 Arasındaki İlişki.....	70
Çizelge 4.12.Toplam Çalışma Yılı ile Senaryo 2 Arasındaki İlişki.....	71
Çizelge 4.13.Halen Görev Yapılan İl Emniyet Müdürlüğü Kadrosunda Çalışma Süresi ile Senaryo 1 Arasındaki İlişki	71
Çizelge 4.14.Halen Görev Yapılan İl Emniyet Müdürlüğü Kadrosunda Çalışma Süresi ile Senaryo 2 Arasındaki İlişki	72
Çizelge 4.15.....Birimde Çalışan Toplam Polis Memuru Sayısı ile Senaryo 1 Arasındaki İlişki.....	73
Çizelge 4.16.Birimde Çalışan Toplam Polis Memuru Sayısı ile Senaryo 2 Arasındaki İlişki.....	74

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 2.1. Hizmet Telafisi Modeli.....	18
Şekil 2.2. Türk Polisinin Teşkilat Yapısı.....	23
Şekil 2.3. Kurumsal Kimlik Karmasının Etkileşimi.....	26
Şekil 2.4. Düşük - Yüksek Güç Mesafesi Olan Toplumlar Arasındaki Farklar.....	46
Şekil 2.5. Karşılaştırmalı Kısa Vadeli Yönlendirme ve Uzun Vadeli Yönlendirme.....	48
Şekil 2.6. Indulgent ve Restrained Toplumlar Arası Farklar.....	49
Şekil 3.1. Araştırma Modeli.....	55

KISALTMALAR LİSTESİ

ANOVA	: Tek Yönlü Varyans Analizi
CIA	: Merkezi İstihbarat Teşkilatı (Central Intelligence Agency)
EGM	: Emniyet Genel Müdürlüğü
IBM	: Uluslararası İş Makineleri (International Business Machines)
IDV	: Bireysellik (Individualism)
ISO	: Uluslararası Standartlar Organizasyonu (International Organization for Standardization)
IVR	: Indulgence versus Restraint
LTO	: Uzun Dönem Oryantasyonluluk (Long - term Orientation)
MAS	: Maskülenlik – Femeninlik (Masculinity/ Femininity)
PDI	: Güç Mesafesi (Power Distance)
TUBİM	: Türkiye Uyuşturucu ve Uyuşturucu Bağımlılığı İzleme Merkezi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UAI	: Riskten Kaçınma (Uncertainty/ Risk Avoidance)
WVS	: Dünya Değerler Anketi (World Values Survey)

1. GİRİŞ

İnsanın en temel ihtiyaçlarından biri güvenlidir. Ülkemizde güvenlik ve asayiş hizmetlerini İçişleri Bakanlığına bağlı olarak yerine getiren kurumlar; Emniyet Genel Müdürlüğü, Jandarma Genel Komutanlığı ve Sahil Güvenlik Komutanlığıdır. Belediye sınırları içerisinde iç güvenliğin sağlanmasından sorumlu olan Emniyet Genel Müdürlüğüne bağlı olarak il ve bağlı ilçelerde görev yapan polisin bu sorumluluğunu kırsal alanda Jandarma üstlenmektedir.

Modern toplumlarda polis sadece suçluları bulup cezalandırılmasını sağlamaz. Polisin ilk hedefi suç oranlarının düşmesi ve suçun önlenmesidir. Önleme faaliyetlerindeki başarı hem polisi hem de halkı memnun etmektedir. Bu noktada polis halk işbirliğinin önemi vurgulanmalıdır. Nitekim suç önleme çabalarında tek başına polis başarılı olamayabilir. Halkın desteğine de ihtiyaç kesinlikle duyulmaktadır (Sokullu Akıncı, 2011).

Demokratik değerlerin, hukukun üstünlüğü ve insan haklarının önem kazandığı günümüzde toplumun desteğini alan güvenlik kurumlarının öne çıktığı bilinmektedir. Bu bağlamda Türk Polis Teşkilatı, dünya standartlarına ulaşabilmek için Avrupa Birliği sürecine uyum çalışmaları içerisinde. Türk Polis Teşkilatının son yıllarda ciddi anlamda başarı, kalite ve memnuniyet odaklı bir anlayış ile kurumsal değişim ve gelişim sürecinde ilerlediği gözlemlenmektedir. Günümüz polislik anlayışı çerçevesinde halkın güveni ve desteğini sağlamayı hedefleyen polis, hem olumlu imaj oluşturmak hem de beklentiler yönünde değişiklikler yapabilmek amacıyla olup halk ile arasında uyumlu bir ilişki sağlamaya çaba göstermektedir (Karaman ve diğerleri, 2004). Böylece kuruma karşı pozitif duygular oluşturularak hizmet kalitesinin de artması sağlanmış olacaktır.

Emniyet, eğitim, sağlık gibi hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren kurumların her birinde farklı olan yani o kuruma özgü ve çalışanların sahip olduğu kalıplaşmış davranış biçimleri, olaylara belli bir yaklaşım tarzı ve kendine has algılamaları vardır. Emniyet hizmetlerinin de halkın gözünde nasıl algılandığı hizmet kalitesi ve profesyonellik açısından son derece önemlidir. Polislik mesleğinin icrası, halkın desteğini gerektirmesinden dolayı algıyı yönetmek için iletişimi yönetmek önceliklidir. Polisin iletişim çabalarında genel güvenliğin sağlanması ve halkın memnuniyeti esastır (Kınacı, 2011).

Türk Polis Teşkilatı tarafından hizmet kalitesini artırmak ve olumlu imaj oluşturmak için düzenlemelere gidilerek, yerel ve/veya ülke genelinde medya aracılığı ile çeşitli bilgilendirici kampanyalar, projeler düzenlenerek toplumun büyük bir bölümüne ulaşılmaya çalışılmaktadır. Bu faaliyetler çerçevesinde yapılan değişikliklerin devamı ve değişikliklerde düzenlemeler yapabilmek için çeşitli araştırma ve anket gibi uygulamalar yapılarak, elde edilen sonuçların dikkate alınması ile hizmet kalitesinin daha da artırılacağı değerlendirilmektedir.

Hizmet kalitesi bağlamında vatandaş ile yakın diyalog halinde olan Emniyet Teşkilatı personelinin iletişim biçimi önemlidir. Polis işinin gereği şüpheli olmak durumundadır. Her türlü ihtimali göz önünde bulunduran polis tarafından, şüpheli olunması gereken ancak herkese potansiyel suçlu gibi davranılmamasını gerektiren bu doğal süreç ile davranışlar arasında bir denge sağlanmalıdır. Bu bağlamda bir konuda bilgi iletmek veya üstün görüşünü etkilemek için iletişimi başlatacak olan polis memurunun iletişim biçimi önemlidir.

Bu araştırmada, meydana gelen olaylarda ilk haber alan kişi/başvuru olan polis memurlarının tutum ve davranışlarının konuşma şekline nasıl yansıdığı ve üstüne/amirine bu durumu iletişim şekilleri anlaşılmasına çalışılmaktadır. Araştırma verilerinin sonuçlarına göre halkın gözünde polis algısının geliştirilmesine yardımcı olacağı değerlendirilmektedir.

Çalışmanın ilk kısmında, emniyet hizmetlerinin ve sunulan hizmetin kalitesinin önemi izah edilmiştir. Daha sonra hizmet kalitesinin bileşenleri ile hizmet sektöründe karşılaşılan hizmet hatası, hizmet telafisi kavramları ve araştırmanın amacı açıklanmıştır.

İkinci kısımda hizmet kavramı açıklanarak emniyet hizmetlerinde hizmet kalitesi anlatılmıştır. Bu bağlamda kurumsal kimlik, kurumsal imaj ve kurumsal kültür unsurları ile kurum içi iletişime ait literatüre dayanan açıklamalar yapıldıktan sonra kamu hizmetlerinin kalitesinde iletişimin önemini içeren uygulamalar verilmiştir.

Üçüncü bölümde, emniyet hizmetlerinde hizmet kalitesini etkileyen ve güç mesafesi boyutu ile etkileşim içinde olan iletişim ile ilgili araştırma modeli sunularak araştırmanın yapıldığı evren ve örneklem açıklanmıştır. Ayrıca araştırmada kullanılan anket formu hakkında açıklamalar yapılmıştır.

Dördüncü bölümde, araştırmadan elde edilen verilerin istatistiksel analizleri sonucu ortaya çıkan bulgular açıklanmıştır. Son bölümde ise araştırma sonuçları özetlenerek tavsiyelerde bulunulmuştur.

1.1. Problem

Hizmet sektöründe üretim ve tüketim aynı anda gerçekleşmektedir. Dolayısıyla müşteri/vatandaş hizmet sunulurken olası aksaklıkları ve hataları o anda fark etmektedir. Bu noktada bazı durumlarda her hizmet işletmesi hizmet hatasına yani hizmet sunumunda aksaklık yaşanmasına engel olamamaktadır. Ancak bu aksaklıkların minimuma indirilmesi için çaba gösterilmesi gerekmektedir.

Araştırmanın problemini, hizmet sektörünün alt kollarından olan emniyet/güvenlik hizmetlerinde hizmet kalitesini etkileyen ve hizmet hatası durumuna engel oluşturacağı düşünülen Hofstede' in (1980) kültürel boyutlarından daha çok iletişimi kapsayan boyutu olan güç mesafesi boyutu ile ilişkilendirilecektir. Araştırma problemi çerçevesinde literatür taraması yapılarak tümevarımcı araştırma modeli oluşturulmuş, toplanan verilerin istatistiksel analizleri sonucu değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

1.2. Amaç

Toplumsal ve kurumsal iletişimi etkileyen önemli unsurlardan birinin kültür boyutlarından güç mesafesi olduğu söylenebilir. Öyle ki Hofstede (1980), toplumun bir parçası olan örgütlerde/organizasyonlardaki gücün dağılımındaki eşitsizliğin her toplumda görüldüğünü ifade etmekle birlikte güç mesafesi boyutunun bireysel, toplumsal ve kurumsal değerler, davranış biçimleri ile etkileşimde olduğunu ve ast-üst arasındaki iletişimi etkileyen boyutun güç mesafesi boyutu olduğunu ileri sürmektedir.

Araştırmanın amacı, emniyet hizmetlerinde görevli ve bir sorun veya durum karşısında vatandaşın ilk müracaat ettiği polis memurlarının tutum ve davranışlarının bir yansıması olarak mevcut durumu üstlerine nasıl izah ettiği, bir başka deyişle nasıl iletişim kurduğu incelenecektir. Bu bağlamda bir konuda bilgi iletmek veya

üstün görüşünü etkilemek için iletişimi başlatacak olan polis memurunun iletişim biçimi önemlidir.

1.3. Önem

Araştırma konusu, Türk Polis Teşkilatının mevcut durumunun bir resmini görebilmesi ve kurumsal gelişimine katkı sağlayacak, yapılması gerekenler hakkında yol gösterici olabilecek araştırmaların az sayıda ve sınırlı boyutlarda olması nedeniyle seçilmiştir. Araştırmada, hizmet kalitesini artırarak hizmet hatasının önüne geçen veya önlenmesi mevcut durumda mümkün olmayan ancak daha sonra telafisinin yapılabileceği bir durum söz konusudur. Bu durum için gerçekleştirilecek olan hizmet telafisinin, iyi şekilde en iyi seçeneğin sunulması noktasında önemli olduğu değerlendirilen iletişim boyutuyla arasındaki ilişki saptanmaya çalışılmıştır.

Yapılan istatistiksel analizler sonucu elde edilen bulgulardan sonra konuyla ilgili Polis Teşkilatının Emniyet Hizmetleri sınıfı personeli olan polis memurlarının davranışlarını etkilediği değerlendirilen faktörler hakkında bilgi verilmiştir.

1.4. Varsayımlar

Araştırmanın örneklemini oluşturan polis memurlarının anket sorularına verdikleri cevaplar kendi görüşlerini yansıtmaktadır.

Kullanılmış olan araştırma yöntemi, bu konuda yapılan araştırmalarda kullanılan ölçeklerin çeşitliliği göz önüne alındığında araştırmanın amaçlarına ulaşmak için yeterlidir.

1.5. Sınırlılıklar

1. Kuramsal çerçeve açısından ulaşılabilen alanyazınla sınırlıdır.

2. Araştırma, veri kaynağı olarak Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ İl Emniyet Müdürlüklerinde görevli ve ankete katılmaya gönüllü olan 412 polis memuru ile sınırlı tutulmuştur.

1.6. Tanımlar

Hofstede'in Kültürel Boyutları: Geert Hofstede, 1967-1973 yılları arasında 116 bin IBM çalışanı arasında gerçekleştirdiği araştırmasında kültürleri; bireycilik-toplumculuk, güç mesafesi, dişilik-erkeksilik ve belirsizlikten kaçınma olmak üzere dört boyutta incelemiştir.

Daha sonra 2010 yılında Michael Minkov tarafından 93 ülkede uygulanan World Values Survey (WVS) sonuçlarına göre biri daha önce ortaya atılmış olduğu halde genişletilen anlamıyla olmak üzere toplam iki boyut daha eklenmiştir. Bu boyutlar uzun zaman oryantasyonluluk (long-term orientation) ve müsamahakar-itidalli olma (Indulgence versus restraint) boyutlarıdır (Dimensions of National Cultures, 22.02.2015).

Güç Mesafesi (Power distance): Nispeten daha güçsüz olan bireylerin gücün eşit olarak dağıtıldığına inanmamaları veya eşitsizlikleri kolayca kabullenebilme derecesidir. Güç mesafesi yüksek olan toplumlarda insanların kendilerine bir yer edinmeleri ve güçlü görünmeleri için statü önemlidir. Düşük güç mesafesine sahip toplumlarda güçlü insanlar kendilerini daha düşük güçte göstermeye çalışırlar (De Mooij ve Hofstede, 2002).

Chow ve diğerleri (2006), güç mesafesi yüksek organizasyonlarda çalışanların her yapılması isteneni kabul ederek yetki ve sorumluluk almaktan kaçındıklarını ifade etmektedirler. Güç mesafesi yüksek olan toplumlarda güç merkezleşmektedir. Çalışanlar yöneticilerin oluşturdukları kurallara uyarlar. Diğer yandan düşük güç mesafesi olan kültürlerde bireyler merkeziyetçilik yerine en azından karar verme aşamasında kendisine danışılmasını beklerler (Rodrigues, 1998).

Güç mesafesi boyutu, Hofstede (1980) tarafından yapılan araştırmada incelenen ülkeler açısından değerlendirildiğinde; güç mesafesi skorlarının diğer ülkelere göre nispeten daha yüksek olan Meksika, Fransa, Brezilya ve Hong Kong gibi ülkeler arasında Türkiye' nin de yer aldığını görmekteyiz.

Türk halkı, çatışma durumlarında uyuşmacı stratejiler izleyen, belirsizlikten kaçınan, rekabet yerine uzlaşmacı tavırlar içerisindedir ve Türkiye'nin ana ticaret ortaklarından Almanya, İngiltere, İtalya ve İspanya gibi ülkelerle arasında atılganlık (assertiveness), performans odaklılık (performance orientation) ve cinsiyet eşitliği (gender egalitarianism) konusunda önemli farklılıklar vardır (Koç, 2010).

Dişilik-erkeksilik (Femininity-Masculinity): Bu kültürel boyutun temsil ettiği eril veya maçoluğun yüksek olduğu kültürlerde materyalist değerler, kendine güven, bağımsızlık duygusu, yükselme tutkusu, rekabet, hakimiyet duygusu, sabit fikirlilik, saldırganlık, baskıcı olma gibi değerler ön plana çıkmakta ve insana verilen önem ikinci sıradadır. Dişi kültürlerde ise insanlar arası ilişkilere ve insana verilen önemin yanı sıra, yaşamın genel niteliğini önde tutmak biçiminde ortaya çıkan değerler mevcuttur. Bir toplumun dişi olması durumunda öne çıkan değerler ise şefkatli, merhametli, nazik, anlayışlı ve sıcak olmaktır (Sığırı ve Tığlı, 2006).

Bireycilik-toplumculuk (Individualism-Collectivism): Hofstede' in bu kültürel boyutu çerçevesinde yüksek bireycilik eğilimi olan toplumların özellikleri; ben bilinci, kendisine dönük olmak, 'kimlik' bireyin özelliklerine bağlı, kişi duygusal açıdan örgüt ve kurumlardan bağımsız, gelişim ve başarı isteği, liderlik, herkesin özel yaşam ve farklı görüş hakkı var, bireysel mali güvenlik önemli, özerklik ve eşitlik. Bireyci toplumlarda birey çıkarları toplum çıkarlarının önündedir. Toplumcu yaklaşımda ise topluluk tarafından desteklenen, kurallara göre davranma, normlar ve değerler öne çıkmakta ve örgüte bağlı olma isteği vardır. Değer ölçüleri bireyin grup üyesi olup olmamasına göre değişir (Sargut, 1994).

Belirsizlikten Kaçınma (Uncertainty Avoidance): Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda insanlar duygusal, güvenlik arayışında olan ve hoşgörüsü az olan bireylerdir. Belirsizlikten kaçınma eğilimi düşük toplumlar ise daha az duygusal, belirsizliğe karşı toleransı yüksek ve risk alabilen özelliktedirler (Attia ve diğerleri, 1999). Belirsizlikten kaçınma boyutu yönetim felsefesini etkilemektedir. Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda yöneticiler yapılandırılmış organizasyonu, yerleşmiş kuralları, düşük personel devir oranını ve görev odaklı olmayı tercih ederler (Banai ve diğerleri, 1999).

Long-term Orientation (LTO): Hofstede ve Bond (1988), dört kültür boyutuna 'confucian dynamism' adında beşinci bir boyut eklemiştir. Bu boyutun 1965 ve 1985

yılları arasındaki sürede zengin veya fakir olan toplam 23 ülkenin ekonomik büyümesi ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu ülkelerin en başında Hong Kong, Tayvan, Japonya ve Güney Kore yer almaktadır. Başlangıçta 'confucian dynamism' denilen 'long-term orientation' boyutu diğer dört boyutun kapsamadığı Asya kültürlerinin özelliklerini ifade etmektedir (Ardichvili, 2001).

Indulgence versus Restraint (IVR): Toplam 93 ülkede uygulanan araştırma sonuçlarına göre; 'Indulgence' temelinde haz ve hayattan zevk almak, eğlenmek ile ilgili doğal insan ihtiyaçlarının nispeten serbest olduğu bir toplumu ifade etmektedir. 'Restraint' ise haz ihtiyaçlarının kontrol edildiği ve sıkı sosyal normlar aracılığıyla düzenlenen bir toplumu ifade etmektedir (Indulgence versus Restraint (IND), 22.02.15).

Hizmet hatası: Bell ve Zemke (1987) hizmet hatasını, hizmet performansının müşteri beklentilerinin altında kalması olarak tanımlamıştır.

Hizmet hatasına maruz kalan birey o işletmeyle ilişkisini gözden geçirir. Ancak hizmet hatası hiçbir zaman istenilmemesine rağmen, en iyi yönetilen hizmet işletmelerinde dahi yaşanması kaçınılmazdır (Singh ve Widing, 1991).

Hizmet Telafisi: Hatalar her hizmetin kaçınılmaz kritik bir parçasıdır. Çünkü hizmetlerin sunumu ortam ve müşterilerin kendileri gibi bazı faktörlere bağlıdır. En iyi hizmet kuruluşları bile bazen uçuşların gecikmesini, etin yanmış olmasını ya da gecikmiş bir teslimata engel olamamaktadır. Dolayısıyla hizmet hatası kısmen kontrol edilememesine karşın hizmet telafisi kontrol edilebildiğinden telafi noktasında yoğunlaşmakta fayda vardır.

Esas önemli olan ise bu gibi durumlar hizmet sektöründe müşterinin önünde gerçekleşmekte ve gizlenememektedir. Yine de hizmet hatası ile karşılaşan ve memnuniyetsiz olan müşteri tekrar kazanılıp sadık bir müşteriye döndürülebilir. Bu sadakati sağlamak hataya engel olamasa da, nasıl telafi edebileceğini öğrenebilen hizmet sağlayıcı firmaya/kuruluşa bağlıdır (Hart ve diğerleri, 1990).

2. İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde, ilk başta, hizmet sektörü, hizmet kalitesini etkileyen hizmet hatası ve telafisi, kamu hizmetleri ve bu kapsamda emniyet hizmetlerini sunan polis/emniyet teşkilatının genel özellikleri açıklanmıştır. Sonrasında emniyet teşkilatının sunduğu hizmetin kalitesini artırma noktasında önemi olan hizmet kalitesi bileşenleri ile kültürümüzü yansıtan özelliklere Hofstede' in (1980) kültürel boyutları ve özellikle güç mesafesi boyutu çerçevesinde açıklanmıştır. Devamında, araştırma konusunu oluşturan emniyet hizmetlerinde polis memurlarının üstleri ile olan iletişimleri perspektifinden polislik hizmetinin sunulması ve vatandaşa yaklaşım üzerine literatür taraması yapılarak elde edilen veriler aktarılmıştır.

2.1.1. Hizmet Sektörünün Tanımı ve Hizmet Kalitesi

Hizmet sektörünün, gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinde yeri büyüktür. Toplumsal gelişim süreci içerisinde ilk üretim aşaması tarımsal üretimdir. Daha sonra sanayi üretimi ve en son hizmet üretimi aşamasına ulaşılmıştır.

Hizmet sektörünün önemini daha iyi anlayabilmek açısından ekonomiye ve istihdama olan katkısına bakmakta fayda vardır. Öyle ki, birincil (primary) (tarım, balıkçılık, ormancılık ve madencilik), ikincil (secondary) (imalat) ve üçüncül (tertiary) (hizmet) sektörlerin ekonomiye olan katkılarının da son yıllarda değişiklik göstermeye başladığı görülmektedir. Birincil ve ikincil sektörlerin ekonomiye olan katkıları azalırken, üçüncül sektörün yani hizmet sektörünün ekonomiye olan katkısı artış göstermektedir. Bunun yanı sıra hizmet sektörünün ülkelerdeki toplam istihdama da katkısı yıllar içerisinde önemli bir artış göstermiştir. Örneğin, CIA WorldFactbook incelendiğinde 2011 yılı verilerine göre, Amerika Birleşik Devletleri' nde (ABD), İngiltere, Hollanda, Japonya, Almanya ve Fransa'da hizmet sektörünün toplama istihdama katkısı sırasıyla %76,8, % 80,4, % 80, % 66,4, % 67,8 ve % 71,8' dir. Türkiye' de ise hizmetlerin istihdama katkısı % 45,8' dir (Koç, 2010).

Çizelge 2.1. Bazı Ülkelerde Sektörlerin Gayrisafi Milli Hasılaya Katkıları (2011 Tahmini Verileridir)

Ülkeler	Sektörlerin Gayrisafi Milli Hasılaya Katkıları (%)*			Ülkeler	Sektörlerin Gayrisafi Milli Hasılaya Katkıları (%)*		
	Birincil Sektör (Tarım)	İkincil Sektör	Üçüncül Sektör		Birincil Sektör (Tarım)	İkincil Sektör	Üçüncül Sektör
Almanya	0,8	28,1	71	Gürcistan	110	29,4	60,6
Amerika Birleşik Devletleri	1,2	22,1	76,7	Hollanda	2,7	24,2	73
Avrupa Birliği (Ortalama)	1,8	25,1	73,1	İspanya	3,3	25,8	64,7
Avustralya	4	25,6	70,4	İsrail	2,5	31,2	65
Avusturya	1,5	29,5	69	İsveç	1,8	26,9	71,3
Azerbaycan	5,5	62,7	31,8	İsviçre	1,2	27,5	71,3
Bahamalar	1,6	8	90,4	İtalya	1,9	25,2	72,9
Belçika	0,7	21,6	77,7	Japonya	1,4	24	74,6
Birleşik Krallık (İngiltere)	0,7	21,6	77,7	Lüksemburg	0,4	13,6	86
Bulgaristan	5,2	30,6	64,2	Polonya	3,4	33,6	63
Danimarka	1,3	22,1	76,7	Rusya	4,2	37	58,9
Etiyopya	49,3	11,1	39,6	Singapur	0	28,3	71,7
Finlandiya	2,8	29,2	68	Suudi Arabistan	2,1	67,6	30,4
Fransa	1,7	18,5	79,8	Türkiye	9,2	26,9	63,9
Güney Kore	3	39,4	57,6	Yunanistan	3,6	18	78,5

Kaynak: Erdoğan Koç. (2010). Hizmetlere ve Hizmet Pazarlamasına Giriş, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ders Notları.

Çizelge 2.1' de CIA WorldFactbook' tan derlenen ve bazı ülkelerde birincil, ikincil ve üçüncül sektörlerin gayrı safi milli hasılaya katkıları sunulmuştur. Genel olarak ülkeler geliştikçe hizmet sektörünün milli gelire katkısının arttığı görülmektedir. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri' nde (ABD) milli gelirin % 76.7' si, İngiltere' de %77,7, Yunanistan' da % 78,5, Japonya' da % 74,6, Almanya' da % 71 ve Fransa' da %79,8 oranında hizmet sektöründe üretildiği ortaya çıkmaktadır. Çizelgeye bakıldığında Türkiye' de ise hizmet sektörünün milli gelire katkısının % 63,9 olduğu görülmektedir. Bu oran hizmet sektörünün ülkemizin milli gelirine katkısında en yüksek paya sahip olduğunu göstermektedir.

2.1.1.1. Hizmet Kavramı

Literatüre bakıldığında yapılan hizmet tanımları birbirleri ile benzerlik göstermektedir. Grönroos (1990), hizmeti soyut nitelikte olan, hizmet sağlayıcının personeli ile kaynakları, sistemleri ve ürünleri arasındaki etkileşiminden ortaya çıkan ve müşteri problemlerine/ihtiyaçlarına çözüm olarak sağlanan eylem ya da eylemler olarak tanımlamaktadır.

Berry (1980), hizmeti fiziksel olarak sahip olunamayan soyut bir iş, hareket ve çabayı içeren ürünler olarak tanımlamaktadır. Kotler (1979), hizmeti temelde bir tarafın diğer bir tarafa sunduğu maddi olmayan, üretimi fiziksel bir ürüne bağlı olan veya olmayan iş veya faaliyetler olarak ifade etmektedir. Eğitim, sağlık gibi kar amacı olmayan hizmet sektörlerindeki kurumların, tanıtıcı faaliyetler yürütmeleri, farklı segmentlerde büyüyerek hizmet sunmaları ve sürekli değişime açık olmaları gerekmektedir.

Hizmetler müşteriye sunulan faydalar ve gereksinimlerini karşılayan eylemler olarak özetlenebilir. Tüm hizmetler şu şekilde sınıflandırılabilir (Ferman, 1988);

- Sağlık Hizmetleri
- Eğitim Hizmetleri
- Hukuk Hizmetleri
- Finansal Hizmetler
- Haberleşme Hizmetleri
- Ulaşım Hizmetleri

- Meslek ve İşletme Hizmetleri
- Bakım ve Onarım Hizmetleri
- Kamu Hizmetleri

2.1.1.2. Hizmetlerin Özellikleri

Hizmetlerin dört temel özelliği vardır. Birincisi soyutluktur. Yani hizmetler dokunulmaz veya elle tutulamazlar. Satın almadan önce hizmetlere dokunulamaz, görülemez ve değeri hesaplanamaz. İkinci özellik üretimin ve tüketimin eş zamanlı oluşudur. Bir hizmetin satın alımı ve tüketilmesi çok kısa bir zaman içinde gerçekleşir. Üçüncüsü özellikle emek yoğun olan hizmetlerin heterojen oluşu ve dördüncüsü dayanıksız, depolanamaz oluşudur.

Soyutluk: Soyutluk kavramının dokunulamaz olma ve kolayca tanımlanamama olmak üzere iki anlamı vardır. Hizmetler, fiziksel varlığı olmayan, dolayısıyla elle tutulamayan, gözle görülemeyen soyut mallardır. Tüketici bu soyutluk karşısında hizmetin kalitesi hakkında hizmetin verileceği yerden, verecek insanlardan, fiyattan fikir edinmeye çalışır.

Hizmetin önceden denenmesi pek mümkün değildir ve değerinin, kalitesinin önceden kestirilmesi de zordur. Ayrıca risk algılaması yüksek olduğundan pazarlama iletişiminin yapılması çok kolay değildir (Koç, 2010).

Heterojenlik: Somut ürünler, örneğin bir kutudaki aynı cins kalemler birbirleri ile benzer (homojen) olma özelliği taşırlar. Ancak hizmetler böyle değildir. Hizmetler birbirlerinden çok farklıdırlar, yani standart bir kalıp içerisine sokulamazlar. Hizmetin kalitesi, içeriği, hizmeti sunan kişiden kişiye, müşteriden müşteriye hatta günden güne değişiklik gösterebilir. Dolayısıyla bazı hizmetlerde standartlaşmaya doğru bir gidiş varsa da, pek çok hizmet türü için olanaksızdır (Parasuraman ve diğerleri, 1985).

Hizmetlerin birçok açıdan insan davranışlarıyla ilgili olması nedeniyle de müşteri ve hizmet sağlayıcı arasındaki etkileşimin tesiri altında kalmasından dolayı, mükemmel hizmet sağlamak zordur. Fiziksel ürünlerden farklı olarak hizmetler performansa dayanır ve bu performansta çalışan, müşteri, zaman faktörü belirleyici

unsurlardır. Aynı hizmeti yapan kişiler arasındaki farklılıkların yanı sıra aynı kişi farklı zamanlarda farklı kalitede hizmet verebilmektedir (Mucuk, 1999).

Hizmetler genellikle insanlar tarafından üretilen performanslar olduğu için, aynı hizmetin iki ayrı sunumunun aynı olması oldukça zordur. Hizmetin her bir birimi, aynı hizmetin diğer birimlerinden farklıdır. Örneğin, bir havayolu şirketinin her yolculukta aynı hizmeti vermesi zordur. Genellikle hizmeti oluşturan personel, müşterinin gözünde hizmetin kendisidir. İnsanların performansları da günden güne ve hatta saatten saate farklılıklar gösterebilir. Heterojen olmanın bir diğer sebebi ise iki müşterinin de hiçbir zaman aynı olmayışıdır. Her müşterinin beklentileri ve hizmet deneyimleri farklıdır. Dolayısıyla hizmetlerde heterojenlik çoğunlukla insan etkileşimlerinin bir sonucudur. Heterojenlik nedeniyle kalite kontrol ve standardizasyon problemleri ortaya çıkabilir. Bu nedenle hizmet işletmelerinde kalite kontrolü yapmak ve tutarlı bir hizmet sunmak oldukça zordur Bu özelliğin ortaya çıkardığı bir pazarlama problemi ise, standartlaştırma ve kalite kontrol faaliyetlerinin zor olmasıdır (Öztürk, 2010).

Dayanıksızlık: Hizmetlerin fiziksel bir yapıları olmaması nedeniyle belirli bir süre yaşama şansları da yoktur. Hizmetler, performans olarak nitelendirildiğinden stoklanmaları pek mümkün değildir. Örneğin, bir önceki gün boş kalmış otel odaları, sefere çıkmış bir uçak veya otobüsteki boş koltuklar, hastanın gelememesi nedeniyle kullanılamayan doktor randevusu için yapılabilecek bir şey yoktur. Belirli bir zamanda verilmesi gerekirken verilmemiş hizmetleri stoklayıp gelecekte vermek üzere saklamak mümkün değildir. Bu yüzden talep ve arzı dengelemek konusunda problemler yaşanır. Hizmet sektöründe talep dalgalanmaları oldukça sık karşılaşılan bir durumdur.

Ayrılmazlık (Üretim ve Tüketim Eş Zamanlı): Hizmetin üretim ve tüketim süreci eş zamanlıdır. Somut ürünler önce üretilip sonra satıldığı halde, hizmetler çoğu kez önce satılmakta, sonra üretilip tüketilmekte veya üretildiği anda satılmaktadır. Müşteri de alıcısı olduğu hizmetin üretim sürecine katılır. Hizmet müşterisi birçok durumda hizmetin bir yan üreticisi olarak görülebilir.

Günümüzde teknolojik, ekonomik gelişmelere bağlı olarak hizmetlerin bu dört temel özelliğinin de değiştiğini, Lovelock ve Gummesson (2004), bir havayolu şirketinin müşterilerine yıllık uçuş bileti sattığında hizmetin stoklanabildiğini aynı

şekilde müşterilerin internet üzerinden aldıkları hizmetlerle aynı yerde bulunmadıklarından ayrılmazlık özelliğinin zayıfladığını savunmuşlardır.

2.1.1.3. Hizmet Kalitesi

Kalite, bir ürün ya da hizmetin belirlenen ya da olabilecek gereksinimleri karşılayabilme yeteneklerinin tümüdür ve bir stratejidir. Bir işletmenin ürettiği mal ya da hizmet, müşterilerin gereksinimleri ve beklentileri karşılandığı zaman kaliteli olmaktadır. Altan ve Atan (2004), hizmetleri aşağıdaki gibi iki kısma ayırır. Buna göre hizmetler;

- mallardan ve satış öncesi, sonrası gibi hizmetlerden ayrı olan avukatlık, sigortacılık gibi hizmetler
- mallar veya hizmetlerle birlikte satın alınan hizmetlerdir.

Bu bağlamda hizmet kalitesi ise verimliliği artırmak, müşteri sadakatini sağlamak ve olumlu bir imaj yaratmak gibi amaçlar için hizmet sektörünü yakından ilgilendirmektedir (Koç, 2006). Artık sadece teknolojiyi kullanarak rekabet etmek yeterli olmamakta ve üretilen ürünlerin yanında sunulan hizmetlerin kalitesi de rekabet üstünlüğü sağlamada önemli bir unsur haline gelmektedir. Dolayısıyla hem hizmet sektörünü hem üretim sektörü için hizmet kalitesi kavramı önemlidir.

Hizmet kalitesinin ölçümü ve değerlendirilmesi konusunda çeşitli sektörlerde yapılan çok sayıda çalışmaya konu olan yaklaşımlar bulunmaktadır (Brady ve Cronin, 2001; Dabholkar ve diğerleri, 1996; Parasuraman ve diğerleri, 1988, 1994; Zeithaml ve diğerleri, 2002). Hizmet kalitesinin ölçümünde, hizmet kalitesini ölçebilmek için geliştirilen, beklenen ve algılanan kalite arasındaki farka odaklanan yani müşteri beklentileri ile performansı karşılaştıran SERVQUAL (Parasuraman ve diğerleri, 1985) ve sadece performansa odaklanan SERVPERF (Cronin ve Taylor, 1992, 1994) modelleri bu yaklaşımlardan en yaygın olanlarıdır. Bazı araştırmacılar ise kalitenin standart özelliklere sahip olamayacağını bir hizmetin kalitesinin mekan, zaman ve içinde bulunulan sektör bakımından farklılıklar bulunacağını ileri sürmektedirler (Brown ve diğerleri, 1993).

Gowan (2001), yöneticiler, çalışanlar ve müşterilerin hizmet kalitesi ve yönetiminde söz hakkı olduğunu ifade etmektedir. Bu üç unsurun hizmete dair

beklenti ve algılamalarında farklılıkların olup olmadığının belirlenmesi, hizmet kalitesi geliştirme projelerinde neler yapılması gerektiği hakkında yol göstericidir.

2.1.1.3.1. Hizmet Hatası ve Telafisi

Hizmet Hatası: Hoffman ve Bateson (1997), hizmet hatasını hizmet performansının müşteri beklentilerinin altında olması şeklinde tanımlanmaktadır (Hess ve diğerleri, 2007). Müşteri bir şeyi problem olarak hissettiği anda, o artık bir problem haline gelir (Diamond, Ward ve Faber, 1976) eğer sorun çözülmez ise hizmet hatası oluşur.

Müşteri, bir ürün veya hizmeti satın alıp kullandıktan sonra, satın alma öncesi beklentileri ile ürün ya da hizmetten aldığı performansı karşılaştırmaktadır. Beklentilerinin karşılanmaması durumunda veya beklenti ile performans arasında farklılıklar ortaya çıkarsa, beklentilerin onaylanmaması söz konusudur. Beklentilerin onaylanmaması, “pozitif beklentilerin onaylanmaması” ve “negatif beklentilerin onaylanmaması” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Pozitif beklentilerin onaylanmaması, algılanan performansın beklentilerden daha üstün olduğu zaman oluşmaktadır. Negatif beklentilerin onaylanmaması ise, algılanan performansın beklentilerden daha kötü olmasıdır. Beklentilerin onaylanması ya da bu onayın pozitif onaylanmaması durumunda müşteride tatmin, negatif beklentilerin onaylanmaması durumunda ise tatminsizlik oluşmaktadır (Oliver, 1980).

Bell ve Zemke (1987) hizmet hatasını, hizmet performansının müşteri beklentilerinin altında kalması olarak tanımlamıştır. Hizmet hatasına maruz kalan birey o işletmeyle ilişkisini gözden geçirir. Ancak hizmet hatası hiçbir zaman istenilmemesine rağmen, en iyi yönetilen hizmet işletmelerinde dahi yaşanması kaçınılmazdır (Singh ve Widing, 1991).

Bitner ve diğerleri (1990) ise kritik olay tekniğini kullanarak hizmet hatalarını sınıflandırmışlardır. Buna göre, hizmet hataları üç farklı kategoriye ayrılıp sınıflandırılabilir;

1. Hizmet sunumu hataları: Hizmet sunum sistemindeki hatalar; işletme yönetiminin kontrol edebildiği, var olmayan hizmet ve sebepsiz yavaş hizmet

sunumudur. İşletme yönetiminin kontrol edemediği diğer öz hizmet hataları olmak üzere üç başlıkta incelenir.

Var olmayan hizmet: normalde var olan hizmetin sunulmamasıdır. Örneğin, iş görenlerin hatası nedeniyle kaybedilen bir otel rezervasyon kaydı ve dolayısıyla müşteriye otelde odanın sunulmaması veya bir restoranda rezerve edilen masanın başka müşteriye verilmiş olması durumlarıdır.

Sebepsiz yavaş hizmet sunumu: bu duruma sebep olan aşırı yavaş hizmet sunum sistemi veya işgörenlerdir. Örneğin, sipariş edilen yemeğin çok yavaş gelmesi, havayolu çalışanlarının bir saat gecikmeli açıklamasının genelde söylenenden daha uzun sürmesi gibi.

Diğer öz hizmet hataları: firma yönetimlerinin kontrol edemediği, hizmet sunumu için gerekli olan ve diğer endüstri ve firmaların sağladığı hizmetlerden kaynaklanmaktadır. Örneğin uçak yolcularının karşılaştığı ve yemek sağlayıcı firmadan kaynaklanan hatalar veya uçak bagajının hasar görmesi gibi hatalardır.

Hizmet sunum hatalarına hizmet personelinin göstereceği yaklaşım, davranış biçimleri müşterinin tatmin veya tatminsizliğini önemli ölçüde etkileyecektir. Örneğin, otelde rezervasyon problemi yaşandığında müşteriye daha iyi bir otel odasının tahsisi, ücretsiz uçak bileti verilmesi gibi uygulamalar müşteriye tatmin edebilir. Ancak özür dilemeden açıklama yapmadan ve müşterinin kendince mağduriyetini gidermeden yapılan her türlü yaklaşımlar müşteride tatminsizliği artırma eğiliminde olacaktır.

2. Müşteri ihtiyaç ve isteklerini karşılamadaki hatalar: müşterilerin ihtiyaçları açık veya kapalı olabilmektedir. Bir uçak yolcusunun hasta olması veya bayılması durumunda ihtiyaç talep edemeyebilir. Bu durumda olan ihtiyaçlar kapalıdır. Açık ihtiyaçlar ise müşteri tarafından talep edilirler. Bunlar;

Özel ihtiyaçlar: bu ihtiyaçları karşılamak için müşterinin özel, tıbbi, psikolojik, dil ve diğer sosyal durumlarına uymak gerekmektedir.

Müşteri tercihleri: hizmet sağlayıcının hizmet sunum sistemini müşteri isteklerine göre düzenlemesidir.

Müşteri hataları: müşteriden kaynaklanan hatalardır. Örneğin, oda anahtarının kaybedilmesi veya müşterinin gözlük gibi kişisel bir eşyasını otelde unutması gibi.

Başkalarını rahatsız edenleri uyarma: uygun olmayan ve istenmeyen davranışlar sergileyen müşterilerin uyarılmasıdır. Örneğin, bir otelde yan odada kalanların gürültü yapması gibi.

3. Beklenmeyen ve istenmeyen işgören/çalışan hareketleri: müşteri tarafından olumsuz görülen bu davranışlar üç grupta toplanabilir.

- Müşteriye gösterilen dikkat ve önem
 - Normal çalışan davranışına aykırı davranışlar (müşteriye bağırarak, saygısızlık yapmak gibi)
 - Kültürel normlara aykırı davranışlar
- olarak özetlenebilir.

Hizmet Telifisi: Hizmetin soyut olması nedeniyle, hizmet üreten ve sunan bir işletmenin fiziksel ürünlere göre daha farklı ve özgün bir pazarlama anlayışına ihtiyacı vardır. Ayrıca, çoğu hizmetin “üretilmesi” için müşterinin de üretim sürecinde olması gerekmektedir. Dolayısıyla müşterinin hizmet hatası sonucunda oluşacak tatminsizliğini gidermek için, işletmeler hizmet telifisi süreçleri planlamalı ve uygulamalıdır. Hizmet sunumunun ve hizmet hatasının her durumda kendine has özellikleri taşıması dolayısıyla hizmet sunumunun telifisi de zararlı sonuçları ortadan kaldırmak için hızlı ve etkili olmayı gerektirmektedir (Boshoff ve Staude, 2003).

Hatalar her hizmetin kaçınılmaz kritik bir parçasıdır. Çünkü hizmetlerin sunumu ortam ve müşterilerin kendileri gibi pek çok faktöre bağlıdır. Yukarıda da belirtildiği üzere en iyi hizmet kuruluşları bile bazen uçuşların gecikmesini, etin yanlış olmasını ya da gecikmiş bir teslimata engel olamamaktadır. Esas önemli olan ise bu gibi durumların hizmet sektöründe müşterinin önünde gerçekleşmekte olması ve gizlenememesidir. Fakat hizmet hatası ile karşılaşan ve memnuniyetsiz olan müşteri tekrar kazanılıp sadık bir müşteri haline döndürülebilir. Bu sadakati sağlamak hataya engel olamasa da, nasıl telafi edebileceğini öğrenebilen hizmet sağlayıcı firmaya/kuruluşa bağlıdır (Hart ve diğerleri, 1990). Bowen ve Johnston (1999) ise, hizmet telifisini işletmenin müşterilerine uygulayacağı telafi stratejileri olarak ele almaktadır. Bu bağlamda;

Müşterinin karşılaştığı herhangi bir hizmet hatasını işletmenin telafi etme çabası dış hizmet telafisidir. İşletmenin iş görenlerine uyguladığı telafi stratejileri olan müşteri ile ilk karşılaşılan ön hat çalışanlarını iç müşteri olarak değerlendirip dış müşterilere uygulanan telafi yöntemlerinin onlara da uygulanması iç hizmet telafisidir.

Başarılı hizmet telafisi uygulayarak müşteri sadakati sağlamak isteyen firmaların/kuruluşların yapması gerekenler Hart ve diğerleri (1990) tarafından yapılan araştırmada şu şekilde açıklanmaktadır;

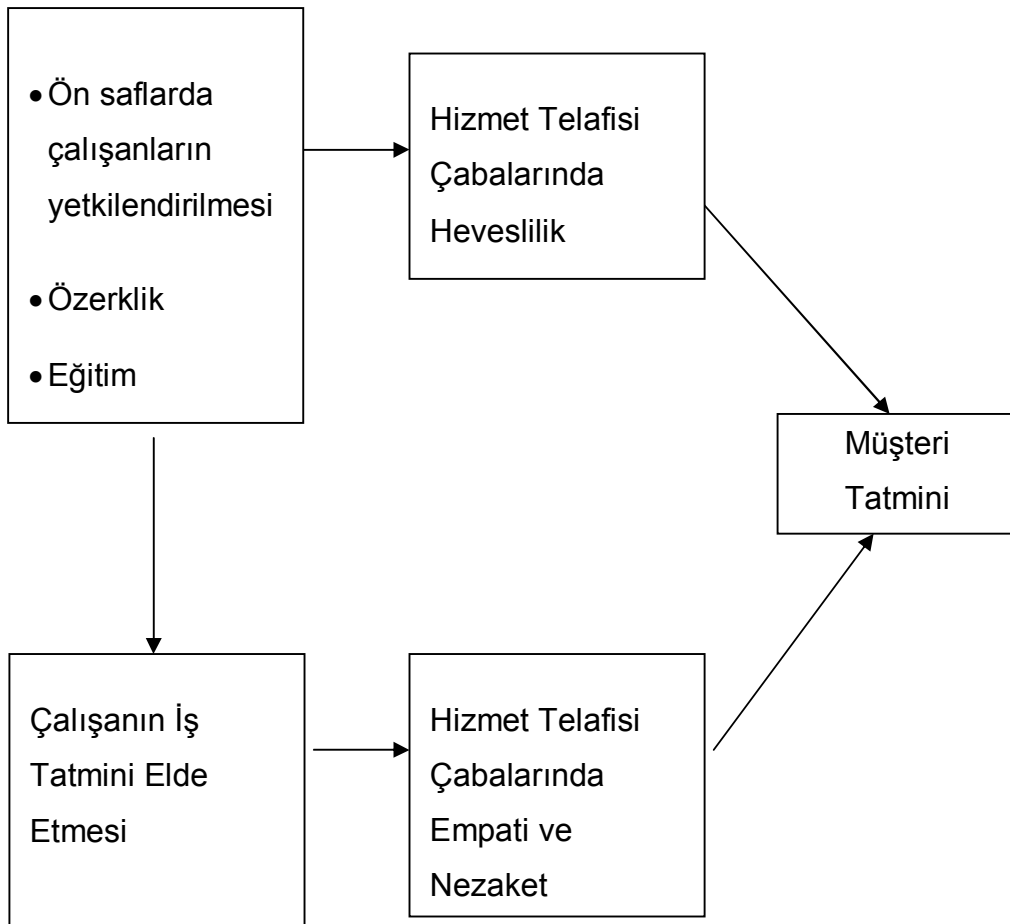
Maliyetlerin ölçümü: Yöneticiler genellikle kendi sundukları hizmetlerden mutsuz ayrılan bir müşterinin kar üzerindeki etkisini önemsemeyebilmektedirler pek çoğu da sadece yeni müşteriler kazanmaya odaklanmaktadır. Oysa yeni müşteri kazanmak mevcut müşteriyi elde tutmaktan çok daha maliyetlidir. Hatalar belirli maliyetlerin ortaya çıkmasına neden olur. Bu maliyetlerden bazıları para iade garantisi, değiştirme garantisi gibidir. Ancak müşteriler telefon görüşmesi için harcadıkları paraya, hatanın düzeltilmesi konusunda veya hatanın ne olduğunu anlatmaya çalışırken harcadıkları zamana takılırlar. Dolayısıyla hizmet telafisinde dolaylı ve doğrudan bütün maliyetler etraflıca ele alınmalıdır.

Sessiz kalınmamalı: Bazen hatası olmasa da yaşanan problemler o firma/kuruluş için hizmet kalitesini geliştirmek açısından bir fırsat olarak görülmelidir. Başarılı hizmet telafisinin yapılabilmesi için önemli noktaların belirlenmesi gereklidir. Bunun için mektup yazan, telefon ile arayan, konuşmak isteyen bazı müşteriler dikkate alınmalıdır. Ancak en memnuniyetsiz, mutsuz müşteriler belki çözüm bulunmayacağını düşündüklerinden belki de olay yaratmak istemediklerinden sessiz kalmayı tercih ederler. İşte bu sessiz kalan kitlelerden yoruma varılması, hatanın düzeltilmesi ve bu müşterilerin kazanılması için firmalar/kuruluşlar bir şeyler yapmalıdır. Bazen "memnun kaldınız mı?", "başka bir ihtiyacınız var mı?" gibi sorular sorarak müşterilerin aldıkları hizmetle ilgili olarak konuşmaları sağlanabilir. Bu durumda ve müşteri hiçbir sorun ve problemden bahsetmese dahi, müşteriye firmanın/kuruluşun kendisiyle ilgilendiği düşüncesi oluşur.

Telafi sırasında hızlı olunmalı (ihtiyaçları öngörme): Hizmet şirketleri öncelikle en sık tekrarlanan hataların neler olduğunu tespit etmeli sonrasında ise ona göre hazırlanmalıdır. Yapılan araştırmalardan bilinmektedir ki firma/kuruluş ile

kötü deneyim yaşayan bir müşteri bu durumu daha fazla kişiye anlatmaktadır. Dolayısıyla etkili bir hizmet telafisinde iyi bir çözümün yanı sıra hız da önemlidir.

Bu noktada hizmet telafisinin başarılı şekilde yapılmasında etkili olan hız faktörünün unsurlarından biri ön hat çalışanlarının yetkilendirilmesinin doğru biçimde, planlanarak yapılması uygun olmaktadır. Yani müşteri ile temas kuran kişi olan ön hat çalışanlarının, hizmet hatası durumunda pratik ve hızlı çözümü bulabileceği koşullar sağlanarak müşterinin telafi sürecinde bekleyeceği süre kısaltılabilir.



Şekil 2.1. Hizmet Telafisi Modeli

Kaynak: Hocutt, M. A. and Stone T. H. (1998). The Impact of Employee Empowerment on the Quality of a Service Recovery Effort. Journal of Quality Management, 3 (1), 117-132' den aktaran Erdoğan Koç. (2010). Hizmetlere ve Hizmet Pazarlamasına Giriş, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ders Notları.

Çalışanlar eğitilmeli: Müşteriyle doğrudan etkileşim halinde olan çalışanlar hizmet telafisi konusunda eğitilmelidirler. Çalışanlara sorumluluk verilmeli ve müşterilerin problemlerini belirlemek, onlarla ilgilenmek ve telafi konusunda yardımcı olmak üzere çalışanlar teşvik edilmelidirler. Hizmet hatalarının telafisi ile ilgili eğitimlerde en etkili yöntemlerden biri örnek olay analizi çalışmaları olabilir.

Son olarak, sadece hatanın kabul edilmesi değil harekete geçmek de önemlidir. Dolayısıyla tüm sorumluluğu yöneticinin almasının hem zor, hem vakit kaybettiği için ilgili planlama yapılarak, gerekli olan hallerde hatanın telafisi noktasında çalışana fırsat verilmelidir.

Hizmet Telafisi Paradoksu; hizmet hatasıyla karşılaşan ve işletme tarafından problemi çözülen/telafi edilen müşterilerin hiç hizmet hatasıyla karşılaşmamış müşterilere göre daha fazla memnun olmaktadır. Zeithaml ve Bitner (2003) de hizmet telafisi paradoksunu tanımlamıştır. Buna göre, örneğin bir otele gelen ve rezervasyon yaptırmış bir müşteriye, boş oda olmadığı söylendiğinde büyük bir memnuniyetsizlik içerisinde olabilmektedir. Ancak otelin yetkilendirilmiş ön hat çalışanı bu durumu daha iyi bir odayı aynı fiyata müşteriye vermesiyle bu durumu telafi edebilir. Dolayısıyla müşteriyi tatmin eden ve hatanın başarılı şekilde telafi edilen bir durum için gelecekte aynı müşterinin aynı oteli tercih etme ihtimalinin, aynı otelde hiç sorun ile karşılaşmamış müşteriye göre daha fazla olması hali hizmet telafisi paradoksudur.

2.1.2. Hizmet Kalitesi ve Emniyet Teşkilatı

Günümüzde güvenlik hizmeti sunulurken bu hizmetin kaliteli bir şekilde sunulması zorunluluğu vardır. Kaya ve diğerleri (2010) tarafından hizmet sektörünün bir alt dalında yapılan araştırma sonuçlarına göre de çalışanların etkinliği ve organizasyona ait iş tanımlarının, faaliyetlerinin iyi planlanması ile yaptığı işten tatmin olan kaliteli çalışanları barındıran organizasyonlar/kurumların var olmalarının gerekliliği kaliteli hizmet arayışını desteklemektedir.

Türk Polis Teşkilatı değişime ayak uydurmakta ve sürekli yenilenmenin gerekliliğinin bilincinde, gelişmeye devam etmektedir. Emniyet Genel Müdürlüğü'nün 2014 - 2018 yılı stratejik planında, suçla mücadele hizmetlerinin geliştirilmesi amacıyla önleyici polislik kapasitesinin artırılarak personele verilen hizmet içi

eğitimlerin kalitesinin yükseltilmesi ve mesleki bilgi donanımının üst düzeye çıkarılması hedeflenmektedir (<http://www.egm.gov.tr/Documents/PERFORMANS-PROGRAMI-2014.pdf>, 16.01.2015).

Bu bağlamda emniyet hizmetlerinde kalitenin göstergelerinden en önemlilerinin başında çalışanlarının etkinliği gelmektedir. Bunun iki nedeni vardır;

- i) Polisin sunduğu hizmetin özel sektörde ikamesi yoktur, benzersizdir. Bu benzersizliğinden ötürü yapılan her hareket, sergilenen her davranış, konuşma biçimi vatandaş tarafından, polisin mükemmel olması gerektiği yargısı ile değerlendirilmektedir. Dolayısıyla polisin vatandaşla etkileşimine yansıyan tutum ve davranışlarının nasıl olduğu çok daha fazla öne çıkmaktadır.
- ii) İkinci neden ise bir polisin genel davranışı veya eylemi vatandaş tarafından bireysel olarak değerlendirilmeyip tüm teşkilata mal edilecek ve polisin imajı sarsılabilecektir. Dolayısıyla göz önünde çalışan ve kanunları temsil eden polis teşkilatından hata yapmaması veya istenmese bile gerçekleşebilecek hataların hızlı ve etkin bir biçimde telafi etmesi beklenmektedir. Ayrıca, hizmetin kalitesinde önemli rol oynayan alt kademedeki çalışanların görevlerini yerine getirirken genel çalışma performansları kurumun genel politikasını oluşturarak hizmet kalitesini doğrudan etkilemektedir. Yani üst düzey yöneticiler kuralları belirleseler de bunları uygulamakla yükümlü kesimin görevi yerine getirme biçimi sunulan hizmet kalitesini belirleyerek kurum hakkında fikir/imaj oluşturabilmektedir (Bradford, 1998).

Emniyet teşkilatında verimliliği Kuyaksil (1998), suçu önleme, suçluları yakalama ve adalete teslim açısından ikiye ayırarak suçu önleme açısından; vatandaşın suç olan durumlar, olaylar hakkında bilgilendirilmesini, polise ihbar etme alışkanlığını geliştirme, yeni alımlarla polis sayısını artırma ve halkın güvenini kazanmak olarak sıralamıştır. Suçluları yakalama ve adalete teslim açısından ise; polise yetki veren kanunlar açık ve net bir şekilde düzenlenerek doğrudan görev alanına girmeyen konularda görev verilmemeli, uzun ve dengesiz çalışma saatleri düzenlenmeye çalışılmalı, görev yapılan fiziki koşullar, araç gereç eksikliği giderilmelidir.

Gelişmiş ülkelerde yaygınlaşan ve emniyet hizmetlerinin gelişmesine katkı sağlayan polislik anlayışı, suç oluşmadan önce engellemeye dayalıdır. Bu bağlamda Türk Polis Teşkilatının bünyesinde, önceleri pilot illerde uygulamaya konulan 1 Nisan 2009 tarihi itibarıyla ülke genelinde oluşturulan Toplum Destekli Polislik birimlerin görevi vatandaşın sorunlarıyla ilgilenip çözümü konusunda gerekli ve yetkili kurum ve kuruluşlarla irtibata geçmektir. Gerek emniyet gerekse valilikler bünyesindeki mali destek programlarına başvurarak çeşitli toplumsal projeler de düzenleyen bu birim bilgilendirici kamu spotları, afiş ve broşür dağıtımı, etkinlikler düzenleme gibi faaliyetleri vardır (<http://www.asayis.pol.tr/sayfalar/tdp.aspx>, 02.12.2014).

2.1.2.1. Bir Hizmet Sektörü: Kamu Hizmeti

Gözübüyük (1989), kamu hizmetinin genel anlamda, “bir kamu kurumunun ya kendisi tarafından, ya da yakın gözetimi altında, özel girişim eliyle kamuya sağlanan hizmetler” olarak tanımlandığını belirtmiştir. Anayasada kamu hizmeti faaliyetleri ve kamu hizmet sunan kamu kuruluşlarına dair yapılan tanımlamalar mevcuttur. Buna göre Anayasanın 128. Maddesi;

“Devletin, kamu iktisadî teşebbüsleri ve diğer kamu tüzel kişilerinin genel idare esaslarına göre yürütmekle yükümlü oldukları kamu hizmetlerinin gerektirdiği aslî ve sürekli görevler, memurlar ve diğer kamu görevlileri eliyle görülür.” şeklindedir.

Yukarıda verilen ve 128. Madde yer alan bu ifadede kamu hizmeti bir görev/faaliyet olarak ve Anayasanın 70. maddesinde *“Her Türk, kamu hizmetlerine girme hakkına sahiptir. Hizmete alınmada, görevin gerektirdiği niteliklerden başka hiçbir ayırım gözetilemez.”* ifadesi ile hizmetin kim tarafından yürütüleceği konusunda açıklık getirilmiştir.

2.1.2.1.1. Emniyet Hizmetleri

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğüne göre emniyet kelimesinin birinci sırada verilen açıklamasına göre emniyet; “Güvenlik, güven, itimat, polis işleri” olarak tanımlanmaktadır. İkinci sırada verilen açıklamada ise emniyet; “emniyet, polis teşkilatı” şeklinde ifade edilmektedir (<http://www.tdk.gov.tr>, 17.11.2014).

Anayasanın Devletin Temel Amaç ve Görevleri başlıklı 5. Maddesinde belirtilen ve güvenlik konusunda devlete etkin rol oynama görevi yüklenmektedir. Bu maddenin metni ise;

“Devletin temel amaç ve görevleri, Türk Milletinin bağımsızlığını ve bütünlüğünü, ülkenin bölünmezliğini, Cumhuriyeti ve demokrasiyi korumak, kişilerin ve toplumun refah, huzur ve mutluluğunu sağlamak; kişinin temel hak ve hürriyetlerini, sosyal hukuk devleti ve adalet ilkeleriyle bağdaşmayacak surette sınırlayan siyasal, ekonomik ve sosyal engelleri kaldırmaya, insanın maddî ve manevî varlığının gelişmesi için gerekli şartları hazırlamaya çalışmaktır.”

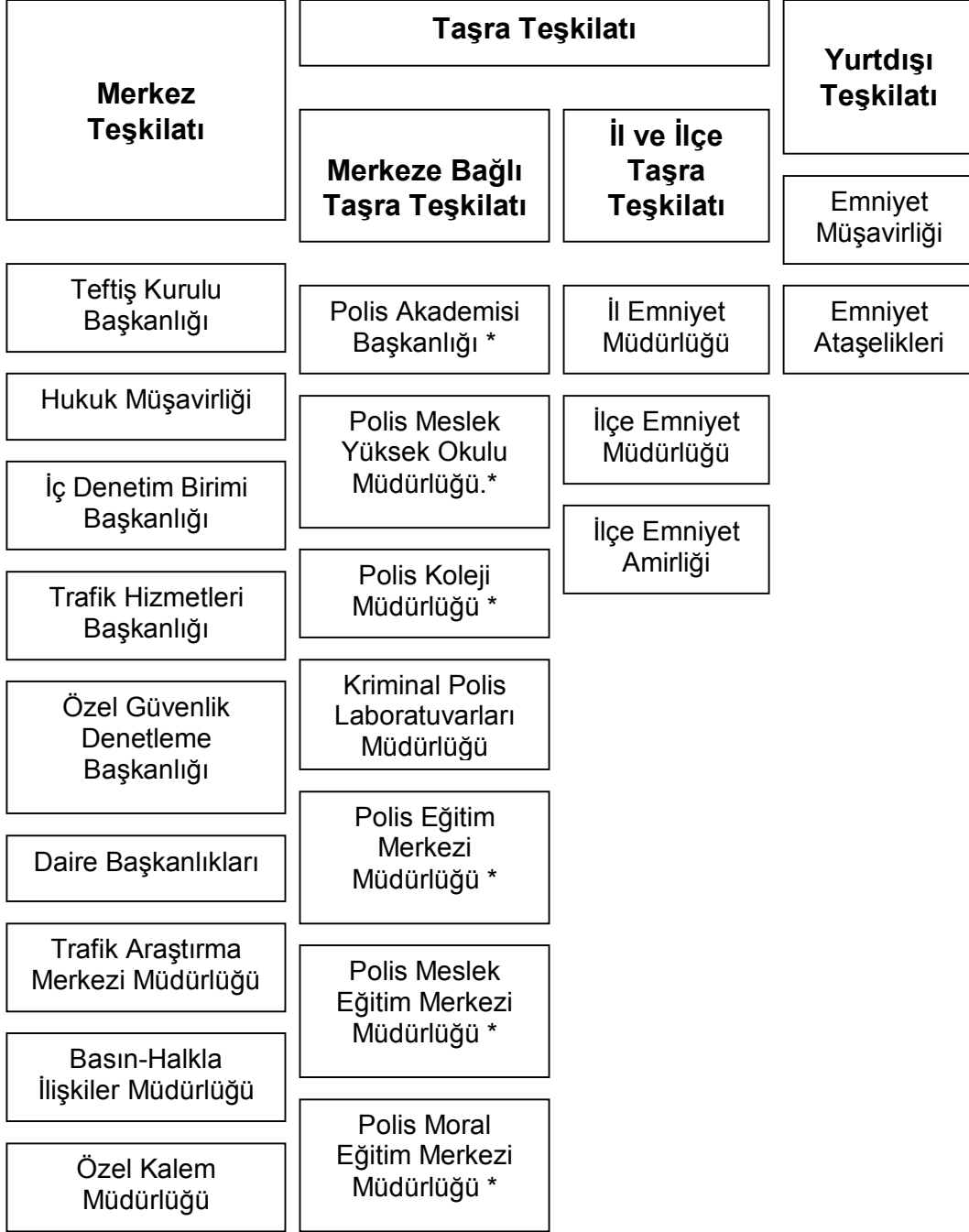
Modern toplumlarda güvenlik hizmeti kolluk aracılığıyla ifa edilir. Bir hizmet sektörü olan iç güvenlik görevini İçişleri Bakanlığına bağlı olan emniyet, jandarma, sahil güvenlik tarafından yerine getirilmektedir.

2.1.2.1.1.1. Emniyet Teşkilatının Yapısı

Bir kurum/kuruluş tarafından icra edilen faaliyetlerin kalitesinin, sahip olduğu sistematik şekilde çalışan bir organizasyon yapısının olup olmadığıyla da ilintili olduğu değerlendirilmektedir.

Nitekim bugün yaklaşık 258.000 Emniyet Hizmetleri sınıfı personeli ile halk için görev yapan Türk Polisi, Şekil 2.2.’ de görüleceği üzere taşra, merkez ve yurtdışı olmak üzere üç ana bölüme ayrılan ve 4 Nisan 2015 tarihinde 29316 sayılı Resmi Gazete’ de yayınlanan 6638 sayılı “Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu, Jandarma Teşkilat, Görev ve Yetkileri Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” kapsamında yeniden yapılandırılacak olan dinamik bir organizasyon yapısına sahiptir. Merkezi Ankara’ da bulunan Emniyet Genel Müdürlüğüdür.

EMNİYET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ



* 6638 sayılı “Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu, Jandarma Teşkilat, Görev ve Yetkileri Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” kapsamında yeniden yapılandırılacaktır.

Şekil 2.2. Türk Polisinin Teşkilat Yapısı

Kaynak:<http://www.egm.gov.tr/Sayfalar/Organizasyon-Yapisi.aspx>, 2015.

2.1.2.1.1.2. Görev ve Yetkileri

Emniyet Teşkilatı görev ve sorumluluklarını belirleyen 1934 tarih ve 2559 sayılı Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu, 1937 tarih ve 3201 sayılı Emniyet Teşkilatı kanunu olmak üzere iki kurucu mevzuat vardır. Bunun yanında çıkan kanun, yönetmelik ve genelgelerle teşkilatın sorumluluk alanı genişlemiştir.

2559 sayılı Polis Vazife ve Salahiyet Kanununun (Resmi Gazete'nin 14 Temmuz 1934 tarih ve 2751 sayılı nüshası) ilk maddesi; "*Polis, asayişini amme, şahıs, tasarruf emniyetini ve mesken masuniyetini korur. Halkın ırz, can ve malını muhafaza ve ammenin istirahatını temin eder. Yardım isteyenlerle yardıma muhtaç olan çocuk, alil ve acizlere muavenet eder. Kanun ve nizamnamelerinin kendisine verdiği vazifeleri yapar.*" olarak açıklanırken, aynı kanunun 2. maddesinde polisin görevleri suçu oluşmadan önce önlemek ve işlenmiş olan suç hakkında gereğini yapmak olarak ikiye ayrılmıştır.

2.1.2.2. Emniyet Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Bileşenleri

Hizmetlerin en önemli özelliği elle tutulup gözle görülemeyen, maddi varlıklarının olmayışıdır. Bu nedenle hizmet işletmeleri kurumsal değerlerini, vizyonlarını, misyonlarını, kurumsal kimliklerini hedef kitleye anlatmalıdır.

Hizmet sunma, kamu sektöründe vatandaşın beklentilerini karşılama ve diğer istek ve ihtiyaçlarını tespit etmek, aynı zamanda kaynakları dağıtma, dağıtılan kaynakların nasıl harcanıldığını belgeleme ve ne yapılacağına hesabını vermeyi gerektirir (Galloway, 1998). İlk bakışta, emniyet hizmetlerini sunan kolluk kuvvetlerinin hizmet işletmeleri gibi tercih edilme özellikleri olmadığından, bir ihbarda bulunmak isteyen vatandaşın başvurabileceği ikinci bir polislik hizmeti sunan kurum veya şirket olmadığı için gelişme de işlerin yürümek zorunda olduğu düşünülebilir. Ancak demokratik toplumların bir gereği olarak insan unsuru öne çıkmakta ve memnuniyetine önem verilmesi gerekmektedir.

İnal ve diğerleri (2006), hizmet pazarlamasında olduğu gibi polisin vatandaşların beklentilerine göre pazar bölümlendirmesi yapması gerektiğini ifade etmektedir. Yani arabası çalınan bir kişi ile ölüm tehdidi alan birinin beklentileri aynı

olmayacaktır. Bu şekilde sunulan polislik hizmetlerinde bölümlendirme yaparak duruma uygun davranış ve uygulama biçimleri standart hale getirilebilir. Sonuçta ne istediğini bilinen ve ona göre davranılan vatandaş kurumsal imaja katkı sağlayacak ve hizmet kalitesini etkileyecektir. Bu bağlamda emniyet hizmetlerinde hizmet kalitesi, kurumsal kimlik, kurumsal kültür ve kurumsal imaj olmak üzere üç unsurda ele alınacaktır.

2.1.2.2.1. Kurumsal Kimlik

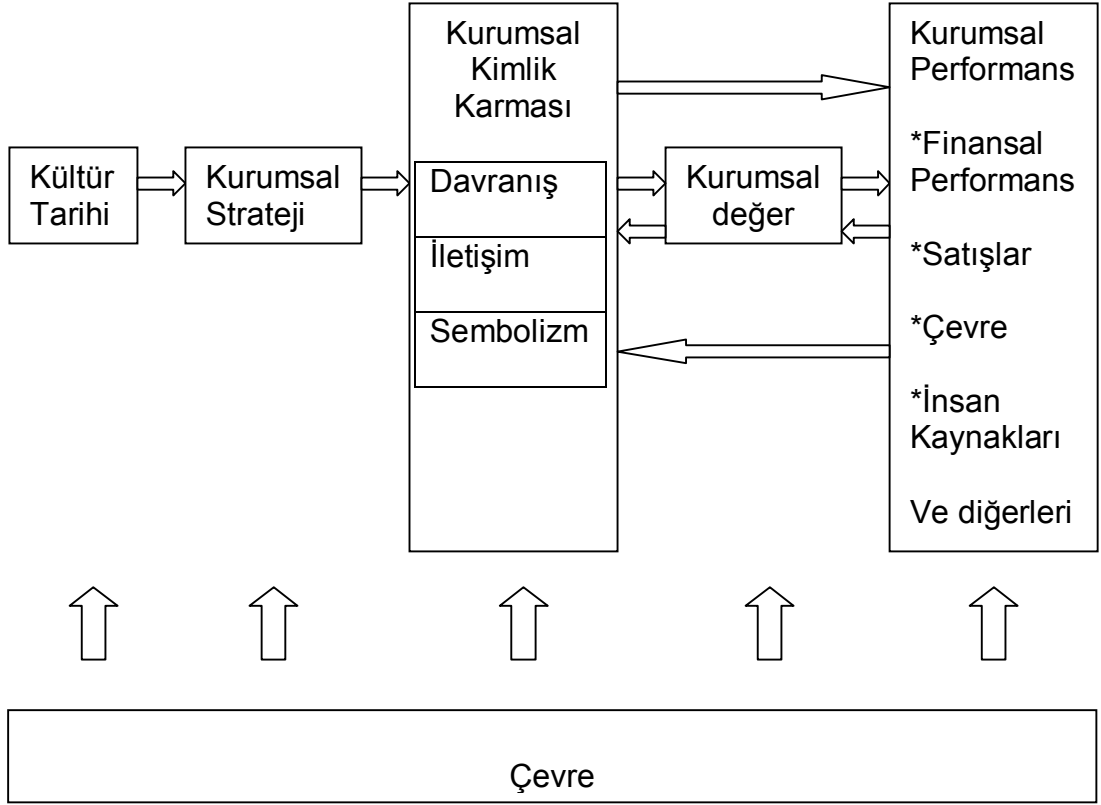
Yazıcıoğlu ve Meral (2011), günümüzde kurumların ne sunduklarının yanında nasıl sunduklarının da önem kazanmaya başladığını ve kurumların sahip oldukları kurumsal kimliklerin hedef kitle üzerinde etkili olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle kurumlar yoğun olarak bir kurumsal kimlik edinme gayreti içerisinde olduklarıdır.

Kurum kimliği; yazılı veya sözlü olan vatandaşa karşı kurumun ciddiyetini ortaya koyan kurum felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal iletişim ve kurumsal tasarım gibi faktörlerin bir araya gelmesiyle oluşur.

Kurumsal kimlik bir kurumun hatırlanabilir karakteristik özelliklerinin ve yeteneklerinin yansıtılması, kurumun somut kişiliğinin ortaya konulması ile ilgili faaliyetlerden oluşur. Yani bir kurumun kimliği; çalışanlarını, iletişim biçimlerini, sembollerini, kültürünü, felsefesini ve tarihsel sürecini içerir.

Kurum kimliği organizasyonun değerlerinin, amacının, stratejilerinin ve kültürünün toplamıdır (Cravens ve Oliver, 2006). Kurum kimliği kendini oluşturan unsurlar dolayısıyla (kurumsal iletişim, kurumsal kültür, kurumsal dizayn vb) kendine özgüdür ve kurumun renklerinden, logolarından, çalışanların davranış ve görünüşlerinden, iletişim biçimlerine kadar kurum kimliği göstergeleri, akıllarda kurumla ilgili bir imajın oluşmasını sağlamaktadır.

Büyükbaykal (2005), kurumsal kimlik oluşturmanın ilk adımının logo olduğunu bunun yanında kimlik oluşumunda kullanılan araçları; antetli kağıt, plaket, davetiye, personel tanıtım kartları gibi günlük iletişim araçları, eleman ve reklam ilanları gibi medya iletişim araçları, tabelalar, bayraklar gibi yönlendirme araçları olarak ifade etmektedir.



Şekil 2.3. Kurumsal Kimlik Karmasının Etkileşimi

Kaynak: Cees B.M. Van Riel, John M.T. Balmer. (1997). Corporate Identity: The Concept, Its Measurement and Management. *European Journal of Marketing*, Vol. 31 (5/6), s. 342.

Bir kurumda kurumsal kimlik oluşumunu aşamalı olarak ele alan Van Riel ve Balmer (1997), kurumsal kimlik sürecini dört temel aşamada açıklamaktadır. Buna göre,

- kurumsal misyon ve strateji oluşturulması
- kurum içi baskın değer ve inanç sistemlerinin ortaya konulması
- kurumsal misyon ve stratejiye karşı olan değer ve inanç sistemlerini değerlendirmek
- kurumsal misyon ve stratejiyi destekleyici değer ve inançların oluşmasını sağlamaktır.

Kurumsal imaj ile kurum stratejilerinin gerçekleşmesi ve kurumsal performansın artması noktasında kurumsal kimlik önemlidir.

Türk Polis Teşkilatı kurumsal kimliği incelendiğinde; Emniyet Genel Müdürlüğünün, internet adresinde yer alan ana sayfada teknolojiyi takip ettiğini yani vatandaşın erişimi için sağladığı kolaylıkları mobil uygulama, online ihbar linkleri vererek, duyurular, haberler ve basın bülteni bölümleriyle şeffaflık ve hesap verebilirliğini vurgulamakta ve misyonumuz vizyonumuz sayfalarının oluşturulması ile 81 İl Emniyet Müdürlüklerinin de kurumsal web sitesine sahip oluşu kurumsal kimlik oluşturma ve geliştirme çabası içinde olduğu görülmektedir (<http://www.egm.gov.tr/Sayfalar/default.aspx>, 27.02.2015).

Kurumsal kimlik tanımında önemli bir görsel öge olan Türk polisinin logosu üzerinde ay yıldız, defne dalı ve çift başlı kartal figürü yer almaktadır. Işık demetini andıran toplam 62 şuaşı olan yıldızın her şuaşı etik bir değeri temsil etmektedir.

Bu etik değerlerden bazıları; Atatürkçülük, iyi ahlaklı, faziletli, nezaketli, merhametli, itaatli, yurt sevgisi, izzeti nefisli, karakterli, barışçı, haysiyetli, sabırlı, doğru, tarafsız, alçakgönüllü, mert, cesur, temkinli, soğukkanlı, güçlü, bilgili, ağırbaşlı, özverili, fedakâr, düzenli, adil, azimli, Cumhuriyetçi, yasaya saygılı, yardımsever, kültürlü, empatik, ketum, çalışkan, bayrağa saygılı, meslektaş sevgisi, görev sevgisi, meslek sevgisi, amir sevgisi, sözünde duran, hak sever, Ulus sevgisi, aile sevgisi, disiplinli, namuslu, saygılı, vicdan temizliği, üniformaya saygı, temiz ve sıhhatli, terbiyeli, uyumlu, sebatkâr, sorumluluk sahibidir. Polis ambleminde bulunan figürlerin temsil ettiği anlamlar tek tek incelendiğinde, sekiz köşeli ay yıldız göze çarpmaktadır. Bu yıldızın tarihçesine bakıldığında Osmanlı devletinde 'Nişan-ı Şemsesi' adıyla üstün başarılı kimselere devlet hizmet madalyası olarak verilmekte olduğu görülmektedir. Günümüzde Türk Polis Teşkilatının amblemi olan yıldızın etrafını saran defne dalı ise ün, şan ve şöhreti temsil etmektedir. Yine en alt bölümde bulunan çift başlı kartalın tarihçesine bakılacak olduğunda Selçuklu Devletinde doğu batı hakimiyetini temsil eden bir figür olarak kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca Türk polisi bu çift başlı kartal figürüyle güç, kudret, özgürlük ve bağımsızlık anlamlarına vurgu yapmaktadır (<http://www.nevsehir.pol.tr/Sayfalar/tarihcemiz.aspx>, 25.03.15).

Kurumsal kimliğin diğer unsurları olan üniforma ve kullanılan araç, gereç ve binaların düzeni, görünümü itibariyle Türk Polis Teşkilatının başarılı bir kurumsal kimliğe sahip olduğu ifade edilebilir.

2.1.2.2.2. Kurumsal İmaj

Kurum kimliği gerçekte var olanı tanımlarken imaj ise olması istenilendir. Kurumsal imaj bir kuruluşun çalışanları, hedef kitleleri ve kamu üzerinde kurum kimliğinin etkisi sonucu ortaya çıkmaktadır. Kurumun kendisi hakkında sahip olduğu düşünce ile hedef kitlenin sahip olduğu düşüncenin birbirine benzerlik göstermesi durumu ideal bir imajı oluşturmaktadır.

Kurum kimliği kurumun fiziksel açıdan nasıl tanındığı ile imaj ise kurumsal olarak nasıl algılandığı ile ilgilidir. Kurum imajı insanların kurum hakkında ne düşündüklerini açıklamakta ve kurumun karakterini ortaya koymaktadır. Kurum imajı bir kurum hakkında bilgi ve tecrübeye dayalı izlenimlerdir. Bu nedenle kurum imajı, kurum kimliğine göre daha karmaşık bir kavramdır.

Köktürk ve diğerlerine (2008) göre, kurumsal imaj uzun dönemli, stratejik, hedeflenen imaja ulaşma amacı misyonu içerisinde olan ve sürdürülebilir özelliklere sahip olan bir kavramdır. Yani işletmenin sistemli yönetilmesi durumunda oluşur. Özellikle toplumun sahip olduğu değerlerden öne çıkana göre mal ve hizmet sunulursa algı ve imaj daha olumlu olacaktır.

Gray ve Balmer' e (1998) göre kurumsal imaj demek kurumsal kimlik ve itibar arasındaki kritik bağlantı, kurumsal iletişim demektir. Kurumsal iletişim kaynakları ise sırasıyla;

- isimlendirme ve markalaşma,
- logo faaliyetlerini kapsayan grafik tasarım,
- misyon, etik, yıllık faaliyet raporları,
- kurum sloganları içeren biçimsel ifadeler kategorisi,
- kurumun binaları, çalışma ofisleri gibi mekanların tasarımı mimarisi,
- iletişim stratejisi için önemli yeri olan medya ilişkileri,
- organizasyon hakkında olumlu imaj yansıtmak üzere çalışanlar eğitilmesi,
- kurumsal kimliği gözden geçirmek suretiyle zaman zaman değişikliklere gitme konusunda geri dönüşler alma olmazsa olmazdır.

Bahsi geçen medya, vatandaşın polisin yetkilerini ve sorumluluklarını öğrendiği ve suçla mücadelede işbirliğine yöneltebilecek pozisyonda bulunmaktadır. Yapılan eleştiriler iyi yönde gelişmeye fırsat tanıyacağı bilincinde olunmalıdır. Bunun

yanı sıra medyanın haber olarak daha çok polisin yaptığı hataları gündeme taşıdığı ancak yapılan hatanın telafisi söz konusu olduğunda toplumu bilgilendirmediği görülmektedir. Bu durumun polisin imajını zedelemesine izin verilmemesi ve olumsuz algı oluşturmaması için polis-medya ilişkilerinin geliştirilmesi önemlidir (Şen, 2013).

Kurumların olumlu imaj kazanması zor ve uzun sürebilen bir süreç iken olumsuz imaj sahibi olmak kısa sürede gerçekleşebilmektedir. Dolayısıyla kurumların imaj çalışmalarına ihtiyaç duyma sebepleri;

- i) Kurumun kamuoyuna ilk sunumunda
- ii) Mevcut kurum imajının değişime, yenilenmeye olan ihtiyacı
- iii) Var olan imajı sürdürmek içindir (Fidan, 2001).

2.1.2.2.2.1. Polis İmajı Algısı Araştırmaları

Kurumsal imaj, kurum ve çalışanın ile nasıl algılandığının toplamı olarak özetlenebilir ise Emniyet Teşkilatının da kamuoyunda nasıl algılandığının ortaya konulabilmesi için yapılan bazı çalışmalara bakılabilir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK), 2014 yılında 7984 kişi ile yapmış olduğu "Yaşam Memnuniyeti Araştırması" kapsamında elde edilen verilere göre kamu hizmetlerinde genel memnuniyet düzeyinin 2013 yılında yapılan araştırma sonuçları ile yapılan karşılaştırma sonucu oranda bir düşmenin olduğu görülmekte olup halkın kamu hizmetlerinden memnuniyet oranının en yüksek olduğu hizmet sektörü sıralamasında ise 2014 yılında %75,1 ile asayiş hizmetleri birinci sırada yer almaktadır. Diğerleri ise %71,8 ile ulaştırma hizmetleri, %71,2 ile sağlık hizmetleri, %65,6 ile eğitim hizmetleri, %58,4 ile Sosyal Güvenlik Kurumu ve %50,8 ile adli hizmetlerdir (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18629>, 26.03.2015).

Aydın İl Emniyet Müdürlüğü tarafından 1995 yılında Polis-Halk ilişkileri konusunda 1000 kişiye anket uygulanmış ve halkın %75 inin Aydın Polisine güven duyduğu tespit edilmiştir (Mutlu, 1995). Bu araştırmanın tüm sonuçları Polis Dergisinin 3. sayısında yayınlanmıştır.

Elazığ İl Emniyet Müdürlüğü tarafından 1999 yılında “Polis Vatandaş El Ele 2000’li yıllarda Elazığ’ da Daha Huzurlu Günlere” sloganı ile yürüttükleri proje faaliyetleri kapsamında vatandaşa yönelik bir anket uygulanmıştır. Anket “Polisi ne ölçüde tanıyor sunuz?”, “Polis-Halkla ilişkiler istenilen düzeyde mi?”, “Polise ne ölçüde güveniyorsunuz?” gibi 20 sorudan oluşmaktadır. Bu araştırma sonuçlarına göre halkın %55.3’ ü polise güvendiğini, %22.9’ u ise çok güvendiğini ifade etmiş olup bu oran yaklaşık %78.2’ dir. Elde edilen sonuçlardan en göze çarpanı ise “Polisi eleştirdiğiniz konularda vatandaş olarak üzerinize düşen vazifeyi yapıyor musunuz?” sorusuna kurallara uyduğunu ve üzerine düşeni yaptığı cevabını verenlerin oranı %27 iken yeterli sayıda vatandaşın sorumluluk sahibi davranmadığını düşünenlerin oranı %25,7 ile çoğunluğu oluşturmaktadır (Arslan, 2000).

Çizelge 2.2.’ de yer alan oranlara bakıldığında halkın poliste olması gereken temel özellikler güvenilir, objektif ve kibar olması beklentisidir.

Çizelge 2.2. Polisin Vatandaşa Yaklaşımında Beklentiler

	KATILIMCI	%
Güvenilir olmalı	518	31,9
Objektif olmalı	291	17,9
Nazik ve kibar olmalı	384	23,7
Yardımsaver olmalı	217	13,4
Diğer	122	7,5
Cevap vermeyen	90	5,5
TOPLAM	1622	100

Kaynak: Feyzullah Arslan. (2000). Polis-Halk İlişkilerinde Elazığ Emniyet Müdürlüğü Örneği. *Polis Dergisi*, Sayı: 22, s. 362.

Yine Elazığ İl Emniyet Müdürlüğü tarafından Fırat Üniversitesi ile koordineli olarak anket soruları hazırlanarak 713 vatandaşa polis-halk ilişkilerini tespit anketi uygulanmıştır. Üç ayda bir yayınlanan Polis Dergisinin 32. sayısında yayınlanan bu anketin verileri ise; güven duyulan beş meslek grubundan asker %23.1, polis %29.7, eğitim %19.4, sağlık %15.6, yargı %12.1 oranında tercih edilmiştir. Polisin halka karşı tutumunun ise büyük oranda adil ve mesafeli, soğuk olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Emniyet Genel Müdürlüğü[EGM], 2002).

Erzurum Polis Okulu öğrencilerinin 2000 yılında bayram izni için gittikleri Artvin, Erzurum, Konya, Kahramanmaraş, Malatya, Ordu illerinden oluşan

memleketlerinde toplam 1622 kişiye uyguladıkları “Polis-Halk İletişimi” başlıklı 40 sorudan oluşan anket sonuçlarına göre Polise güven oranı genel olarak % 71 olup bu oran Artvin’ de %66, Erzurum’ da %70, Konya’ da %74, Kahramanmaraş’ ta %76, Malatya’ da %70 ve Ordu’ da %75’ tir (EGM, 2000). Bu araştırmanın tüm sonuçları Polis Dergisinin 23. sayısında yayınlanmıştır.

Karaman İl Emniyet Müdürlüğü tarafından 2000 yılında Polis-Halk ilişkilerinin tespiti amacıyla 30 sorudan oluşan bir anket 893 vatandaşa uygulanmıştır. Polis Dergisinin 25. sayısında yer alan bu anketin verilerine göre Polis Teşkilatına ve polise duyulan güven sorusuna verilen ‘güveniyorum’ cevabı oranı %44.1 olup, bazen güvenmediğini beyan edenlerin oranı %37,5 ve güvenmeyenlerin oranı %14 olarak çıkmıştır (EGM, 2000).

Bursa Polis Okulu tarafından yapılan “Bursa Halkının Polise Bakış Açısının Ölçülmesi ve Polis Halk İlişkilerinin Geliştirilmesi Anket Çalışması” 19 soru olup toplam 500 kişiye uygulanmıştır. Anket verilerine göre vatandaşlar %82 oranında polise güvenmekte ve halkın büyük çoğunluğu Polis Teşkilatının geliştiğini düşünmekte ancak polise verilen eğitimi yetersiz bulmaktadırlar. Bu anket araştırmasının diğer tüm sonuçları Polis Dergisinin 28. sayısında yer almıştır (EGM, 2001).

Polisin imajı hakkında bilgi verebilecek bir diğer örnek olan, Yıldırım (2006) tarafından Bursa’ da 400 vatandaşa polis halk iletişimi ve toplum destekli polislik kapsamında hazırlanan ve uygulanan anketlerin sonuçlarına göre polis görünce kendini bulunduğu ortamda güvende hissettiğini söyleyen vatandaşların oranına bakıldığında evet % 57,8 ve kısmen evet %39,9 ile toplam oranın %97,7 olduğu görülmektedir.

En kapsamlı araştırmalardan sayılabilecek olanı Emniyet Genel Müdürlüğü tarafından 1995 yılında yapılan “Halkın Polis İmajı ve Polis-Halk Bütünleşmesinin Dinamikleri” dir. Bu çalışmada önce 1990 nüfus sayımı verilerine göre tüm Türkiye’ yi temsil yeteneği olan iller belirlenmiştir. Buna göre 39 sorudan oluşan anket İstanbul, Adana, Mersin, Ankara, Samsun, Zonguldak, Erzurum, Malatya, Gaziantep, Antalya, Diyarbakır, Şanlıurfa, Bursa, İzmir, Denizli, Van, Balıkesir, Aydın, Sivas ve Trabzon illerinde toplam 5524 kişiye uygulanmıştır (EGM, 1995).

Çizelge 2.3. Halkın Polis İmajı ve Polis-Halk Bütünleşmesinin Dinamikleri.

Kurumlar	Aşağıda adı bulunan kurumlara			Toplam
	Güveniyorum	Güvenmiyorum	Cevap Vermeyen	
Diyanet İşleri Başkanlığı	60,9	35,3	3,7	100
Eğitim Sistemi	44,9	51,7	3,4	100
Mahkemeler	57,1	39,8	3,2	100
Silahlı Kuvvetler	88,9	8,9	2,2	100
Basın	22	74,3	3,7	100
Sendikalar	28,7	66,2	5,1	100
Polis	77,3	19,9	2,8	100
TBMM	37,4	58,9	3,6	100
Memurlar	48,1	46,9	5	100
Büyük Şirketler	19,5	76,2	4,4	100
Emekli Sandığı-SSK	53,5	41,9	4,7	100
Siyasi Partiler	13,1	83,4	3,5	100

Kaynak: EGM – APK Daire Başkanlığı. (1995). Halkın Polis İmajı ve Polis-Halk Bütünleşmesinin Dinamikleri. *Polis Dergisi*, Sayı 4 eki, s. 52.

Çizelge 2.3. incelendiğinde yapılan araştırmada halkın güveni 12 başlıkta incelenmiş ve Emniyet Teşkilatına güveniyorum cevabını veren vatandaşların oranının %77,3 olduğu görülmektedir.

Bu araştırmalar göz önünde bulundurularak halkın polisten beklentilerinin zaman içinde değişmekte olduğu ve halkın zihnindeki polis imajının da değişime uğradığı unutulmamalıdır.

2.1.2.2.3. Kurumsal Kültür

Kültür kelimesinin kökeni *cultura* kelimesi olan ve Latince süslemek, bakmak, inşa etmek anlamına gelen *colere* kelimesinden gelmektedir. Kültür kısaca bir toplumda nesilden nesile aktarılan yaşama biçimleri olarak tanımlanabilir. Kültür iki öğeden oluşmaktadır. Bunlardan ilki binalar, teknoloji, eşyalar ve her türlü araç gereçler gibi somut unsurların olduğu maddi kültür öğeleridir. İkincisi ise dil, din, inançlar, gelenekler, düşünce biçimleri gibi soyut unsurların olduğu manevi kültür öğeleridir (Koç, 2013).

Kültürle ilgili yapılan tanımlar içerisinde en yaygın olanı, antropolog olan Taylor' un 1871 yılında yapmış olduğu tanımdır. Buna göre kültür, toplumu oluşturan bir unsur olan insanın kazandığı bilgi, sanat, ahlak, hukuk, örf ve adetler, kabiliyet ve alışkanlıkları kapsayan bir bütündür (Çeçen, 1985; Hofstede ve diğerleri, 1990).

UNESCO tarafından düzenlenen Dünya Kültür Politikaları Konferansı Sonuç Bildirgesi' ndeki kültür tanımı "kültür bir toplumu ya da toplumsal bir grubu karakterize eden belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin bileşiminden oluşan bir bütündür. Sadece bilim ve edebiyatı değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer yargılarını, geleneklerini ve inançlarını da kapsayan bir olgu" dur (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü [UNESCO], 1982).

Schein (1990/2002) kültürü, belli bir grubun dış çevreye ve iç çevresine uyum sağlamaya çalışırken uyguladığı, problemlere dair algılama, düşünme, hissetme eylemlerinde yol gösterici olarak gruba yeni katılanlara öğretilmesi gereken ve bu grup tarafından oluşturulmuş veya geliştirilmiş temel varsayımlar olarak tanımlamaktadır.

Kültürün çeşitli alanlarda kullanılan çok sayıda tanımı mevcuttur. Doğan (2012), kültür kavramına ilişkin yaklaşımları üç ana başlıkta açıklamaktadır. Bunlar;

- kültürün tanımına ilişkin, nedir nasıl ve neden değişir sorularını cevaplayan kuramlar olan "antropoloji kökenli kuramsal yaklaşımlar"
- kültürün ne olduğunun tanımının yanında içeriğini de ele alan "kültürü çözümlmeye ilişkin yaklaşımlar"

- kültürün toplum üyelerine aktarılış biçimi ve bireylerin benimseme süreci, kişilerin çeşitli olay/durum karşısında göstermiş oldukları tutum ve davranış kalıplarının oluşumunda kültürel değerlerin etkisini inceleyen “kültürel süreçler yaklaşımları”dır.

Örgüt kültürü açısından kültürü oluşturan unsurlar öne çıkmaktadır. Örgütün kültürünün içinde bulunduğu toplumun kültürüyle etkileşimi, tutum ve davranışlara yansımaları, farklı kültürlerin hangi noktalarda birbirinden ayrıldığına üzerinde duran kültürü çözümleyen yaklaşımlardan başlıcaları Hofstede, Schwartz, Elizur tarafından ortaya atılan kuramlardır (Doğan, 2012).

Bu çalışmada kültür kavramı kurumsal kültür olarak tanımlanmak istendiğinde farklı açıdan ele alınacağından öncelikle kurumsal ve kültür kavramlarının birbirleri için ne ifade ettiklerini açıklamak gerekmektedir.

Kurumsal veya örgütsel yapı bir sistemin veya organizasyonun işlevlerinin düzenlemesi noktasından hareketle örgüt analizinde kültür kavramının önemini özetleyen aşağıdaki tabloya, Çizelge 2.4.'e bakılmalıdır.

Çizelge 2.4. Kültür Kuramlarının ve Örgüt Kuramlarının İlişkileri

Antropolojideki kuramlar açısından kültürün tanımı	Örgüt/organizasyon ve yönetimle ilgili araştırmalarda kültürle ilgili temel konular	Örgüt/organizasyon kuramları açısından örgütün tanımı
Kültür insanın biyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılayan bir araçtır (Malinowski-işlevselcilik)	Kültürler arası/karşılaştırmalı yönetim	Örgütler, hedeflerini gerçekleştirmek için insanlarca oluşturulmuş sosyal araçlardır (klasik yönetim kuramı)
Kültür, paylaşılan semboller ve anlamlar sistemidir. Sembolik eylem ise, anlaşılabilmesi için deşifre edilmeyi ve yorumlamayı gerektirir (Geertz-sembolik antropoloji)	Örgütsel sembolizm	Örgütler, sembolik söylemlerdir. Paylaşılan anlam ve gerçekleri ifade eden sembollerden oluşur (sembolik örgüt kuramı)

Çizelge 2.4.- devam

Kültür, paylaşılan bir bilgi sistemi olup insan zihni, belli kurallar kapsamında kültürü üretir (Goodenough-etnosience)	Örgütsel biliş	Örgütler, bilgi sistemleri olup üyelerini çeşitli düzeylerde paylaştıkları öznel anlamlar şebekesidir (bilişsel örgüt kuramı)
Kültür, uyum sağlayıcı ve düzenleyici bir mekanizma olarak sosyal yapılar içindeki bireyleri bütünleştirir (Radcliffe-Brown/Yapısal işlevselcilik)	Kurumsal/ortak kültür	Örgütler, içinde yer aldıkları çevreyle karşılıklı değişim ve etkileşim sürecinde uyum sağlayıcı organizmalardır (olumsal örgüt kuramı)
Kültür, insanını evrensel olan bilinçaltı yapısının bir yansımasıdır (Levi-Strauss/yapısalcılık)	Bilinçaltı süreçler ve örgüt	Örgütsel yapı ve uygulamalar bilinçaltı süreçlerinin bir yansımasıdır (transformasyonel örgüt kuramı)

Kaynak: Linda Smircich. (1983). Concepts of Culture and Organizational Analysis. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28 (3), s. 342.

Güney (2011) tarafından örgüt kültürünün özellikleri ise;

- i) örgüt kültürü, kendisini oluşturan unsurların bütüncül halidir. Bu unsurlar daha çok duygusaldır. Çünkü duygular ve düşünceler çalışanlara örgüt kültürü aracılığıyla aktarılabilen,
- ii) örgütün belli bir zaman aralığında etkileşiminden oluşan yazılı olmayan davranış biçimleridir. Yani örgüt kültürünün oluşumu bir süreçtir. Bu süreç sonucu oluşan örgüt kültürünü değiştirmek de zordur. Hatta zamana bağlı olarak örgüt kültürünün bütününde değil sadece normlar, değerler ve sembollerde değişiklik yapılabilen, şeklinde ifade edilmektedir.

Detert, Schroeder ve Mauriel' in (2000), organizasyon kültürü ile ilgili yaptıkları literatür taramasında organizasyon kültürü hakkında yapılan çalışmalarını derleyerek bu çalışma sonuçlarına göre bazı hususların öne çıktığı, kültürün genel boyutlarını ortaya koymuşlardır. Buna göre organizasyon kültürü çalışmalarının;

- gerçek ve rasyonalite temelli
- zaman ve zaman ufku doğasına sahip oluşu
- motivasyon
- değişim, yenilik ve kişisel gelişime karşı istikrarını koruyan
- iş, görev ve çalışanların birbiriyle oryantasyonu
- işbirliğine karşı izolasyon
- kontrol, koordinasyon ve sorumluluk
- oryantasyon ve iç ve/veya dış odaklılık

hususlarında toplandığını ifade etmektedirler.

Diğer yandan yönetim tarafından belirlenemediği ve bir strateji gibi kültür oluşturulmadığı fikrine odaklanan kültür kavramı, örgütün çalışma şekillerinin çalışanların kültürel unsurlarıyla birlikte incelenmesi ve bu unsurlara anlam verilmesidir (Allaire ve Firsirotu, 1984). Bir toplumda çoğunluğu oluşturan üyeler tarafından paylaşılan anlamlar ve değerler sistemi, düşünceler olan örgüt kültürünün gruplarının ve bireylerinin davranışları üzerinde güçlü bir etkisi vardır (O'Reilly, 1991).

Literatür tarandığında işletme kültürü, örgüt kültürü ve kurum kültürü gibi isimlendirmelerin çoğu zaman aynı anlamda kullanıldığı görülmektedir. Kurum kültürü kurum içinde kurumun üyelerine kurumsal kimlik duygusu kazandırarak üyelerin kurumla bütünleşmesini ve kuruma bağlılıklarını sağlar. Kültür, kimlik ve imaj bir organizasyonu tanımlayan ve birbirleri ile etkileşimi sonucu hizmet kalitesini belirleyen üç unsurdur (Hatch ve Schultz, 1997).

Schein (2004), örgüt kültürünün oluşumunu birbiriyle etkileşimli 3 seviyeye ayırır. Bunlar, organizasyonun görünür öğeleri olan dili, kullandığı teknoloji, ürünleri, giyim gibi somutlaşan tarzı, stili, duygusal yaklaşımları ve organizasyon hakkındaki hikayeler, yazılı kuralları, gözlemlenebilir ritüelleri, törenleri ve benzeri organizasyon yapı ve süreçleri kapsar. İkincisi benimsenmiş inançlar, stratejiler, amaçlar, felsefeler sonuncusu ise değerlerin eylemlerin altında yatan temel yaklaşımlar yani inanışlar algılar düşünceler ve hislerdir.

Corbett ve Rastrick' e (2000) göre organizasyon kültürü ve kalite arasındaki ilişki performansı etkilemekte, insana ve katılıma odaklı, amaçlar koymaya, planlar oluşturmaya istekli kendi hedeflerini belirleyen organizasyon üyelerinin değerli olduğu, yaratıcılığı başarılı görevleri ve bireysel gelişimi vurgulayan, çalışanları anlayan üyelerin olduğu insanlar arası olumlu ilişkilere önem veren organizasyonların hizmet kalitesinin artması beklenmektedir. Aynı zamanda üst yönetimin önderliğinde personel seçimi, eğitim, iş tasarımı, iş uygulamaları ve üst yönetim denetimini içeren yaklaşımlara kültür hareketliliğine göre odaklanmalı ve çeşitli kültürler arasında denge sağlanmalıdır.

Kültür, bireylerin davranışlarını ortak bir noktada tutma çabasıdır. İnsanlar bir yandan çevresel kültürel değerlerini, davranış biçimlerini öğrenirken, diğer yandan kişisel yetenekleri oranında öğrendiklerini zenginleştirirler. Gerek ekonomik gerek toplumsal etkinlik açısından örgütlere giren insanlar çevrenin özelliklerini taşımaktadırlar. Örgüt insan etkileşimi sonucu yerel kültürlerin etkisi toplumdan topluma farklılıklar göstermektedir. Kültürel farklılıklar, bireysellik, grupsal tavır ve hiyerarşi olarak ortaya çıkmaktadır. Bazı kültürler sıkı çalışmayı öne alırken, diğerleri yaşayabilecek kadar çalışmayı öğörebilmektedir.

Kimi kültürlerde kullanılan alan, kişiye özel bir biçimde algılanırken, kimi kültürlerde kamusaldır. Örneğin Japonlar topluluk içinde yaşamaya önem verirken, Amerikalılar genel olarak daha bireyci ve bağımsızdırlar. Bu noktada belirtilmesi gereken husus ise yerel kültürler, teknolojiye de katkıyla evrensel kültürün öğelerini eskiye oranla daha geniş ölçüde içermektedir. Buna rağmen yerel kültürler arasındaki farklılıklar sürmektedir. Bir örgütte çalışan insanın evrensel olduğu ileri sürülen örgüt ve yönetim kuramları altında nasıl bir performans ortaya koyacağı önemli bir olgudur. Başka bir kültürün insanını verimli yapan, onu çalışmaya özendirilen yöntem ve ilkelerin, farklı bir kültürde aynı etkiyi gösterip gösteremeyeceği araştırmalarla tespit edilmelidir (Sargut, 2001).

Kurumda görevli bireyler benzer kültürün üyeleri iseler, işlerin yürütülmesi daha kolay ve daha uyumlu olabilecektir. Ancak, bireyler arasında kültür birliği yoksa ya da zıt kültürlerin varlığı durumunda ise örgüt içi uyumun sağlanması gereklidir. Bu bağlamda yöneticiler çalışanları iyi tanımalı ve onları örgüt amaçlarına göre yönlendirmelidir.

1980 yılı sonrasında Emniyet Teşkilatı' nın kurumsal kültüründe bazı yaklaşımlar üzerinde durulmaya başlanmıştır. Bunlardan biri halkın güven ve desteğini artıran ISO standartları kapsamında uygulanan Kalite Yönetim Sistemidir. Bir diğeri süreçlerin yeniden yapılandırılması bağlamında polis yetiştiren eğitim kurumlarına giriş şartları zorlaştırılmış, modern polislik anlayışına geçilmiştir. Bu noktada suç ile mücadelede halkın desteği önem kazanmıştır. Bir başka yaklaşım olan **kıyaslama (Benchmarking)** ile Emniyet Teşkilatı başka ülke polisleri ile kendisini karşılaştırarak gelişimine katkıda bulunabilecek projeler oluşturmaktadır. Kurumsal kültürü açıklayan yeni yaklaşımlardan biri olan **yönetişim** ile personelin karar alma süreçlerinde etkinliğini artırıcı uygulamalar başlatılmış olup halk ve diğer kurum ve/veya kuruluşlarla iletişim kurarak projeler oluşturulmaya başlanılmıştır (Bahar, 2008).

Türk Polis Teşkilatının kurumsal kültürünü ast-üst ilişkilerini, davranış biçimlerini düzenleyen hiyerarşik yapı kuralları da dahil kendi görev alanını ilgilendiren çeşitli kanun, genelge, yönetmelik, tüzük ile Avrupa Birliği normları oluşturmaktadır. Bu kapsamda Avrupa Birliği standartlarına uyum sağlamak adına Anayasa, Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu, Türk Ceza Kanunu, Ceza Muhakemesi Kanunu gibi çeşitli yasa hükümlerinde değişikliklere gidilmiştir.

Avrupa Birliği, üye ülkelerin bir anlamda ulusal yetkilerinin bir kısmını bir teşkilat kontrolünde kullanması, istikrara dayalı birleşik bir Avrupa'nın yaratılması ve ortak politikalar oluşturulması hareketidir. Türkiye, 1963 tarihli Ankara Antlaşmasını imzalayarak Avrupa Birliği ile ortaklık kurarak tam üyelik için bir takım yükümlülükleri yerine getirmeyi taahhüt etmiştir. Bu süreç devam ederken 1993 yılında Kopenhag'ta yapılan Avrupa Konseyi zirvesinde belirlenen Kopenhag Kriterleri birliğe katılmak isteyen aday ülkelerin üyelik görüşmelerine başlamak için koşul olarak belirlenmiştir. Kopenhag kriterleri ile aday ülkelere istenen söz konusu kriterler;

- Demokrasi
- Hukukun üstünlüğü
- İnsan Hakları
- Azınlıkların haklarının korunması
- İşleyen bir piyasa ekonomisi
- Birlik içindeki piyasa güçleri ve rekabet ile baş edebilme

- Birlik ve aday ülkelerin yeni üyeleri benimseme kapasitesi olarak sıralanmaktadır (Acar, 2001).

Avrupa Birliği uyum sürecinde kurumsal kültür oluşumunda bireysel ve toplumsal ilişkilerin temelindeki değerler, normlar ve kurallar bütünü, aynı zamanda iyi-kötü veya doğru-yanlış olarak nitelendirildiği ahlaki boyutuyla davranış ve eylemlerin önemi vurgulanmaktadır. Kolluk görevlilerinin kendi bireysel çıkarları ile kamu yararı ve emniyet teşkilatının çıkarları arasında dengeyi sağlaması gerekmektedir. Dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda genel kurallar oluşturan ve yeni mesleğe başlayanlardan halen çalışanlara kadar tüm mensuplarının hükümlerini öğrenerek uygulaması noktasında Emniyet Teşkilatı 2007 yılında polisin amaçlarını, niteliklerini, eğitimini, haklarını ve görevini icra ederken uygulama ve müdahalelerinde rehberlik edecek tavsiyeler içeren Avrupa Polis Etiğini kullanmaktadır. Bu anlamda amir ve memur yetiştiren eğitim kurumlarında zorunlu ders olarak meslek etiği dersi verilmektedir (http://www.tedmer.org.tr/akademik_makaleler/Kolluk_Hizmetleri_ve_Etik.pdf, 09.03.2015).

Türk Polis Teşkilatından, aynı zamanda kurumsal kültürünü oluşturan değerlerden olan görev bilinci, işkence ve kötü muameleden kaçınma, profesyonellik, hoşgörü, kişi hak ve özgürlüklerine saygı, özel hayata saygı, görev yaparken tarafsız olma, hukuka uygun davranma, toplum destekli polislik anlayışını benimseme, proaktif olma gibi değerlere sahip olması beklenmektedir.

Emniyet Teşkilatının kurumsal kültürünü meydana getiren birçok unsur bulunmaktadır. Özellikle teşkilatta görevli personele bağlılık ve görev sorumluluğu bilinci verilmesi istenmektedir. Bu bağlamda yaptırım gücü olan ve dolayısıyla kurumsal kültürü meydana getiren değerlerin önemini vurgulayan, bu değerlerin personel tarafından dikkate alınmadığı durumlarda ve/veya hatalı benimsenerek uygulandığı durumlarda yapılacakları açıklayan 1979 tarihli Emniyet Örgütü Disiplin Tüzüğü mevcuttur. Anılan mevzuat hükümlerinde ast üst ilişkileri, vatandaş ile olan ilişkiler konusunda düzenlemeler açıkça ifade edilmektedir.

Kurum çalışanlarının birbirlerine karşı davranışları, hitap tarzları, çalışma istekleri, standart özelliklere sahip kıyafetlerinin olması, algılamaları kurumsal kültürü oluşturan unsurlar arasında sayılabilir. Waddington (1999), bir polis memuru görev yaparken aldığı kararlarda sahip olduğu meslek kültürünün etkisi altındadır.

Yani meslek kültürü var olan normları, değerleri ve davranış biçimleridir ve mesleğin mevcut kuralları, inançları ve uygulamaları içinde oluşur. Bu meslek kültürü oluşumu kurumun resmi kurallarına, prosedürlerine uygun olabileceği gibi mevcut uygulamaların, yapılması istenenlerin tersi de olabilmektedir.

Türk polisinin kültürü, değerleri ile ilgili az sayıda çalışma bulunmaktadır ve yapılmış olan çalışmaların da emniyet müdürlükleri seviyesinde kaldığı tüm teşkilat için genelleme yapılamadığı görülmektedir. Bu yapılan araştırmalardan elde edilen benzeri sonuçlara göre Çağlar (2000), Türk polisinin sahip olduğu değerleri şu şekilde sıralamıştır;

- Polislik mesleği suç ve suçlularla mücadele etmek, devleti korumak gibi halen geçerli olan toplumsal düzenin sürdürülmesi sağlamaya çalışan bir hizmet mesleğidir. Dolayısıyla meslekte çalışanlar farklı görüşlere sahip olsalar bile, hemen hemen bütün ülke polislerinde olduğu gibi mevcut duruma bağlı ve polisin geldiği sosyal sınıfın etkisiyle beraber önleme faaliyetleri gerçekleştirildiğinden bir süre sonra içgüdüsel olarak kollama düşüncesiyle muhafazakar, sabit fikirli olmaktadır.
- Mesleğin doğasında şüphencilik olduğu hatta makul şüphe kavramının polise görev veren kanunlarda da düzenlenmiş olduğu görülmektedir. Ancak polis evi, lojman, lokal gibi ortamlarda sosyalliği kendi içinde yaşayan teşkilat mensuplarının zamanla sivilleri potansiyel suçlu olarak değerlendirebilmekte veya bazı önyargılara sahip olabilmektedirler.
- Ayrıca bayan personel sayısı erkeklere oranla çok düşük olduğundan ağırlıklı çalışan personelden kaynaklanan değer yargılarının hakim olduğu ve erkek mesleği olarak algılanmaktadır.
- Geleneksel anlayış, polisliği suçlularla mücadele olarak sınırlandırmaktadır. Ancak günümüzde polis için suçla mücadele etmek önemli iken, suçun kaynakları ile de mücadele etmek önemlidir. Burada Emniyet Teşkilatı halkla, ilişkiler yaklaşımının halkla işbirliğine dönüştürüldüğü toplum destekli polislik hizmeti birimleri 2009 yılından beri 81 ilde faaliyet gösterdiğini belirtmekte fayda görülmektedir.

- Suçluyu yakalamak sadece polisin görevi değil herkesin sorumluluğunda olan, sosyal bir sorun olarak görülmesinin sağlanarak diğer resmi kurumlarla, sivil toplum kuruluşları ve halk ile işbirliği içerisinde suçu henüz oluşmadan önleme yani proaktif polislik imkanı sunan bir anlayıştır.
- Birçok ülke polisinde olduğu gibi ve askeri disipline benzer olan polis meslek içi hiyerarşisi gereği astın, kanunsuz emir vermesi hali dışında üste mutlak itaat, üniforma, görev ve yetkilerinin yasal çerçevesini belirleyen kanun, yönetmelik, yönerge, tüzük ve disiplin kurallarına uyulma zorunluluğu ve silah taşıma yetkisinin verdiği ciddiyet unsurlarından dolayı kendilerinin otoriter ve sert olmak zorunda olduklarını düşünmektedirler.
- Son olarak, polislerin birbirini kollama ve meslek içi dayanışma davranışlarını gösterdikleri ileri sürülebilir. Kurumsal kültürün iki önemli unsuru olan dayanışma ve sosyalleşme olguları Emniyet Teşkilatında göze çarpmaktadır. Dayanışmada eksiklik, hizmetin ağır ve hatalı bir şekilde yürütülmesine sebep olacağından ve bu durum sonucu telafisi güç olabilecek durumlar meydana gelebileceğinden kurumsal kültüründe dayanışma olgusu önemli olmakla birlikte,

dayanışma olgusu, teşkilatın genel yapısını belirleyen ve hizmetin ifa edilmesinde uyulması gereken kurallar ve ilişkiler bütünü tanımlamakta, çalışanların görev yaparken ortaya koyduğu inanç ve istekleri de sosyalleşme olgusunu ifade etmektedir. Örneğin görev esnasında meydana gelebilecek yaralanma ve ölüm durumlarında sorumluluğun birlikte paylaşılması ve yapılması gerekenler noktasında ortak hareket etme duygusu sosyalleşmenin göstergesidir.

2.1.3. Hofstede' in Kültürel Boyutlarının Emniyet Hizmetlerinde Hizmet Kalitesine İletişim Yönüyle Etkisi

Bu çalışma emniyet hizmetlerini sunan Türk polisinin kurum içi hizmet kalitesi ve hizmet performansını, imajını etkilemesi bakımından iletişimde etkili olduğu değerlendirilen güç mesafesi kültürel boyutu açısından ele alınmıştır.

Hofstede' in (1980) yapmış olduğu kültürlerle ilgili araştırmada yer alan kültürel boyutlardan biri olan güç mesafesi boyutunun yansıması olarak ortaya çıkan ve polis memurlarının üstü/amiri ile bir sorun/durum karşısında iletişim biçimini ortaya koymayı amaçlamakta ise de araştırma sonuçlarında yer alan kültürün diğer boyutlarının da güç mesafesi boyutu açısından değerlendirme yaparken göz önünde bulundurulmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bu başlık altında, yapılan kapsamlı kültürel çalışmanın sonuçlarından ortaya çıkan diğer kültürel boyutlardan bahsedilecektir.

2.1.3.1. Hofstede' in Kültürel Boyutları

1967-1973 yılları arasında Geert Hofstede, 116 bin IBM alışanı arasında gerçekleştirdiği araştırmasında kültürleri; bireycilik-toplumculuk, güç mesafesi, dişilik-erkeksilik ve belirsizlikten kaçınma olmak üzere 4 boyutta incelemiştir (Minkov ve Hofstede, 2012).

Daha sonra 2010 yılında Michael Minkov tarafından 93 ülkede uygulanan World Values Survey (WVS) sonuçlarına göre biri daha önce ortaya atılmış olduğu halde genişletilen anlamıyla olmak üzere toplam iki boyut daha eklenmiştir. Bu boyutlar uzun zaman oryantasyonluluk (long-term orientation) ve müsamahakar-itidalli olma (Indulgence versus restraint) boyutlarıdır (Dimensions of National Cultures, 22.02.2015).

Özellikle Avrupa Birliğine katılım hususunda uyum faaliyetleri içerisinde olan ülkemizin kültürel boyutlar bakımından diğer ülkeler ile kendi kıyaslamasını yapabilmesi gerekmektedir. Bu bakımdan izelge 2.5' de sunulan ve aralarında ülkemizin de yer aldığı kültürel boyutlara ait skorları incelediğimizde Türkiye' nin güç mesafesi boyutunun 66, bireycilik boyutunun 37, erkeksilik boyutunun 45, belirsizlikten kaçınma boyutunun ise 85 puan olduğu görülmektedir.

Türkiye' nin güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma boyutuna ait puanlarının, kültürel boyutlarına ait puanlar içerisinde ve diğer ülkelere ait kültürel boyut puanlarına göre nispeten daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu skora bakarak ülkemizin statüye önem veren ve belirsizliklerden hoşlanmayan, risk almayı sevmeyen bir kültür yapısına sahip olduğu şeklinde yorum yapılabilir.

Çizelge 2.5. Ülkelerin Kültürel Boyut Skorları

ÜLKE	PDI	IDV	MAS	UAI	LTO	IVR
Almanya	35	67	66	65	83	40
Amerika Birl. Dev.	40	91	62	46	26	68
Arap Ülkeleri	80	38	53	68	23	34
Arjantin	49	46	56	86	20	62
Avustralya	36	90	61	51	21	71
Avusturya	11	55	79	70	60	63
Brezilya	69	38	49	76	44	59
Bulgaristan	70	30	40	85	69	16
Çek Cumhuriyeti	57	58	57	74	70	29
Çin	80	20	66	30	87	24
Danimarka	18	74	16	23	35	70
Ekvator	78	8	63	67	-	-
Fas	70	46	53	68	14	25
Finlandiya	33	63	26	59	38	57
Fransa	68	71	43	86	63	48
Güney Kore	60	18	39	85	100	29
Hırvatistan	73	33	40	80	58	33
Hindistan	77	48	56	40	51	26
Hollanda	38	80	14	53	67	68
Hong Kong	68	25	57	29	61	17
İngiltere	35	89	66	35	51	69
İran	58	41	43	59	14	40
İrlanda	28	70	68	35	24	65
İspanya	57	51	42	86	48	44
İsrail	13	54	47	81	38	-
İtalya	50	76	70	75	61	30
Japonya	54	46	95	92	88	42
Kanada	39	80	52	48	36	68
Macaristan	46	80	88	82	58	31
Malezya	104	26	50	36	41	57
Malta	56	59	47	96	47	66
Meksika	81	30	69	82	24	97
Norveç	31	69	8	50	35	55
Polonya	68	60	64	93	38	29
Portekiz	63	27	31	104	28	33
Romanya	90	30	42	90	52	20
Rusya	93	39	36	95	81	20
Yunanistan	60	35	57	112	45	50
Türkiye	66	37	45	85	46	49

Not: PDI: Güç mesafesi (Power Distance), **IDV:** Bireysellik (Individualism), **UAI:** Riskten kaçınma (Uncertainty/Risk Avoidance), **MAS:** Maskülenlik-Feminenlik, **LTO:** Uzun Dönem Oryantasyonluluk (Long-term Orientation), **IVR:** Indulgence versus Restraint.

Kaynak: <http://geerthofstede.eu/dimension-data-matrix>

Dişilik-erkeksilik (Femininity-Masculinity): Bu kültürel boyut kapsamında bir toplumda materyalist değerler, kendine güven, bağımsızlık duygusu, yükselme tutkusu, yarışmacılık, egemen olma, dediğim dedik olma, saldırgan olma, baskıcı olma gibi değerler ön plana çıkmakta ve insana verilen önem ikinci sıradadır. Dişi kültürlerde ise insanlar arası ilişkilere ve insana verilen önemin yanı sıra, yaşamın genel niteliğini önde tutmak biçiminde ortaya çıkan değerler mevcuttur. Bir toplumun dişi olması durumunda şefkatli, merhametli, nazik, sadık, anlayışlı ve sıcak olmak değerleri öne çıkmaktadır (Sığırı ve Tıgılı, 2006).

Hofstede' in (1980) yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre kültürel yapı hakkında maskülenlik, erkeksilik kültürel boyutu için değerlendirme yapılabilmesi amacıyla skora bakıldığında Türkiye' nin 45 puanı olduğu görülmektedir. Avusturya' nın 79, İngiltere' nin 66, İtalya' nın 70 ve Japonya' nın 95 puan olduğu ülkelerle kıyaslandığında, ülkemize ait bu skor, maskülen bir toplum oluşumuzun kuvvetli bir göstergesi olarak değerlendirilememektedir.

Güç Mesafesi (Power distance) : Tüm toplumlarda güce sahip olanlar, hakimiyet alanlarını genişletmeye çalışırken güçsüz olanlar bu genişlemeye engel olmaya çalışmaktadırlar. Güçlü olanların/yönetenlerin egemenliğini genişletmedikleri ve yönetilenlerin/güçsüzlerin karşı durmadığı noktanın düzeyi güç mesafesini tanımlamaktadır (Doğan, 2012).

Nispeten daha güçsüz olan bireylerin gücün eşit olarak dağıtıldığına inanmamaları veya eşitsizlikleri kolayca kabullenebilme derecesidir. Güç mesafesi yüksek olan toplumlarda insanların kendilerine bir yer edinmeleri ve güçlü görünmeleri için statü ve saygı önemlidir. Düşük güç mesafesine sahip toplumlarda güçlü insanlar kendilerini daha düşük güçte göstermeye çalışırlar. Öyle ki güç mesafesi yüksek toplumlarda çalışanlar yöneticilerinin oluşturduğu yapı/düzene uyarlar ve harekete geçme konusunda insiyatif almak yerine yöneticilerinden direktif, komut beklerler (De Mooij ve Hofstede, 2002).

Bütün toplumlarda eşitsizlik olmasına ve bazı kesimlerin diğerlerinden fazla güce sahip olmasına rağmen eşitsizlik seviyesi toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Güç mesafesi yüksek olan toplumlarda güç merkezleşmektedir. Çalışanlar yöneticilerin oluşturdukları kurallara uyarlar. Diğer yandan düşük güç mesafesi olan kültürlerde bireyler merkeziyetçilik yerine en azından karar verme aşamasında kendisine danışılmasını beklerler (Rodrigues, 1998). Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlardaki organizasyonlarda, ast ile üst arasındaki iletişim yukarıdan aşağıya şeklindedir. Dolayısıyla güç mesafesi yüksek organizasyonlarda yatay iletişim ile aşağıdan yukarıya iletişimin daha az olduğu görülmektedir.

Chow ve diğerleri (2006), güç mesafesi yüksek organizasyonlarda çalışanların her yapılması isteneni kabul ederek yetki ve sorumluluk almaktan kaçındıklarını ifade etmektedirler. Güç mesafesi boyutu, Hofstede (1980) tarafından yapılan araştırmada incelenen ülkeler açısından değerlendirildiğinde; güç mesafesi skorlarının diğer ülkelere göre nispeten daha yüksek olan Meksika, Fransa, Brezilya ve Hong Kong gibi ülkeler arasında Türkiye' nin de yer aldığını görmekteyiz.

Türk halkı, çatışma durumlarında uyuşmacı stratejiler izleyen, belirsizlikten kaçınan, rekabet yerine uzlaşmacı tavırlar içerisindedir ve Türkiye'nin ana ticaret ortaklarından Almanya, İngiltere, İtalya ve İspanya gibi ülkelerle arasında atılganlık (assertiveness), performans odaklılık (performance orientation) ve cinsiyet eşitliği (gender egalitarianism) konusunda önemli farklılıklar vardır (Koç, 2010).

Toplumun kültürel özelliklerini temsil eden, insanların birbirleriyle etkileşim halinde olduğu aile, işyeri ve okullarda güç mesafesi boyutuna göre değer yargılarının değiştiği bazı yaklaşım biçimleri ile düşünsel özellikler incelenmelidir.

Aşağıda Şekil 2.4.' de sunulan ve güç mesafesinin düşük ve yüksek olduğu kültürlerin sahip olduğu toplumsal değerler incelendiğinde, güç mesafesi boyutu yüksek olan toplumlar ile güç mesafesi düşük olan toplumlar arasındaki öne çıkan normlar daha iyi anlaşılacaktır.

Güç Mesafesi Düşük Toplular	Güç Mesafesi Yüksek Toplular
Gücün kullanılması yasal olmalıdır ve iyi-kötü kriterlerine tabidir	Toplumun temelini yasal olmasa da güç oluşturur
Aileler çocuklarına eşit davranırlar	Aileler çocuklarına itaati öğretirler
Yaşlı/olgun bireyler ne korkulandır ne de saygı duyulandır	Yaşlı/olgun bireylerden hem korkulmakta hem de saygı duyulmaktadır
Öğrenci/öğrenen merkezli eğitim	Öğretmen/öğretici merkezli eğitim
Hiyerarşi demek kolayca kurulan ve eşitsiz dağılan roller demektir	Hiyerarşi, varoluş eşitsizliği anlamına gelmektedir
Astların danışılma beklentisi vardır	Astlarda ne yapılacağıının söylenmesi beklentisi vardır
Temelinde çoğunluğun oyu ve barışçıl değişim olan çoğulcu yönetimler	Otokratik yönetimler
Gelir dağılımı neredeyse eşit	Gelir dağılımı eşit değildir

Şekil 2.4. Düşük-Yüksek Güç Mesafesi Olan Toplular Arasındaki Farklar.

Kaynak: Geert Hofstede. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), s.9 dan uyarlanmıştır.

Bireycilik-toplumculuk (Individualism-Collectivism): Hofstede' in bu kültürel boyutu çerçevesinde yüksek bireycilik eğilimi olan toplumların özellikleri;

- ben bilinci
- kendisine dönük olmak,
- "kimlik" bireyin özelliklerine bağlı
- kişi duygusal açıdan örgüt ve kurumlardan bağımsız,
- gelişim ve başarı isteği, liderlik

- herkesin özel yaşam ve farklı görüş hakkı var,
- bireysel mali güvenlik önemli, özerklik
- bireysel kararlar
- eşitlik

olarak sıralanmaktadır. Bireyci toplumlarda bireyin çıkarları toplum çıkarlarının önündedir. Toplumcu yaklaşımda ise topluluk tarafından desteklenen, kurallara göre davranma, normlar ve değerler önemli, örgüte bağlı olma isteği vardır. Değer ölçüleri bireyin grup üyesi olup olmamasına göre değişir (Sargut, 1994).

Hofstede' in (1980) araştırmasına göre Türkiye' nin bireysellik olarak adlandırılan kültürel boyutuna ait puanı 37 dir. Bireysellik kültürel boyutu çerçevesinde, ülkemiz ile benzer özellikler gösteren ülkeler arasında; 18 puanı olan Güney Kore' nin, 25 puanı olan Hong Kong' un ve 39 puanı olan Rusya' nın olduğu görülmektedir. Bireysellik puanı düşük olan kültürler için toplumcu özellik gösterdiği yorumu yapılabildiğinden, ülkemizin toplumcu bir yaklaşım gösterdiği sonucuna varılabilir.

Belirsizlikten Kaçınma (Uncertainty/ Risk Avoidance): Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda insanlar duygusal, güvenlik arayışında olan ve hoşgörüsü az olan bireylerdir. Belirsizlikten kaçınma eğilimi düşük toplumlar ise daha az duygusal, belirsizliğe karşı toleransı yüksek ve risk alabilen özelliktedirler (Attia ve diğerleri, 1999).

Belirsizlikten kaçınma boyutu yönetim felsefesini etkilemektedir. Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda yöneticiler yapılandırılmış organizasyonu, yerleşmiş kuralları, düşük personel devir oranını ve görev odaklı olmayı tercih ederler (Banai ve diğerleri, 1999).

Bu kültürel boyut açısından Hofstede' in (1980) çalışması incelendiğinde Türkiye' nin belirsizlikten kaçınma kültürel boyutunun puanı, 85 puan olarak görülmekte ve bu skor ülkemizin diğer üç kültürel boyutuna ait puanlarına göre en yüksek olanıdır. Bu durumda Türk insanının risk almayı sevmediği dolayısıyla girişimcilik konusunda çekingen davrandığı söylenebilir. Ayrıca ülkemiz Güney Kore, İspanya, Japonya, Meksika, Polonya, Portekiz ve Rusya gibi belirsizlikten kaçınma boyutunun puanı yüksek olan ülkeler arasında yer almaktadır. Bu ülkelere ait puanlar ise sırasıyla 85, 86, 92, 82, 93, 104 ve 95' tir.

Uzun Zaman Oryantasyonluluk (Long-Term Orientation): Hofstede ve Bond (1988), dört kültür boyutuna “confucian dynamism” adında beşinci bir boyut eklemiştir. Bu boyutun 1965 ve 1985 yılları arasındaki sürede zengin veya fakir olan toplam 23 ülkenin ekonomik büyümesi ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmış ve sonuçların en başında Hong Kong, Tayvan, Japonya ve Güney Kore yer almaktadır. Başlangıçta “confucian dynamism” denilen “long-term orientation” boyutu diğer dört boyutun kapsamadığı Asya kültürlerinin özelliklerini ifade etmektedir (Ardichvili, 2001).

Kısa Vadeli Yönlendirme (Short-Term Orientation)	Uzun Vadeli Yönlendirme (Long-Term Orientation)
Hayatta en önemli olaylar ya geçmişte kalmıştır ya da şimdi olacaktır.	Hayatta en önemli olaylar gelecekte olacaktır.
İyi bir birey her zaman kararlı ve istikrarlıdır.	İyi bir birey koşullara adapte olur.
İyi ve kötünün ne olduğu konusunda evrensel kurallar vardır.	Neyin iyi neyin kötü olduğu duruma göre değişir.
Gelenekler kutsaldır.	Gelenekler değişen koşullara uyarlanır.
Aile hayatında bir takım zorunluluklar vardır.	Aile hayatında görev paylaşımı esastır.
Birinin ülkesiyle gurur duyması gerekli.	Diğer ülkelerden öğrenmeye çalışmak.
Başkalarına hizmet önemlidir.	Tasarruf ve azim önemli amaçlardır.
Sosyal harcamalar ve tüketim.	Yatırım için büyük tasarruf fonları mevcuttur.
Öğrencilerin başarı ve başarısızlığı şansa ilgilidir.	Öğrencilerin başarı ve başarısızlığı gösterdikleri çaba ile ilgilidir.
Yoksul ülkelerin ekonomik büyümesi ya yoktur ya da yavaştır.	Belli bir refah seviyesine kadar ülkelerin ekonomik büyümesi hızlıdır.

Şekil 2.5. Karşılaştırmalı Kısa Vadeli Yönlendirme ve Uzun Vadeli Yönlendirme.

Kaynak: Geert Hofstede. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model İn Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), s.15.

Kültürleri birbirinden ayıran kültürel boyutlardan, değişkenlerden biri de zaman algısıdır. Toplumun zaman kavramını algılayışı insanlar arasındaki ilişkileri, alınacak kararları etkilemektedir. Şekil 2.5.' de kısa dönem ve uzun dönem oryantasyonlu toplumlar arasındaki bazı temel farklar kısaca gösterilmektedir.

Indulgence versus Restraint (IVR): Literatür taramasında tam Türkçe karşılığı bulunamadığından bu kültürel boyut açıklama yapılırken kavram olarak İngilizce adı ile verilecektir. Yani kültürel boyutlardan altıncısı "Indulgence versus Restraint" olarak açıklanmaya çalışılacaktır.

Toplam 93 ülkede uygulanan araştırma sonuçlarına göre; "Indulgence" temelinde haz ve hayattan zevk almak, eğlenmek ile ilgili doğal insan ihtiyaçlarının nispeten serbest olduğu bir toplumu ifade etmektedir. "Restraint" ise haz ihtiyaçlarının kontrol edildiği ve sıkı sosyal normlar aracılığıyla düzenlenen bir toplumu ifade etmektedir (Indulgence versus Restraint (IND), 22.02.15).

Aşağıda verilen Şekil 2.6., Indulgence versus Restraint kültürel boyutuna ait puanları yüksek olan ülkelerin/toplumların sahip olduğu özellikler hakkında fikir vermektedir.

Indulgence	Restrained
Kendilerini çok mutlu sayan insanların oranı yüksek	Çok mutlu insan daha az
Kişisel yaşam kontrol algısı	Kişinin başına gelenler kendisine bağlı değil (çaresizlik algısı)
İfade özgürlüğü önemlidir	İfade özgürlüğü birincil öncelikli değildir

Şekil 2.6. - devam

Fırsatlar/serbestlik çok önemlidir	Düşük önemlidir
Pozitif duygular göz önünde bulundurmamak daha muhtemeldir	Daha az muhtemeldir
Eğitilmiş nüfusu olan ülkelerde, yüksek doğum oranları	Eğitilmiş nüfusu olan ülkelerde, düşük doğum oranları
Aktif olarak spor yapan daha fazla insan	Aktif olarak spor yapan daha az insan
Obezite olan insan oranı daha yüksek	Obezite olan insan oranı daha düşük
Zengin ülkelerde, daha esnek mahremiyet kuralları mevcut	Zengin ülkelerde, daha sıkı mahremiyet kuralları mevcut
Düzeni sağlamak çok önemli değil	Nüfusa göre polis oranı yüksektir

Şekil 2.6. Indulgent ve Restrained Topluluklar Arasındaki Farklar.

Kaynak: Geert Hofstede. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model In Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), s.16.

2.2. İlgili Araştırmalar

Kamu hizmeti sunan emniyet, sağlık, eğitim gibi hizmet sektörlerini kapsayan çeşitli kurumlarda görev yapan personelin ast üst iletişimleri boyutunu bu araştırmanın konusu ile ilişkilendirilebilecek bazı çalışmalar aşağıda sunulmuştur.

Polatoğlu (1988), tarafından yapılan ve ast üst arasındaki iletişimi konu alan araştırmada 3 bakanlığın merkez teşkilatlarında ve 7 ilde merkeze bağlı bulunan taşra teşkilatlarında görevli toplam 374 kamu görevlisine anket uygulanmıştır. Bu bakanlıkların merkez teşkilatlarında üst kademe genel müdür ve genel müdür yardımcılarını alt kademe ise şube müdürleri oluşturmaktadır. Taşra teşkilatlarında ise vali ve vali yardımcılarını üst kademe, merkez kuruluşların il şube müdürleri ise alt kademe temsil etmektedir. Söz konusu araştırmanın bulgularında, bir kurumda

ast üst iletişiminin önemli olduğu ve çalıştığı birimde herhangi bir sorunla karşılaşan astın bu durumu üstüne iletişim biçiminin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Çünkü üstün bir probleme çözüm üretebilmesi için haberi olmalıdır. Bu haberi üst yöneticisine iletecek olan astın/çalışanın iletişim/iletme biçimi önemlidir. Bunun yanı sıra çalışanın/astın, üstünün bilgili, nitelikli ve güvenilir olduğuna inanması da bir sorunu haber veren ast için önemlidir. Araştırma bulgularına göre bir kurumda ast üst iletişimini etkileyen üç unsur ileri sürülmektedir. Bunlardan ilki ast ve üst arasındaki toplumsal ilişkilerin düzeyi, ikincisi üstün iletişim sürecindeki tutum ve davranışları, üçüncüsü ise astların üstüne karşı duyduğu saygı ve güven duygularıdır.

Dağ' ın (2002) Polis Dergisinde yayınlanan "Örgütlerde İletişimin Önemi, Etkin İletişimin Engelleri ile Giderilmesi Yolları ve Emniyet Örgütünden Örnekler" makalesinde, Ankara Emniyet Müdürlüğünde görev yapan toplam 441 personele anket uygulanmıştır. Ast ve üst iletişimi hakkında veriler ortaya koymaya çalışılan araştırma sonuçlarına göre, üstler emri altında çalışan personel ile %87,8 oranında yüz yüze iletişim kurmaktadır. Göreve dair polis memurlarının görüşlerini üstlerine aktarma şekli %59,7 oranında doğrudan, %30,2 oranında görüş sorulduğunda ve toplantı yapıldığına %7,9 dur. Araştırmacı, bu sonuçlara bakarak hizmet kalitesini, verimi etkileyeceğinden, polis memurlarının görüşlerini doğrudan aktarma oranının nispeten düşük olduğunu değerlendirmiştir.

Kiely ve Peek (2002) tarafından İngiltere Polis Teşkilatında 1992 yılı Mayıs ayı ile 1994 yılı Aralık ayları süresince yapılan araştırmada, polis memurlarının tutumları bağlamında kalite ve hizmet kalitesi algılamaları araştırılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre statüler arasındaki ilişkiler ve kişilerarası iletişimin resmi olduğu, bürokratik sürecin etkili karar almayı aksattığı, örgütün içe dönük ve kendini korumacı bir havasının olduğu belirlenmiştir. Polislerin tutumları üzerinde etkileşim ise yeni katılan polisin, teşkilatın değerlerini günlük ortalama 8 saati aynı ekip aracında geçirdiği, birlikte sosyalleştiği, birlikte yemek yediği, kendisinden deneyimli olan diğer polisleri izleyerek işlerin nasıl yapıldığını öğrenmesi yoluyla gerçekleşmektedir.

Böylece genç memurlar eski işe yaramayan veya alışlageldiği için uygulanan değerleri de toplayıp sorgulamadan uygulamayı sürdürebilmektedirler. Araştırmadan elde edilen bulgulardan hizmetin kaliteli sunumunda zaman yetersizliği öne çıkmaktadır. Bu noktada polis memurlarının kendilerini yeterli görüp görmeyişi, bazı

görevlerin dikkat gerektirmesi, fiziksel ve insan gücü kaynaklarının yetersizliği kalite üzerinde baskı yapan unsurlardır. Yani polis karşıtı olanlar, saldırganlar, sarhoş veya uyuşturucu madde etkisi altında olanlar gibi insan tipleri hizmette kaliteli olmayı zorlaştırmaktadır.

Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde kayıtlı olan Salih Akyürek' in 2001 yılında hazırladığı "Türk Silahlı Kuvvetlerinde Güç Mesafesi ve İletişime Etkisi" isimli yüksek lisans tezi kapsamında Kara Kuvvetlerinde görevli toplam 447 personele uygulanan 33 sorudan oluşan anket verilerine göre, kurumda görevli personelin güç mesafesi algısı orta düzeyde değerlendirilmektedir. Ayrıca, güç mesafesi ve iletişimde mesaj şeklinin öne geçmesi arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Yani mesajın söyleniş biçiminin ortam, yüz ifadeleri gibi değişkenlere bağlı olarak oluştuğu ileri sürülmektedir.

Kaya (2007), Türkiye' de bulunan 45 kamu kuruluşu ve 112 özel sektör kuruluşu üzerinde yaptığı örgütsel kültür analizi araştırmasının sonuçlarına göre, kamu kuruluşları özel sektörde faaliyet gösteren kuruluşlara göre daha hiyerarşik ve bürokratik bir yapıya sahiptir.

Yağbasan ve Şiş (2006) tarafından Elazığ il merkezinde bulunan, kamu hizmeti sunan Köy Hizmetleri, Bayındırlık ve Devlet Su İşleri Bölge Müdürlükleri çalışanlarına yönelik ast üst iletişimi ile ilgili ast bakış açısını ortaya koyan üstlerin dahil edilmediği araştırmalarında çalışanların, kendilerini ilgilendiren kararlarda amirlerinin empatik olmadıklarını düşündükleri, amirlerin tutum ve davranışlarının performanslarını etkilediği, kurumlarında iletişim ve danışmanlık hizmetinin verilmesinin uygun olacağını değerlendirdikleri ortaya çıkmıştır.

Karatepe (2004), Malatya Emniyet Müdürlüğü personeline yönelik yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre, kurum içi iletişim ile vatandaşın şikayet ve önerilerini dinleme düzeyi arasında bir ilişki vardır. Personelin birbiriyle ve üstleriyle olan iletişimindeki bozukluk çalışma ortamına yansımakta ruh halini etkilemekte ve dolayısıyla vatandaşa karşı hoşgörülü ve sabırlı olma ihtimali azalarak tahammülsüzlük gösterebilmektedirler.

Şahin (2007), "Türk Kamu Yönetiminde Yönetiş İletişim ve Bu Konuda Düzenlenen Bir Anket Çalışmasının Sonuçları" makalesinde, Konya ilinde bulunan sağlık kuruluşlarında görev yapan 45 yönetici ve doktor, hemşire, memurdan oluşan

147 personeli örneklem olarak yönetsel iletişimin biçimini ve boyutlarını tespit etmeye çalışmıştır. Buna göre kurum imajı için etkili bir kurum içi iletişim gerekliliği ortadadır. Kurum içi iletişimi yönlendiren yöneticilerin ise dinleme alışkanlıklarının artırılması, astların duygu ve düşüncelerini öğrenmeye çalışmaları ihtiyacı araştırmanın bulguları içerisindedir.

Özcan ve diğerleri (2014) tarafından, öğretim elemanı ve yöneticilerin hangi güç kaynaklarını kullandığı ve bu kullanılan kaynakların kurum kültürünü nasıl etkilediğini ortaya koymak için 2011-2012 yılı bahar dönemi öğretim yılında 7 devlet üniversitesinin eğitim fakültelerinde görevli toplam 20 öğretim elemanı ile bir araştırma yapılmıştır.

Elde edilen verilerin analizinde, öğretim elemanları ve yöneticilerin iletişim ve yönetim becerilerinin yetersizliğinde dolayı zaman zaman kurumda kargaşaya sebep oldukları, çalışanları yeterince motive edemedikleri, çalışanların karar verme sürecine katılımının çoğu zaman sağlanmadığı ve yöneticilerin kurallar koyarak bürokratik kültür oluşturmaya çalıştıkları görülmüştür.

Yaman ve Irmak tarafından, 2010 yılında “Yöneticiler ve Öğretmenler Arasındaki Güç Mesafesi” makalesinde, nitel araştırma yöntemi kullanılarak güç mesafesi olgusunun altında yatan sebepleri anlamaya çalışmak üzere İstanbul ilinde bulunan iki lisede görevli 14 öğretmen ile mülakat yapılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulguların yorumuna göre öğretmenler, yöneticileri ile aralarındaki iletişimi anlayışlı olarak nitelendirmekte ve kendi görüşlerini kolayca söyleyebildiklerini ifade ederken araştırmaya katılan bazı öğretmenler ise idarenin zaman zaman gücünü hissettirmeye çalıştığını ancak genel itibarıyla otoritenin varlığını hissetmediklerini belirtmişlerdir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, evreni ve örnekleme belirtilmiştir. Sonrasında, veri toplama araç ve teknikleri ile veri toplama sürecinde elde edilen verilerin istatistiksel analizleri sunulmuştur.

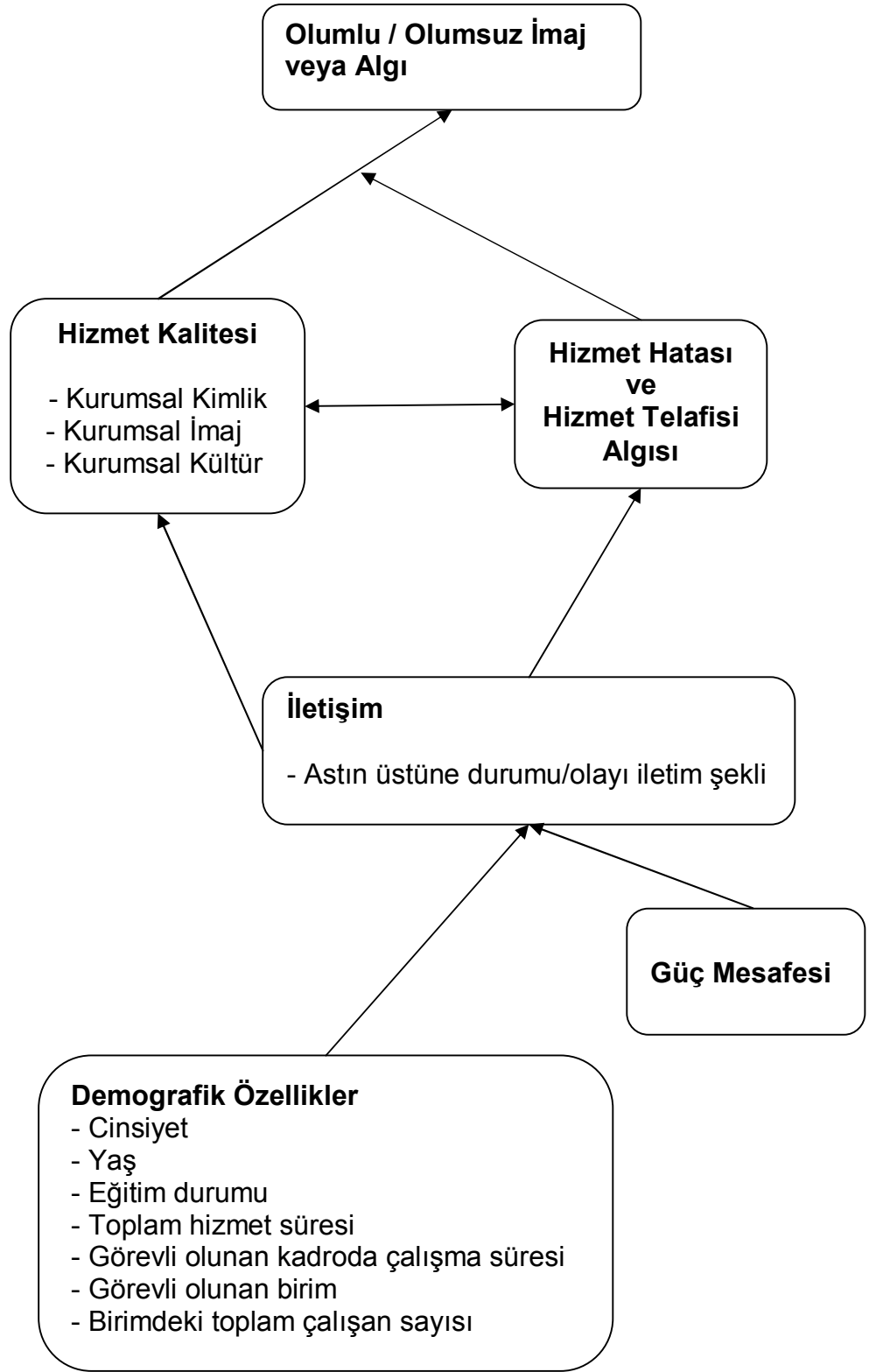
3.1. Araştırma Modeli

Seyidoğlu (2009), bilimsel araştırma türlerini nedensellik bakımından sınıflandırmış ve tümevarımcı yaklaşımı temsil eden, anket, gözlem ve örnekleme yoluyla ana kütlenin ilgilenilen özelliklerini gösteren araştırmaları, tanıtıcı araştırmalar çatısı altında toplamıştır.

Bu bağlamda yapılan literatür taraması doğrultusunda, araştırma sorularını cevaplamaya yönelik, toplanan verilerden yeni hipotezler ya da kuram üretilen tümevarımcı araştırma modeli kullanılmıştır (Balcı, 2013). İnsan kaynakları yönetimde, çalışanların belirgin özelliklerinin ortaya çıkarılması, iletişim biçimlerinin ve etkileşimlerinin hizmet verimine etkisini ölçmede sıkça kullanılan senaryoya dayalı gözlem yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırma modeli, emniyet hizmetlerinde iletişimin, astın üstüne durumu/olayı iletim şekli, kültürel yapının boyutu olan güç mesafesi boyutu kapsamında, teşkilatın faaliyetleri sırasında meydana gelebilecek hizmet hatası durumunda, hizmet telafisine ve emniyet hizmetlerinde hizmet kalitesine dolayısıyla polis imajına/algısına etkisini incelemeye yöneliktir.

Araştırma modeli kapsamında öncelikle astın/polis memurunun üstüne/amirine bir durumu/olayı iletişim biçimi ile yaş, cinsiyet, eğitim durumu, toplam hizmet süresi ve araştırma sırasında görevli olunan il merkezinde toplam çalışma süresi, birimi, birimdeki toplam çalışan polis memuru sayısı değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiştir.



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmada evren, emniyet hizmetlerinde (Polis Teşkilatı) halen Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ İl Emniyet Müdürlüklerinde görev yapmakta olan polis memurları iken diğer illerde görev yapan polis memurlarına anket uygulanamamış olması araştırmanın sonuçlarının tüm Polis Teşkilatı için genellenebilirliği açısından sınırlılık yaratmaktadır.

06 Aralık 2014 tarihinde Emniyet Genel Müdürlüğünden alınan anket uygulaması izin onayının ardından, 15 Aralık 2014 ve 15 Ocak 2015 tarihleri arasında gönüllülük esasına dayalı olan kolayda örnekleme ile toplamda 416 yanıtlanmış anket formu elde edilmiş ve yapılan değerlendirmeler sonrasında 412 tanesi geçerli kabul edilip, analize tabi tutulmuştur. Katılımcı polis memurlarının yaklaşık %83' ü erkektir. Bu oran, polislik mesleğinin erkek ağırlıklı yapısı göz önüne alındığında makuldür.

3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Veri toplama aracı olarak 2 adet senaryodan oluşan anket formu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket toplam on soru ve iki bölümden oluşmaktadır. Giriş kısmında anketin ne amaçla hazırlandığı belirtilmiştir. Araştırma kapsamında ilk sekiz soru katılımcıların cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, hizmet süresi, çalıştığı birim gibi soruların yer aldığı demografik bilgiler içeren kısımdır.

Anketin ikinci bölümünü ise senaryolu iki soru oluşurmaktadır. Bu bölümdeki soruların taslakları hazırlanırken daha önce benzer konuda araştırma yapmış olan Koç' un (2013) anketinden faydalanılmıştır. Polis memurlarının karşılaştıkları bir sorun karşısında durumu üstlerine iletiş biçimlerine ait ifadelerin yer aldığı iki senaryonun yer aldığı sorular yöneltmiştir.

Ankete katılan polis memurlarının görev yaparken karşılaşabilecekleri, bir vatandaşın kendi açısından mağduriyetini anlatırken polis memurunun bu durumu üstüne iletiş biçimini örneklendiren iki senaryodan oluşan iki soru ve her bir soru için açık ve net kelimelerden oluşan yardım cümleleri, dolaylı yoldan anlatan

kelimelerden oluşan yardım cümleleri ve olumsuz kelimelerden oluşan cümleler ifade eden üç seçenek hazırlanmıştır.

06 Aralık 2014 tarihinde Emniyet Genel Müdürlüğünden alınan anket uygulaması izin onayının ardından, 15 Aralık 2014 ve 15 Ocak 2015 tarihleri arasında gönüllülük esasına dayalı olan kolayda örnekleme ile toplamda 416 yanıtlanmış anket formu elde edilmiş ve yapılan değerlendirmeler sonrasında 412 tanesi geçerli kabul edilip, analize tabi tutulmuştur.

3.4. Verilerin Toplama Süreci

Uygulamanın ana kümesini Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ İl Emniyet Müdürlüklerinde görevli polis memurları oluşturmaktadır. Yapılan anket çalışmasının sağlıklı olması açısından anketler araştırmacı tarafından polis memurlarına tek tek dağıtılarak ve görev yoğunluğu nedeniyle ulaşılamayan birimlere daha sonra alınmak üzere dağıtılmak suretiyle doldurtulmuştur.

06 Aralık 2014 tarihinde Emniyet Genel Müdürlüğünden alınan anket uygulaması izin onayının ardından, 15 Aralık 2014 ve 15 Ocak 2015 tarihleri arasında gönüllülük esasına dayalı olan kolayda örnekleme ile toplamda 416 yanıtlanmış anket formu elde edilmiş ve yapılan değerlendirmeler sonrasında 412 tanesi geçerli kabul edilip, analize tabi tutulmuştur.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma sonucu elde edilen 412 anket bilgisayar ortamına aktarılmış ve SPSS programı kullanılarak analize tabi tutulmuştur.

Yapılan çalışmada veriler arasındaki farklılık ve ilişkileri tespit edebilmek için parametrik ve parametrik olmayan testlerden yararlanılmıştır. Bu hususta Bağımsız t-testi, Korelasyon Analizi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Ki-kare testi kullanılmıştır. Araştırma verilerine ait değişkenlerin kategorik olmasından dolayı ki-kare testi verileri araştırmada kullanılmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen bulgular ve bulgulara ait yorumlar sunulmuştur.

4.1. Anket Katılımcılarının Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Anket formunu dolduran polis memurlarının demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları Çizelge 4.1.' de sunulmuştur.

Çizelge 4.1. Demografik Özelliklere Ait Frekans Dağılımları - 1

Yaş	Frekans	Yüzde (%)
19 – 23	37	9
24 – 30	102	24,8
31 – 40	147	35,7
41 – 50	114	27,7
51 – 60	12	2,9
Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Bayan	69	16,7
Erkek	343	83,3
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde (%)
Ortaokul	1	0,2
Lise	25	6,1
Yüksekokul	206	50
Fakülte	169	41
Yüksek Lisans	11	2,7

Çizelge 4.1.- devam

Emniyet Hizmetlerinde Çalışma Süresi	Frekans	Yüzde (%)
1 yıla kadar	21	5,1
2 – 4 yıl arası	118	28,6
5 – 7 yıl arası	22	5,3
8 – 10 yıl arası	29	7
10 yıldan fazla	222	53,9

Ankete katılanların yaş dağılımına bakıldığında 31-40 yaş aralığındaki katılımcı polis memurlarının (%35,7) en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Onu 41-50 yaş aralığındaki polis memurları (%27,7) izlemektedir.

Belirtilen yaş aralıklarının oranının yüksek olmasında 19-30 yaş aralığında bir polis memurunun işe başladıktan ortalama 2-5 yıl arasında şark hizmetini tamamlamak üzere doğu ve güneydoğu illerine gönderilmesinin etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Eğitim durumuna bakıldığında ise 375 kişi ile (%91) yüksekokul ve fakülte mezunlarının çoğunluğa sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca Polis Teşkilatının daha etkin ve kaliteli hizmet verebilmesi amacıyla polis memurlarının eğitimi konusunda yapılan değişiklikler devam etmektedir. Özellikle polis okulunu bitiren adayların göreve başlamaları için sınava girmeleri koşulunun yürürlüğe girmesi ile emniyet teşkilatında nitelikli çalışan sayısının artmasına katkı sağlanabilecektir. Katılımcı polis memurlarının cinsiyet dağılımında erkek polis memurları (%83,3) iken bayan polis memurları (%16,7) dir.

Polis memurlarının Emniyet Teşkilatında tamamlamış olduğu toplam hizmet sürelerine bakıldığında en düşük 1 yıla kadar (%5,1) görev yapanların olduğu, 2-4 yıl arası görev yapanları ise 118 kişiyi (%28,6) oluşturduğu görülmektedir. 5-7 yıl arası görev yapanların sayısı 22 (%5,3), 8-10 yıl arası görev yapanların sayısı 29 (%7) ve en yüksek oranda 222 kişi ile (%53,9) 10 yıldan fazla görev yapanların yer aldığı göze çarpmaktadır. Bu sonuçlara göre katılımcı polis memurlarının 10 yıldan fazla ve 2-4 yıl arasında hizmet sürelerinde çoğunluk göstermeleri, şark hizmetini

tamamlayan ve dönen ya da şark hizmetini henüz yapmamış mesleğe yeni girmiş polis memuru profili ile paralellik göstermektedir.

Çizelge 4.2. Demografik Özelliklere Ait Frekans Dağılımları - 2

İl Emniyet Müdürlüğü Kadrosunda Çalışma Süresi	Frekans	Yüzde (%)
1 yıla kadar	64	15,5
2-4 yıl arası	181	43,9
5-7 yıl arası	68	16,5
8-10 yıl arası	49	11,9
10 yıldan fazla	50	12,1
Görev Yaptığınız Birimdeki Çalışan Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
2-4	19	4,6
5-10	69	16,7
11-19	38	9,2
20-30	52	12,6
30-40	7	1,7
40-50	103	25
50 den fazla	124	30,1

Ankete katılan polis memurlarının şu anda görev yaptıkları İl Emniyet Müdürlüğü kadrosunda çalışma süresine bakıldığında 2-4 yıl arası (%43,9) görev yapanların çoğunlukta olduğu ve İl Merkezlerinde çevik kuvvet, asayiş, polis merkezi gibi birimlerin çalışan sayısının çok ve genç personel olması, uygulanan anketleri bu çoğunluğun doldurması sebebiyle bu oranın yüksek çıktığı söylenebilir. Anketi cevaplayanlardan 1 yıla kadar çalışma süresi olan 64 kişi (%15,5), 5-7 yıl arası çalışma süresi olan 68 kişi (%16,5), 8-10 yıl arası çalışma süresi olan 49 kişi (%11,9), 10 yıldan fazla çalışma süresi olan 50 kişi (%12,1) dir.

Halen görev yaptığı birimdeki toplam çalışan polis memuru sayısına bakıldığında 124 kişi (%30,1) ile 50 den fazla çalışan ve 103 kişi (%25) ile 40-50

çalışan sayısında yoğunlaşma olduğu, anketlerin sadece iş yükünü karşılayabilecek oranda ilçelerdeki teşkilat yapısına kıyasla her birimde daha fazla personel çalıştırılan birimlerin olduğu İl Emniyet Müdürlüklerinde uygulandığı göz önüne alındığında bu yoğunlaşmanın doğal bir sonuç olduğu düşünülmektedir.

Ankete katılan polis memurlarının çalıştığı birimdeki toplam çalışan sayısı 2-4 kişi olan 19 (%4,6), 5-10 kişi olan 69 (%16,7), 11-19 kişi olan 38 (%9,2), 20-30 kişi olan 52(%12,6) ve 30-40 kişi olan 7 (%1,7) dir.

Çizelge 4.3. Demografik Özelliklere Ait Frekans Dağılımları - 3

Görev Yaptığınız Birim	Frekans	Yüzde (%)
Asayiş	40	9,7
Basın ve Halkla İlişkiler/Özel Kalem	5	1,2
Belge Yönetimi	5	1,2
Bilgi İşlem	5	1,2
Bölge Trafik	41	10
Çevik kuvvet	35	8,5
Çocuk	5	1,2
Eğitim	3	0,7
Güvenlik	11	2,7
Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele	31	7,5
Koordinasyon ve Harekat	10	2,4
Koruma	17	4,1
Lojistik	6	1,5
Muhabere Elektronik	18	4,4
Olay Yeri İnceleme ve Kimlik Tespit	6	1,5
Özel Güvenlik	5	1,2
Özel Harekat	9	2,2
Pasaport	7	1,7
Personel	7	1,7
Polis Evi	5	1,2

Çizelge 4.3.- devam

Polis Merkezi	53	12,9
Siber Suçlarla Mücadele	9	2,2
Silah ve Patlayıcı Maddeler	4	1
Sosyal Hizmetler	6	1,5
Terörle Mücadele	11	2,7
Toplum Destekli	8	1,9
Trafik Tescil ve Denetleme	35	8,5
Diğer	15	3,6

Araştırmaya katılan polis memurlarının halen görev yaptıkları birime bakıldığında en yüksek oranlar kendi içinde azalana doğru sıralandığında Polis Merkezi 53 kişi (%12,9), Bölge Trafik 41 kişi (%10), Asayiş 40 kişi (%9,7), Trafik Tescil ve Denetleme 35 kişi (%8,5), Çevik Kuvvet 35 kişi (%8,5), Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele 31 kişi (%7,5) olarak çizelgede görülmektedir.

Diğer katılımcı polis memurlarına ait birimler ise 18 kişi ile (%4,4) Muhabere Elektronik, 17 kişi ile (%4,1) Koruma, 15 kişi ile (%3,6) Diğer (Hukuk İşleri, Yabancılar gibi), 11 kişi ile (%2,7) Terörle Mücadele, 11 kişi ile (%2,7) Güvenlik, 10 kişi ile (%2,4) Koordinasyon ve Harekat, 9 kişi ile (%2,2) Özel Harekat, 9 kişi ile (%2,2) Siber Suçlarla Mücadele, 8 kişi ile (%1,9) Toplum Destekli, 7 kişi ile (%1,7) Pasaport, 7 kişi ile (%1,7) Personel, 6 kişi ile (%1,5) Sosyal Hizmetler, 6 kişi ile (%1,5) Olay Yeri İnceleme ve Kimlik Tespit, 6 kişi ile (%1,5) Lojistik ve her biri 5 kişi ile (%7,1) Basın ve Halkla İlişkiler, Belge Yönetimi, Bilgi İşlem, Çocuk, Özel Güvenlik, Polis Evi, 4 kişi ile (%1) Silah ve Patlayıcı Maddeler, 3 kişi ile (%0,7) Eğitimidir.

4.2. Anket Katılımcılarının Senaryolu Sorulara Verdiği Cevaplara İlişkin Bulgular

Ankete katılan polis memurlarının görev yaparken karşılaşılabilecekleri, bir vatandaşın kendi açısından mağduriyetini anlatırken polis memurunun bu durumu üstüne iletişim biçimini örneklendiren iki senaryodan oluşan iki soru ve her bir soru için açık ve net kelimelerden oluşan yardım cümleleri, dolaylı yoldan anlatan

kelimelerden oluşan yardım cümleleri ve olumsuz kelimelerden oluşan cümleler ifade eden üç seçenek hazırlanmıştır.

Ankette yer alan Senaryo 1: “155 Polis ihbar hattını arayan bir vatandaş sessiz ve sakin olan mahallelerine uyuşturucu madde kullanmak için gelen gençlerin olduğunu, daha önce de aradığında gelen polis ekipleri gittikten sonra yine bu gençlerin mahallelerine geldiklerini şu anda maddenin etkisiyle oturanları rahatsız edip korku saldıklarını ve sokağa çıkamadıklarını söylüyor.” şeklindedir.

Katılımcı polis memurlarından bu senaryo için seçmeleri istenilen yanıtlar ise;

İfade 1: “Bu ihbar neredeyse her gün geliyor ve ihbar geldiği gibi yönlendirilen ekip gittiğinde, madde kullanan veya kullanmış kimseyi bulamıyor. Bu vatandaş yabancı gördüğü herkesin uyuşturucu kullandığını düşünüp arıyor ihbar hattını oyalıyor.”

İfade 2: “İhbar geldiğinde yönlendirilen ekip gittiğinde uyuşturucu kullanan veya kullanmış olan kimseyi bulamamakla beraber ekiplerin gün içinde verilen adresi ziyaret etmesi uygun olabilir.”

İfade 3: “Bu ihbar neredeyse her gün geldiği için siz de uygun görürseniz, bir ekibimizi verilen adreste sabit beklemek üzere hemen yönlendirelim.”

Anket sorularından ikincisi olan Senaryo 2 ise “X Emniyet Müdürlüğünün Y şubesi tarafından yürütülen bir soruşturma kapsamında yapılan operasyon sonucu yakalanan 7 kişiden 1 i hakkında “Kullanmak için Uyuşturucu veya Uyarıcı Madde Satın Almak, Kabul Etmek Veya Bulundurmak Ya Da Uyuşturucu veya Uyarıcı Madde Kullanmak” suçundan işlem yapılacak ve alınacak ifadesinin ardından salıverilecektir. Söz konusu şahıs biletinin olduğunu ve 00.00 saatinde hareket edecek olan otobüse yetişmesi gerektiğini söylemektedir.”

Bu senaryoya ait seçeneklerden İfade 1: “Uygun görürseniz hepsinin ifadesi alınsın, ekip doktor raporlarını toplu şekilde alsın sonra serbest kalır. Uyuşturucu madde kullanıyor beklesin hem belki bu ona ders olur.”

İfade 2: “Yetişmesi gereken otobüsü varmış. Zaten alınacak ifadesinin ardından serbest bırakılacak diğerlerinden önce ifadesini alıp gönderelim mi ?”

İfade 3: “Uygun görürseniz önce onun ifadesini alalım, işlemleri bitince de serbest bırakalım.” cümlesidir.

Anket verilerine göre Senaryo 1 için en yüksek oran 289 kişi ile (%70,1) ifade 2 cevabı olup ifade 3 cevabını verenlerin 102 kişi (%24,8) ve ifade 1 cevabını verenlerin 21 kişi (%5,1) olduğu Çizelge 4.4’ de görülmektedir.

Senaryo 2 için en yüksek orandan azalana göre sıralama yapıldığında en yüksek oran 187 kişi ile (%45,4) ifade 3 cevabı, 144 kişi ile (%35) ifade 2 ve 81 kişi ile (%19,7) ifade 1 cevabıdır.

Çizelge 4.4. Senaryolu Soruların Cevaplarına Ait Frekanslar

Senaryo 1	Frekans	Yüzde (%)
İfade 1	21	5,1
İfade 2	289	70,1
İfade 3	102	24,8
Senaryo 2	Frekans	Yüzde (%)
İfade 1	81	19,7
İfade 2	144	35
İfade 3	187	45,4

Ankette yer alan iki senaryo sorusuna verilen cevapların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, çalışılan birim, hizmet süresi gibi değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğinin ortaya konması için yapılan analizler sonucu en sağlıklı verilerin ki-

kare testi ile elde edileceği ve değişkenlerin kategorik olduğu sonucuna varılarak ki-kare testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.5. Cinsiyet ile Senaryo 1 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 1			Toplam	χ^2	Sd	P
			İfade 1	İfade 2	İfade 3				
Cinsiyet	Bayan	f	1	46	22	69	4,007	2	0,135
		%	1,4	66,7	31,9	100			
	Erkek	f	20	243	80	343			
		%	5,8	70,8	23,3	100			
Toplam		f	21	289	102	412			
		%	5,1	70,1	24,8	100			

Senaryo 1 için en yüksek orana sahip İfade 2: “İhbar geldiğinde yönlendirilen ekip gittiğinde uyuşturucu kullanan veya kullanmış olan kimseyi bulamamakla beraber ekiplerin gün içinde verilen adresi ziyaret etmesi uygun olabilir.” seçeneğini işaretleyen bayan polis memuru 46 kişi (%66,7) ve erkek polis memuru 243 kişi (%70,8) olup yapılan ki-kare testi sonucu p değeri 0,135 ($0,135 > 0,05$) olduğu için verilen cevapların cinsiyete göre farklılık göstermediği saptanmıştır.

Aynı şekilde Senaryo 2 için verilen cevapların cinsiyet yönünden bir farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için ki-kare testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.6. Cinsiyet ile Senaryo 2 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 2			Toplam	χ^2	Sd	P
			İfade 1	İfade 2	İfade 3				
Cinsiyet	Bayan	f	13	24	32	69	0,047	2	0,977
		%	18,8	34,8	46,4	100			
	Erkek	f	68	120	155	343			
		%	19,8	35,0	45,2	100			
Toplam		f	81	144	187	412			
		%	19,7	35,0	45,4	100			

Senaryo 2 için en yüksek orana sahip İfade 3: “Uygun görürseniz önce onun ifadesini alalım, işlemleri bitince de serbest bırakalım.” yanıtını veren bayan polis memuru 32 kişi (%46,4) ve erkek polis memuru 155 kişi (%45,2) dir. P değeri 0,977 (0,977 > 0,05) olduğu için verilen cevaplar cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

Bu sonuçlar, Koç (2013) yapmış olduğu araştırmanın sonuçları ile paralellik göstermemektedir. Öyle ki İngiliz ve Türk çalışanlar arasında yapılan araştırmada Türk ve bayan katılımcıların erkeklere göre daha dolaylı nispeten yumuşak cümleler ile iletişim kurdukları ileri sürülmektedir.

Bunun sebebinin sağlık, eğitim gibi diğer meslek gruplarında görevli bir doktorun, öğretmenin bakış açılarının farklı olduğu bilinmekle beraber polislik mesleğinin penceresinden gördüğü ve zaten sayıca düşük olan görevli bayanların da cinsiyet ayrımına göre değil polis bakış açısıyla olaylara/durumlara göre davranış sergiledikleri söylenebilir.

Çizelge 4.7. Yaş ile Senaryo 1 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 1			Toplam	χ^2	Sd	P	
			İfade 1	İfade 2	İfade 3					
Yaş	19-23	f	2	25	10	37	6,233	8	0,621	
		%	5,4	67,6	27	100				
	24-30	f	4	69	29	102				
		%	3,9	67,6	28,4	100				
	31-40	f	11	107	29	147				
		%	7,5	72,8	19,7	100				
	41-50	f	3	80	31	114				
		%	2,6	70,2	27,2	100				
	51-60	f	1	8	3	12				
		%	8,3	66,7	25	100				
	Toplam		f	21	289	102				412
			%	5,1	70,1	24,8				100

Araştırmamızda Senaryo 1 sorusuna en yüksek oranda verilen cevap olan ifade 2: “İhbar geldiğinde yönlendirilen ekip gittiğinde uyuşturucu kullanan veya kullanmış olan kimseyi bulamamakla beraber ekiplerin gün içinde verilen adresi ziyaret etmesi uygun olabilir.” seçeneğini işaretleyenlerin yaş aralığına bakıldığında 107 kişi (%72,8) ile 31-40 yaş aralığındaki polis memurlarıdır. Yapılan test sonucu p değeri 0,621 (0,621 > 0,05) olduğu için senaryo 1 ile yaş arasında bir anlamlılık tespit edilememiştir.

Nitekim Koç (2013) çalışmasında katılımcının yaşı ile Senaryo 1 ve Senaryo 2 için verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edememiştir. Dolayısıyla bu araştırmadaki bulgular, Senaryo 1 için elde edilen sonuç ile örtüşmektedir. Senaryo 2 ile yaş arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına bakılmış ve sonuçlara göre p değeri 0,027 (0,027 < 0,05) elde edildiğinden yaş ile Senaryo 2 arasında bir ilişki vardır.

Çizelge 4.8. Yaş ile Senaryo 2 arasındaki ilişki

Gruplar		Senaryo 2			Toplam	χ^2	Sd	P		
		İfade 1	İfade 2	İfade 3						
Yaş	19-23	f	7	14	16	37	17,26	8	0,027	
		%	18,9	37,8	43,2	100				
	24-30	f	24	37	41	102				
		%	23,5	36,3	40,2	100				
	31-40	f	32	53	62	147				
		%	21,8	36,1	42,2	100				
	41-50	f	12	38	64	114				
		%	10,5	33,3	56,1	100				
	51-60	f	6	2	4	12				
		%	50	16,7	33,3	100				
	Toplam		f	81	144	187				412
			%	19,7	35	45,4				100

Çizelge 4.8. incelendiğinde 51-60 yaş aralığındaki katılımcı polis memurlarının %50 oranında İfade 1 yani “Uygun görürseniz hepsinin ifadesi alınsın ekip doktor

raporlarını toplu şekilde alsın sonra serbest kalır. Uyuşturucu madde kullanıyor beklesin hem belki bu ona ders olur” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir.

Ankette yer alan ifade 1 seçeneği her ne kadar olumsuz bir üsluba işaret ettiği değerlendirilmekte ise de bu seçeneği işaretleyen yoğunluğun olduğu yaş grubundaki polis memurlarının ülkemizin sorunu haline gelmeye başladığı uyuşturucu madde kullanımına karşı hassas oldukları ve bir anlamda kendi çocuklarının kullanıcılar yüzünden zarar görebilecekleri kaygısını taşıdıkları ve duyarlılıkla hareket ettikleri için cevap verdikleri değerlendirilmektedir.

Bir diğer değişken olan eğitim durumu ile Senaryo 1 ve Senaryo 2 sorularına verilen cevaplar arasında bir ilişki olup olmadığının anlaşılması açısından yapılan ki-kare testine ait sonuçlar Çizelge 4.9. ile Çizelge 4.10’ da görülmektedir. Buna göre;

Senaryo 1 cevaplarını eğitim durumuna göre incelemek için yapılan test sonucu p değeri 0,260 (>0,05) bulunmuştur. Yani eğitim durumunun Senaryo 1 üzerinde bir etkisinin olmadığı saptanmıştır.

Çizelge 4.9. Eğitim Durumu ile Senaryo 1 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 1			Toplam	χ^2	Sd	P	
			İfade 1	İfade 2	İfade 3					
Eğitim Durumu	Ortaokul	f	0	1	0	1	10,06	8	0,260	
		%	0	100	0	100				
	Lise	f	1	15	9	25				
		%	4	60	36	100				
	Yüksek okul	f	13	143	50	206				
		%	6,3	69,4	24,3	100				
	Fakülte	f	5	125	39	169				
		%	3	74	23,1	100				
	Yüksek Lisans	f	2	5	4	11				
		%	18,2	45,5	36,4	100				
	Toplam		f	21	289	102				412
			%	5,1	70,1	24,8				100

Yine ki-kare testi sonucu p değeri 0,258 (>0,05) olduğu için Senaryo 2 cevaplarının da eğitim durumuna göre farklılık göstermediği saptanmıştır.

Çizelge 4.10. Eğitim Durumu ile Senaryo 2 arasındaki ilişki

Gruplar		Senaryo 2			Toplam	χ^2	Sd	P		
		İfade 1	İfade 2	İfade 3						
Eğitim Durumu	Ortaokul	f	1	0	0	1	10,10	8	0,258	
		%	100	0	0	100				
	Lise	f	3	8	14	25				
		%	12	32	56	100				
	Yüksek okul	f	46	65	95	206				
		%	22,3	31,6	46,1	100				
	Fakülte	f	28	66	75	169				
		%	16,6	39,1	44,4	100				
	Yüksek Lisans	f	3	5	3	11				
		%	27,3	45,5	27,3	100				
	Toplam		f	81	144	187				412
			%	19,7	35,0	45,4				100

Araştırmanın alanyazın bölümünde değinildiği üzere teşkilat yapısı gereği sivil hayattan uzak sayılabilecek, polislik eğitimi alan sahada çalışan polis memurları, bir durum/olay ile karşılaştıkları zaman aldığı polislik eğitimine ve kurum kültürüne göre hareket etmektedirler.

Bu bakımdan nitelikli çalışan gerekliliği açısından eğitim seviyesi arttıkça personeli geliştireceği gerçeği göz önünde bulundurularak görev yaparken mevzuata ve almış olduğu polislik eğitime göre hareket edeceği, araştırma bulgularını desteklemektedir.

Ayrıca bu bulguları destekleyen bir başka araştırma, Akyürek (2001) tarafından hiyerarşik yapıya sahip bir devlet kurumu ile yapılarak, öğrenim durumuna göre güç mesafesi algısının değişmediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre, hiyerarşik bir yapısı olan polisin de öğrenim durumuna göre güç mesafesi algısı değişmemektedir yorumu yapılabilir. Sonuç olarak, yukarıda da izah

edildiği gibi Türk Polis Teşkilatı' nın uymak zorunda olduğu mevzuatı ve kurumsal kültürü iş ve işleyiş üzerinde etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Çizelge 4.11. Toplam Çalışma Yılı ile Senaryo 1 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 1			Toplam	χ^2	Sd	P
			İfade1	İfade2	İfade3				
Toplam Hizmet	1 yıla kadar	f	1	14	6	21	1,39	8	0,994
		%	4,8	66,7	28,6	100			
	2-4 yıl	f	6	81	31	118			
		%	5,1	68,6	26,3	100			
	5-7 yıl	f	1	17	4	22			
		%	4,5	77,3	18,2	100			
	8-10 yıl	f	1	22	6	29			
		%	3,4	75,9	20,7	100			
	10 yıl üzeri	f	12	155	55	222			
		%	5,4	69,8	24,8	100			
Toplam		f	21	289	102	412			
		%	5,1	70,1	24,8	100			

Araştırmaya en fazla 10 yıl ve üzeri hizmet süresi olan polis memurlarının katıldığı Çizelge 4.11.' den anlaşılmakta olup p değeri 0,994 (>0,05) olduğu için polis memurlarının meslekte doldurmuş oldukları toplam hizmet sürelerine göre Senaryo 1' de farklılık yoktur.

Yine yapılan analizde Çizelge 4.12.' de p değeri 0,779 (>0,05) olduğu için ankete katılan polis memurlarının meslekte doldurmuş oldukları toplam hizmet süreleri/mesleki tecrübeleriyle Senaryo 2 arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Koç (2013) tarafından yapılmış olan çalışma sonuçlarından anlaşıldığı üzere mesleki tecrübe/toplam çalışma süresi iletişim biçimini etkilememektedir. Yani polis memurunun iletişim kurarken seçtiği cümleler ile meslekte doldurmuş olduğu toplam hizmet süresi arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Çizelge 4.12. Toplam Çalışma Yılı ile Senaryo 2 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 2			Toplam	χ^2	Sd	P	
			İfade1	İfade2	İfade3					
Toplam Hizmet	1 yıla kadar	f	5	7	9	21	4,79	8	0,779	
		%	23,8	33,3	42,9	100				
	2-4 yıl	f	26	44	48	118				
		%	22	37,3	40,7	100				
	5-7 yıl	f	5	6	11	22				
		%	22,7	27,3	50	100				
	8-10 yıl	f	7	12	10	29				
		%	24,1	41,4	34,5	100				
	10 yıl üzeri	f	38	75	109	222				
		%	17,1	33,8	49,1	100				
	Toplam		f	81	144	187				412
			%	19,7	35	45,4				100

Araştırmamıza katılan polis memurlarının şu anda çalıştıkları İl Emniyet Müdürlüğü kadrosunda tamamladıkları çalışma süresi ile senaryo 1 arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (p değeri 0,868 > 0,05).

Çizelge 4.13. Halen Görev Yapılan İl Emniyet Müdürlüğü Kadrosunda Çalışma Süresi ile Senaryo1 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 1			Toplam	χ^2	Sd	P
			İfade 1	İfade 2	İfade 3				
Tamamlanan Çalışma Süresi	1 yıla kadar	f	4	44	16	64	3,87	8	0,868
		%	6,3	68,8	25	100			
	2-4 yıl	f	10	121	50	181			
		%	5,5	66,9	27,6	100			
	5-7 yıl	f	2	52	14	68			
		%	2,9	76,5	20,6	100			

Çizelge 4.13.-devam

	8-10	f	3	37	9	49			
	yıl	%	6,1	75,5	18,4	100			
	10 yıl	f	2	35	13	50			
	üzeri	%	4	70	26	100			
Toplam		f	21	289	102	412			
		%	5,1	70,1	24,8	100			

Aynı şekilde polis memurlarının şu anda çalıştıkları İl Emniyet Müdürlüğü kadrosunda tamamladıkları çalışma süresi ile Senaryo 2 arasında da anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (p değeri 0,521 > 0,05).

Çizelge 4.14. Halen Görev Yapılan İl Emniyet Müdürlüğü Kadrosunda Çalışma Süresi ile Senaryo 2 arasındaki ilişki

Gruplar		Senaryo 2			Toplam	χ^2	Sd	P		
		İfade 1	İfade 2	İfade 3						
	1 yıla	f	12	17	35					
	kadar	%	18,8	26,6	54,7				100	
Tamamlanan Çalışma Süresi	2-4	f	35	67	79	7,14	8	0,521		
	yıl	%	19,3	37	43,6				100	
	5-7	f	15	26	27				68	
	yıl	%	22,1	38,2	39,7				100	
	8-10	f	9	13	27				49	
	yıl	%	18,4	26,5	55,1				100	
	10 yıl	f	10	21	19				50	
	üzeri	%	20	42	38				100	
	Toplam		f	81	144				187	412
			%	19,7	35				45,4	100

Araştırmada elde edilen verilerin karşılaştırıldığı değişkenlerden olan birimde çalışan toplam polis memuru sayısının Senaryo 1 için verilen cevapları etkilemediği bulunmuştur. (p değeri 0,621 > 0,05)

Çizelge 4.15. Birimde alışan Toplam Polis Memuru Sayısı ile Senaryo1 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 1			Toplam	χ^2	Sd	P
			İfade 1	İfade 2	İfade 3				
Toplam alışan	2-4	f	1	15	3	19	9,94	12	0,621
		%	5,3	78,9	15,8	100			
	5-10	f	2	53	14	69			
		%	2,9	76,8	20,3	100			
	11-19	f	2	27	9	38			
		%	5,3	71,1	23,7	100			
	20-30	f	1	38	13	52			
		%	1,9	73,1	25	100			
	30-40	f	0	4	3	7			
		%	0	57,1	42,9	100			
	40-50	f	4	69	30	103			
		%	3,9	67	29,1	100			
	50 üzeri	f	11	83	30	124			
		%	8,9	66,9	24,2	100			
Toplam		f	21	289	102	412			
		%	5,1	70,1	24,8	100			

Birimde alışan toplam polis memuru sayısı Senaryo 1 için verilen cevapları etkilemediği halde, yapılan analiz sonucu p değeri 0,014 (<0,05) olduğu için Senaryo 2' nin birimdeki çalışan toplam polis memuru sayısına göre farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. Bu farkın branşlı çalışanları olan profesyonel hizmet sunan şubelerden kaynaklanıp kaynaklanmadığının anlaşılması açısından görev yapılan birim ile senaryolar ilişkilendirilerek sonuçlara bakılmıştır.

Çizelge 4.16. Birimde Çalışan Toplam Polis Memuru Sayısı ile Senaryo 2 arasındaki ilişki

Gruplar			Senaryo 2			Toplam	χ^2	Sd	P
			İfade 1	İfade 2	İfade 3				
Toplam Çalışan	2-4	f	2	8	9	19	25,16	12	0,014
		%	10,5	42,1	47,4	100			
	5-10	f	11	30	28	69			
		%	15,9	43,5	40,6	100			
	11-19	f	2	13	23	38			
		%	5,3	34,2	60,5	100			
	20-30	f	5	21	26	52			
		%	9,6	40,4	50	100			
	30-40	f	2	3	2	7			
		%	28,6	42,9	28,6	100			
	40-50	f	33	25	45	103			
		%	32	24,3	43,7	100			
	50 üzeri	f	26	44	54	124			
		%	21	35,5	43,5	100			
Toplam		f	81	144	187	412			
		%	19,7	35	45,4	100			

Ankete katılan bir polis memurunun görev yaptığı birim ile senaryo 1 için verilen cevaplar arasında bir ilginin olup olmadığını anlamak üzere ki-kare testi uygulanmıştır. Analizde, p değeri 0,001 (<0,05) bulunduğundan Senaryo 1 cevapları görev yapılan birime göre farklılık göstermektedir.

Senaryo 1 ile görev yapılan birim arasındaki ilişkinin sonuçları;

Asayiş Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 7 kişi (%17,5), İfade 2 cevabını veren 23 kişi (%57,5), İfade 3 cevabı 10 kişi (%25); Güvenlik Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 2 cevabını 9 kişi (%81,8), İfade 3 cevabını 2 kişi (%18,2) vermiş olup İfade 1 cevabını işaretleyen olmamıştır.

Çocuk Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan 5 kişi (%100) İfade 2 cevabını vermiştir. Belge Yönetimi Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan 4 kişi (%80) İfade 2 yi, 1 kişi (%20) ise İfade 3' ü işaretlemiştir.

Koruma Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını 1 kişi (%5,9), İfade 2 cevabını 11 kişi (64,7) ve İfade 3 cevabını 5 kişi (%29,4) vermiştir. Pasaport Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 2 cevabını veren 2 kişi (%28,6), İfade 3 cevabını veren 5 kişi (%71,4) dir.

Lojistik Şube Müdürlüğünün yanıtları, İfade 1 için 1 kişi (%16,7), İfade 2 için 4 kişi (%66,7) ve İfade 3 için 1 kişi (%16,7) dir. Sosyal Hizmetler Şube Müdürlüğünün sonuç dağılımına bakıldığında İfade 2 yi 6 kişi (%100) işaretlemiştir. Özel Güvenlik Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 2' yi seçen 1 kişi (%20), İfade 3' ü seçen 4 kişi (%80) dir. Basın Halkla İlişkiler/Özel Kalem biriminde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 1 kişi (%20), İfade 2 cevabını veren 3 kişi (%60), İfade 3 cevabını veren 1 kişi (%20) dir.

Trafik Tescil ve Denetleme Şube Müdürlüğü görevlilerinden 4 kişi (%11,4) İfade 1 seçeneğini, 19 kişi (%54,3) İfade 2 seçeneğini, 12 kişi (%34,3) İfade 3 seçeneğini işaretlemiştir. Koordinasyon ve Harekat Şube Müdürlüğünde görev yapanlar 10 kişi (%100) ile İfade 2 cevabını vermiştir. Bölge Trafik Denetleme Şube Müdürlüğü görevlilerinin cevapları, İfade 2 için 33 kişi (%80,5) ve İfade 3 için 8 kişi (%19,5) dir.

Silah ve Patlayıcı Maddeler Şube Müdürlüğünde çalışanların cevapları, İfade 1 için 1 kişi (%25), İfade 2 için 2 kişi (%50) ve İfade 3 için 1 kişi (%25) şeklindedir. Olay Yeri İnceleme ve Kimlik Tespit Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 1 kişi (%16,7), İfade 2 cevabını veren 4 kişi (%66,7), İfade 3 cevabını veren 1 kişi (%16,7) dir.

Siber Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğünde görev yapanların cevapları, 7 kişi (%77,8) ile İfade 2 ve 2 kişi (%22,2) ile İfade 3. Terörle Mücadele Şube Müdürlüğü görevlilerinden 9 kişi (%81,8) İfade 2 seçeneğini, 2 kişi (%18,2) İfade 3 seçeneğini işaretlemiştir.

Özel Harekat Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 2 cevabını veren 5 kişi (%55,6), İfade 3 cevabını veren 4 kişi (%44,4) dir. Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü

görevlileri 1 kişi (%20) ile İfade 1, 1 kişi (%20) ile İfade 2, 3 kişi (%60) İfade 3 yanıtını vermişlerdir.

Çevik Kuvvet Şube Müdürlüğü personelinden İfade 2 cevabını veren 20 kişi (%57,1), İfade 3 cevabını veren 15 kişi (%42,9) dir. Eğitim Şube Müdürlüğünde görev yapanların cevapları, 2 kişi (%66,7) ile İfade 2, 1 kişi (%33,3) ile İfade 3 yanıtıdır.

Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 3 kişi (%9,7), İfade 2 cevabını veren 24 kişi (%77,4), İfade 3 cevabını veren 4 kişi (%12,9) dir. Muhabere Elektronik Şube Müdürlüğü görevlileri, 16 kişi (%88,9) İfade 2 cevabını, 2 kişi (%11,1) İfade 3 cevabını vermiştir. Araştırmaya katılan 7 kişi (%100) ile Personel Şube Müdürlüğü görevlileri İfade 2 cevabını vermiştir. 5 kişi (%100) ile Polis Evi personeli İfade 2 cevabını vermiştir.

Polis Merkezinde görevli polis memurlarından 1 kişi (%1,9) İfade 1 cevabını, 37 kişi (%69,8) İfade 2 cevabını, 15 kişi (%28,3) İfade 3 cevabını vermiştir. Toplum Destekli birimindeki 8 görevli (%100) İfade 2 cevabını vermiştir. Diğer başlığı altında toplanan hukuk işleri, yabancılar gibi ankette yer almayan birimlerde görev yapan 12 kişi (%80) İfade 2 cevabını, 3 kişi (%20) İfade 3 cevabını vermiştir.

Senaryo 1 için verilen cevapların %70,1 oranında İfade 2: “İhbar geldiğinde yönlendirilen ekip gittiğinde uyuşturucu kullanan veya kullanmış olan kimseyi bulamamakla beraber ekiplerin gün içinde verilen adresi ziyaret etmesi uygun olabilir.” seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir. İfade 3: “Bu ihbar neredeyse her gün geldiği için siz de uygun görürseniz bir ekibimizi verilen adreste sabit beklemek üzere hemen yönlendirelim.” seçeneğinin ise 102 kişi ile %24,8 oranında İfade 2 den sonra çoğunluğu oluşturuyor olmasının sebebi olarak teşkilatta görev yapan personel sayısının yetersizliği gösterilebilir.

Nitekim Avrupa Birliği ülkelerinde bir polise düşen vatandaş sayısı 250 iken, ülkemizde bir polise 302 kişi düşmektedir. Aradaki bu açığı kapatmak için 35.000 polise ihtiyaç duyulmaktadır (Başbakanlık, Emniyet Teşkilatı Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Tasarısı, 2005). Bu nedenle sabit ekip bekletmenin şu anki mevcut şartlar gereği imkansız yakın oluşu İfade 3: “Bu ihbar neredeyse her gün geldiği için siz de uygun görürseniz bir ekibimizi verilen adreste sabit beklemek

üzere hemen yönlendirelim.” seçeneğinin tercih edilmemesine neden olduğu değerlendirilmektedir.

İfade 1: “Bu ihbar neredeyse her gün geliyor ve ihbar geldiği gibi yönlendirilen ekip gittiğinde madde kullanan veya kullanmış kimseyi bulamıyor. Bu vatandaş yabancı gördüğü herkesin uyuşturucu kullandığını düşünüp arıyor ihbar hattını oyalıyor.” ise 21 (%5,1) polis memuru tarafından işaretlenmesinin altında her ne kadar 155 ihbar hattına gelen tüm ihbarların asıllı veya asılsız olarak değerlendirilmesinin yasal zorunluluk olduğu ve aksi durumda görevi ihmal sayılacağı göz önünde bulundurularak, İzmir Emniyet Müdürlüğü hattına 2014 yılında gelen çağrılardan %53 ünün asılsız ve hattı meşgul eden ihbarların oluşu (<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/26911764.asp>, 25.02.2015) yine Antalya Emniyet Müdürlüğü hakkında 2011 yılında çıkan haberde, 155 hattına gelen ortalama 445 bin çağrıdan %84’ ünün polisin görev alanı dışında olduğu ve 68 bin ihbardan %20’ sinin de asılsız olduğu (<http://www.trthaber.com/haber/yasam/tupum-bitti-polis-imdat-855.html>, 25.02.2015) gibi örnekleri çoğalttığımızda bu araştırmaya katılan polis memurlarının İfade 1 için verdiği cevap oranı göz ardı edilebilir.

Ankete katılan bir polis memurunun görev yaptığı birim ile Senaryo 2 için verilen cevaplar arasında bir ilginin olup olmadığını anlamak üzere ki-kare testi uygulanmıştır.

Analizde, p değeri 0,000 (<0,05) bulunduğundan Senaryo 2 cevapları görev yapılan birime göre farklılık göstermektedir.

Senaryo 2 ile görev yapılan birim arasındaki ilişkinin sonuçları;

Asayiş Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 8 kişi (%20), İfade 2 cevabını veren 12 kişi (%30), İfade 3 cevabı 20 kişi (%50); Güvenlik Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 2 cevabını 5 kişi (%45,5), İfade 3 cevabını 6 kişi (%54,5) vermiş olup İfade 1 cevabını işaretleyen olmamıştır.

Çocuk Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan 2 kişi (%40) İfade 2 cevabını 3 kişi (%60) ise İfade 3 cevabını vermiştir. Belge Yönetimi Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan 3 kişi (%60) İfade 2’ yi, 2 kişi (%40) ise İfade 3’ ü işaretlemiştir. Koruma Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını 1 kişi (%5,9), İfade 2 cevabını 5 kişi (%29,4) ve İfade 3 cevabını 11 kişi (%64,7) vermiştir. Pasaport Şube

Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 2 cevabını veren 2 kişi (%28,6), İfade 3 cevabını veren 5 kişi (%71,4) dir.

Lojistik Şube Müdürlüğünün yanıtları, İfade 1 için 1 kişi (%16,7), İfade 2 için 1 kişi (%16,7) ve İfade 3 için 4 kişi (%66,7) dir. Sosyal Hizmetler Şube Müdürlüğünün sonuç dağılımına bakıldığında İfade 1' i 2 kişi (%33,3), İfade 2' yi 2 kişi (%33,3) ve İfade 3' ü 2 kişi (%33,3) işaretlemiştir.

Özel Güvenlik Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1' i seçen 1 kişi (%20), İfade 3' ü seçen 4 kişi (%80) dir. Basın Halkla İlişkiler/Özel Kalem biriminde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 3 kişi (%60), İfade 3 cevabını veren 2 kişi (%40) dir. Trafik Tescil ve Denetleme Şube Müdürlüğü görevlilerinden 11 kişi (%31,4) İfade 1 seçeneğini, 5 kişi (%14,3) İfade 2 seçeneğini, 19 kişi (%54,3) İfade 3 seçeneğini işaretlemiştir.

Koordinasyon ve Harekat Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan 5 kişi (%50) ile İfade 2 cevabını, 5 kişi (%50) ile İfade 3 cevabını vermişlerdir. Bölge Trafik Denetleme Şube Müdürlüğü görevlilerinin cevapları, İfade 1 için 20 kişi (%48,8), İfade 2 için 6 kişi (%14,6) ve İfade 3 için 15 kişi (%36,6) dir. Silah ve Patlayıcı Maddeler Şube Müdürlüğünde çalışanların cevapları, İfade 1 için 2 kişi (%50), İfade 3 için 2 kişi (%50) şeklindedir. Olay Yeri İnceleme ve Kimlik Tespit Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 1 kişi (%16,7), İfade 2 cevabını veren 2 kişi (%33,3), İfade 3 cevabını veren 3 kişi (%50) dir.

Siber Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğünde görev yapanların cevapları, 6 kişi (%66,7) ile İfade 2 ve 3 kişi (%33,3) ile İfade 3 tür. Terörle Mücadele Şube Müdürlüğü görevlilerinden 1 kişi (%9,1) İfade 1 seçeneğini, 6 kişi (%54,5) İfade 2 seçeneğini, 4 kişi (%36,4) İfade 3 seçeneğini işaretlemiştir.

Özel Harekat Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 1 kişi (%11,1), İfade 2 cevabını veren 2 kişi (%22,2), İfade 3 cevabını veren 6 kişi (%66,7) dir. Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü görevlileri 4 kişi (%80) ile İfade 2, 1 kişi (%20) ile İfade 3 yanıtını vermişlerdir. Çevik Kuvvet Şube Müdürlüğü personelinden İfade 1 cevabını veren 10 kişi (%28,6), İfade 2 cevabını veren 12 kişi (%34,3), İfade 3 cevabını veren 13 kişi (%37,1) dir. Eğitim Şube Müdürlüğünde görev yapanların cevapları, 2 kişi (%66,7) ile İfade 2, 1 kişi (%33,3) ile İfade 3 yanıtıdır.

Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğünde görev yapanlardan İfade 1 cevabını veren 1 kişi (%3,2), İfade 2 cevabını veren 19 kişi (%61,3), İfade 3 cevabını veren 11 kişi (%35,5) dir. Muhabere Elektronik Şube Müdürlüğü görevlileri, 2 kişi (%11,1) İfade 1 cevabını, 5 kişi (%27,8) İfade 2 cevabını, 11 kişi (%61,1) İfade 3 cevabını vermiştir.

Araştırmaya katılan Personel Şube Müdürlüğü görevlilerinden 1 kişi (%14,3) İfade 1 cevabını, 4 kişi (%57,1) İfade 2 cevabını, 2 kişi (%28,6) İfade 3 cevabını vermiştir. Polisevi personelinden 1 kişi (%20) İfade 1' i, 2 kişi (%40) İfade 2' yi, 2 kişi (%40) İfade 3' ü işaretlemiştir.

Polis Merkezinde görevli polis memurlarından 11 kişi (%20,8) İfade 1 cevabını, 20 kişi (%37,7) İfade 2 cevabını, 22 kişi (%41,5) İfade 3 cevabını vermiştir. Toplum Destekli birimindeki 3 görevli (%37,5) İfade 1 cevabını, 4 görevli (%50) İfade 2 cevabını ve 1 görevli (%12,5) İfade 3 cevabını vermiştir. Diğer başlığı altında toplanan hukuk işleri, yabancılar gibi ankette yer almayan birimlerde görev yapan 8 kişi (%53,3) İfade 2 cevabını, 7 kişi (%46,7) İfade 3 cevabını vermiştir.

Senaryo 2 için verilen cevaplardan %45,4 oranında İfade 3: "Uygun görürseniz önce onun ifadesini alalım, işlemleri bitince de serbest bırakalım." ve %35 oranında İfade 2: "Yetiştirilmesi gereken otobüsü varmış. Zaten alınacak ifadesinin ardından serbest bırakılacak diğerlerinden önce ifadesini alıp gönderelim mi ?" seçeneklerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu sonuçlara bakarak cevap veren polis memurlarının zaten mevcut düzenlemeler gereği, tıpkı askeriye de olduğu gibi amirinin haberi olmadan karar alma yeteneğinin olmayışına karşın bazı durumların aciliyeti karşısında hızlı bir çözüm üretebilme mecburiyeti ile birlikte mağduriyetini beyan eden vatandaşın saldırgan veya sakin oluşu gibi tavır, davranışlarının mağduriyetin hemen giderilmesi veya giderilmemesinde etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Ayrıca İfade 1: "Uygun görürseniz hepsinin ifadesi alınsın ekip doktor raporlarını toplu şekilde alsın sonra serbest kalır. Uyuşturucu madde kullanıyor beklesin hem belki bu ona ders olur" seçeneğinin de 81 kişi (%19,7) ile nispeten yüksek orana sahip olduğu söylenebilir.

TUBİM' in yayınladığı 2014 Ulusal Raporuna göre 648 kişinin doğrudan ve dolaylı yoldan uyuşturucuya bağlı olarak hayatını kaybettiği ve bu sayının geçmişe

göre arttığı gör÷lmektedir (İçişleri Bakanlığı, 2014). Dolayısıyla bu oranın yüksek oluşu Türk polisinin toplumsal bir sorun olan uyuşturucu madde kullanımına karşı olan duyarlılığının göstergesidir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

TÜİK, 2014 yılında halkın kamu hizmetlerinden memnuniyet oranının en yüksek olduğu hizmet sektörü sıralamasında %75,1 ile asayiş hizmetlerini birinci sırada açıklamaktadır. Bu oran güvenlik hizmetlerini sunan kurumlar açısından olumlu olarak değerlendirilmekte olup hizmet sunan işletmelerin hepsinde karşılaşılabilecek olan hizmet hatası durumu emniyet hizmeti sunan Türk Polis Teşkilatının yaşayabileceği bir gerçektir. Bu bağlamda hizmet hatasının önüne geçmek ve hizmet kalitesini artırmak için en önemli unsur personelin gelişimi ve eğitimidir.

Bu araştırmaya Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerini kapsayan Trakya Bölgesinde olmak üzere İl Merkezlerinde çeşitli birimlerde görev yapan, gönüllülük esasına göre 412 polis memuru katılmıştır.

Kurumdaki mevcut durumu, iletişim olgusunu farklı bir açıdan ele almak için örnek iki olay (senaryo) üzerinden vatandaş ile ilk aşamada diyalog kuran polis memurunun yaklaşım tarzını, düşüncelerini ifade eden ve durumu/olayı üstüne izah ederken kullanacağı, kendisine en yakın olan üç seçenektan birini seçmesi istenmiştir.

Araştırma modeli kapsamında öncelikle astın üstüne bir durumu/olayı iletişim biçimi ile yaş, cinsiyet, eğitim durumu, toplam hizmet süresi ve araştırma sırasında görevli olunan il merkezinde toplam çalışma süresi, birimi, birimdeki toplam çalışan sayısı değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

Araştırmadan elde edilen ve aşağıda sıralanan bulgulara göre;

Senaryo 1 için verilen cevapların İfade 2 seçeneğinde, daha dolaylı/yumuşak ifadeler içeren iletişim cümlelerinin tercih edildiği ve Senaryo 2 için verilen cevapların, doğrudan/direkt anlatım kullanan ifadeleri içeren İfade 3 seçeneğinde yoğunlaştığı saptanmıştır.

Araştırma kapsamında ankette yer alan Senaryo 1 ve Senaryo 2 seçeneklerinin değişkenler arasındaki ilişkisini gösteren analizler yapıldığında; katılımcı polis memurları tarafından verilen cevaplar ile cinsiyet, eğitim durumu,

toplam hizmet süresi, araştırma sırasında görevli olunan il merkezinde toplam çalışma süresi arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Senaryo 1 ile yaş arasında bir anlamlılık yok iken Senaryo 2 ile yaş arasında farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre 51-60 yaş aralığındaki katılımcı polis memurlarının İfade 1 yani “Uygun görürseniz hepsinin ifadesi alınsın ekip doktor raporlarını toplu şekilde alsın sonra serbest kalır. Uyuşturucu madde kullanıyor beklesin hem belki bu ona ders olur” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir.

Senaryo 2 sorusunda yer alan İfade 1: “Uygun görürseniz hepsinin ifadesi alınsın, ekip doktor raporlarını toplu şekilde alsın sonra serbest kalır. Uyuşturucu madde kullanıyor beklesin hem belki bu ona ders olur.” seçeneği her ne kadar olumsuz bir üsluba işaret ediyor ise de bu seçeneği işaretleyen yoğunluğun olduğu yaş grubundaki polis memurlarının ülkemizin sorunu haline gelmeye başladığı uyuşturucu madde kullanımına karşı hassas oldukları ve bir anlamda kendi çocuklarının kullanıcılar yüzünden zarar görebilecekleri kaygısını taşıdıkları ve duyarlılıkla hareket ettikleri için cevap verdikleri değerlendirilmektedir. Dolayısıyla Türk polisinin verdiği bu cevap duyarlılığının göstergesidir. Bu duyarlılık Hofstede’ in (1980) kültürel boyutlarında ülkemizin skorlarına bakıldığında görüleceği üzere merhametli bir toplum oluşumuzun doğal bir sonucudur.

Son olarak, birimdeki toplam çalışan sayısı ile Senaryo 1 arasında bir anlamlılık bulunamayıp, Senaryo 2 ile arasında anlamlılık olduğu görülmüştür. Katılımcı polis memurlarının görev yaptıkları birim ile Senaryo 1 ve Senaryo 2’ nin yanıtlarında bir anlamlılık olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmalar mevcut durumu ortaya koymak ve gelecekte yapılması düşünülen araştırmalara olduğu gibi kurumsal gelişime faydalı olmak amaçları ile yapılmaktadır. Bu araştırmada iletişim olgusuna güç mesafesi boyutunu ileri süren Hofstede’ in (1980) yılında yapmış olduğu çalışma baz alınarak bulgular yorumlanmaya çalışılmıştır.

Ayrıca ülkemizin kültürel boyutlara göre puanlarının değişmiş olabileceği dikkate alınmalıdır. Bir zamanlar polis, asker gibi devleti temsil eden kurumların görevlilerine karşı sevmese bile saygı gösterebilen vatandaşların haklı veya haksız olduğu durumlarda rahatlıkla tavır ve davranışlarında ileri gittiği de görülmektedir.

Burada belirtmekte fayda görülen husus ise Türk Polis Teşkilatı, %94 erkek ve sadece %6 bayan personeli olan dolayısıyla maskülen bir teşkilat ve aynı zamanda hiyerarşik yapısıyla birlikte kurumsal olarak sert algılanabilmektedir. Ancak halkın gözünde olumsuz bir algıya sahip olmasının önüne geçmek adına Emniyet Teşkilatının son yıllarda hizmet kalitesi ile doğru orantılı olan personel kalitesinin artırılması anlamında hizmet içi eğitimlerin artırılmasının yanı sıra üniversite mezunlarının alımı ve mevcut polis eğitim kurumlarında yapılan iyileştirmeler sonucu görevli personelin eğitim seviyesini yükselttiği görülmektedir.

Bu noktada Emniyet Hizmetleri Sınıfı personelin %87' si yüksekokul ve üniversite mezunu olduğunu belirtmekte fayda vardır. Ayrıca teşkilatta görevli 4.835 yüksek lisans ve 341 doktora yapmış personel mevcuttur (EGM, 2014).

Sonuç olarak hizmet kalitesi noktasında hizmet hatalarının önlenmesi ve iletişimin önemi ortadadır. Literatüre bakıldığında polis eğitiminde durum eğitimi modelinin uygulanması konusunda görüş birliğine varıldığı görülmektedir.

Dolayısıyla polislik mesleğinin icrasına hazırlanan bir adayın eğitiminde, meslek hayatında karşılaşılabilecek olaylar sınıflandırılıp senaryolaştırılarak polis adayına rol verilmesi önemlidir. Böylece personele olması istenen hareket tarzı, davranış biçimi öğretilerek istenilen davranış değişikliği sağlanmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (2001). Sihirli Anahtar Terminatöre Karşı: Avrupa Birliği Nedir, Ne Değildir?. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 111-126.
- Akyürek, Salih. (2001). *Türk Silahlı Kuvvetlerinde Güç Mesafesi ve İletişime Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Allaire, Y., Firsirotu, M.E. (1984). Theories of Organizational Culture, *Organization Studies*, 5(3), 193-226.
- Altan, Ş., Atan, M. (2004). Bankacılık Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi ile Ölçümü. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 17-32.
- Ardichvili, A. (2001). Leadership Styles and Work-Related Values of Managers and Employees of Manufacturing Enterprises in Post-Communist Countries. *Human Resource Development Quarterly*, 12(4), 365.
- Arslan, F. (2000). Polis-Halk İlişkilerinde Elazığ Emniyet Müdürlüğü Örneği. *Polis Dergisi*, (155. Yıl Özel Sayısı), Yıl: 6, Sayı: 22, 356-363.
- Attia, A., Shankarmahesh, M.N. ve Singhapakdi, A. (1999). Marketing Ethics: A Comparison of American and Middle-Eastern Marketers. *International Business Review*, 8(5), 611-632.
- Bahar, Atalay. (2008). *İletişim Disiplininin Emniyet Teşkilatı'nın Algılanmasına Etkisi ve Halkla İlişkiler Süreci*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Balci, A. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler*. (10. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yay. Eğt. Dan. Hizm. Tic. Ltd. Şti.
- Banai, M., Chanin, M. ve Teng, B.S. (1999). Russian Managers' Perceptions of Prospective Russian-US Joint Ventures. *International Business Review*, 8(1), 17-37.
- Başbakanlık. (2005). Emniyet Teşkilatı Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Tasarısı. Sayı: B.02.0.KKG.0.10/101-1024/692, 15 Şubat.
- Bell, C.R., Zemke, R.E. (1987). Service Breakdown: The Road To Recovery. *Management Review*, 76(10), 32-35.
- Berry, L.L. (1980). Service Marketing is Different. *Business*, 30(3), 24-29.
- Bitner, M.J., Booms, B.H., Tetreault, M.S. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71-84.
- Boshoff C., Staude, G. (2003). Satisfaction with Service Recovery: Its Measurement and its Outcomes. *South African Journal of Business Management*, 34(3), 9-16.

- Bowen, D.E., Johnston, R. (1999). Internal Service Recovery: Developing a New Construct. *International Journal of Service Industry Management*, 10(2), 118-131.
- Bradford, D. (1998). Police Officers Candidate Background Investigation Law Enforcement Management's Most Effective Tool for Employing the Most Qualified Candidate. *Public Personnel Management*, 27(4), 423-445.
- Brady, M.K., Cronin, J.J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65, 34-49.
- Brown, T.J., Churchill, G.A. ve Peter, J.P. (1993). Research Note: Improving The Measurement of Service Quality" *Journal of Retailing*, 69(1), 127-139.
- Büyükbaykal, G.N. (2005). Günümüzde Kurumsal Kimlik Olgusunun Yeri ve Önemi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 22, 61-66.
- Chow, I.H.S., Lo, T.W.C., Sha, Z. ve Hong, J. (2006). *The Impact of Developmental Experience, Empowerment, and Organizational Support on Catering Service Staff Performance*. *International Journal of Hospitality Management*. 25(3), 478-495.
- Corbett, L.M., Rastrick, K.N. (2000). Quality Performance and Organizational Culture: A New Zealand Study. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 17(1), 14-26.
- Cravens, K.S., Oliver, E.G. (2006) Employees: The Key Link to Corporate Reputation Management. *Business Horizons*, 49, 293-302.
- Cronin J.J., Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Cronin J.J., Taylor, S.A. (1994). SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58, 125-131.
- Çağlar, A. (2000). Türk Polisi'nde Sosyalleşme ve Polis Kültürü. *Polis Bilimleri Dergisi*, 2(7-8), 87-110.
- Çeçen, A. (1985). Kültür Yönetimi. *Amme İdaresi Dergisi*, 18(2), 113-140.
- Dabholkar, P.A., Thorpe, D.I. Ve Rentz, J.O. (1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- Dağ, H. (2002). Örgütlerde İletişimin Önemi, Etkin İletişimin Engelleri ile Giderilmesi Yolları ve Emniyet Örgütünden Örnekler. *Polis Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 32, 33-36.
- De Mooij, M. ve Hofstede, G. (2002). Convergence and Divergence in Consumer Behavior: Implications for International Retailing. *Journal of Retailing*, 78(1), 63.

- Detert, J.R., Schroeder, R.G., Mauriel, J.J. (2000). A Framework for Linking Culture and Improvement Initiatives in Organizations. *Academy of Management Review*, 25(4), 850-863.
- Diamond, S.L., Ward, S., Faber, R. (1976). Consumer Problems and Consumerism: Analysis of Calls to a Consumer Hot Line. *Journal of Marketing*, 40(1), 58-62.
- Dimensions of National Cultures. Web: <http://www.geerthofstede.nl/dimensions-of-national-cultures> adresinden 22 Şubat 2015' de alınmıştır.
- Doğan, B. (2012). *Örgüt Kültürü*. (2. Basım). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Emniyet Genel Müdürlüğü. (2014). *2013 Yılı Faaliyet Raporu*. Ankara, Emniyet Genel Müdürlüğü, 17.
- Emniyet Genel Müdürlüğü. (2000). Polis Okulu Öğrencilerinin Yaptığı Anket Sonuçları 'Polis-Halk ilişkileri' Panelinde Değerlendirildi. *Polis Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 23, 355-378.
- Emniyet Genel Müdürlüğü. (2000). Polis-Halk İlişkilerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma. *Polis Dergisi*, Yıl: 7, Sayı: 25, 145-152.
- Emniyet Genel Müdürlüğü. (2002). Polis-Halk İlişkileri Konulu Anket Elazığ İli Örneği. *Polis Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 32, 86-91.
- Emniyet Genel Müdürlüğü. (2001). Bursa Halkının Polise Bakış Açısının Ölçülmesi ve Polis Halk İlişkilerinin Geliştirilmesi Anket Çalışması. *Polis Dergisi*, Yıl: 7, Sayı: 28, 45-57.
- Emniyet Genel Müdürlüğü. (1995). Halkın Polis İmajı ve Polis-Halk Bütünleşmesinin Dinamikleri Araştırması (Özet). *Polis Dergisi*, Sayı 4 eki, 1-57.
- Ferman, M. (1988). Hizmet Pazarlaması Üzerine Genel Değerlendirmeler. *Pazarlama Dünyası*, Yıl:2, Sayı:7, 25-31.
- Fidan, Y. (2001). Ülkemizde Polis İmajı ve Bunun Oluşumuna Sebepler. *Polis Dergisi*, Yıl: 7, Sayı: 26, 704-713.
- Galloway, L. (1998). Quality Perceptions of internal and external customers: a case study in educational administration. *The TQM Magazine*, 10(1), 20-26.
- Gowan, M. (2001). Service Quality in Public Agency: Same Expectations but Different Perceptions Employees, Managers and Customers, *Journal of Quality Management*, 6, 275-291.
- Gray, E.R., Balmer, J.M.T. (1998). Managing Corporate Image and Corporate Reputation. *Long Range Planning*. 31(5), 695-702.
- Gözübüyük, A.Ş. (1989). Yönetim Hukuku. (3. Basım). Ankara: S Yayınları, 182.
- Grönroos, C. (1990). Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition, Lexington, Massachusetts: Lexington Books, 27.

- Güney, S. (2011). *Örgütsel Davranış*. (1. Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık, 188-189.
- Hart C.W., Heskett, J.L., and Sasser Jr, W.E. (1990). The Profitable Art of Service Recovery. *Harvard Business Review*, 68(4), 148-156.
- Hatch, M.J., Schultz, M. (1997). Relations Between Organizational Culture, Identity and Image. *European Journal of Marketing*, 41(5/6), 356-365.
- Hess, R.L., Ganesan, S. ve Klein, N.M. (2007). Interactional Service Failures In A Pseudorelationship: The Role of Organizational Attributions. *Journal of Retailing*, 83(1), 79-95.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Vol.1, United States of America: Sage Publications.
- Hofstede, G., Bond, M.H. (1988). The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth. *Organizational Dynamics*, 16 (4), 5–21.
- Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D.D. ve Sanders, G. (1990). Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases. *Administrative Science Quarterly*, 35, 311.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model In Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-26.
- Indulgence versus Restraint (IND). Web: <http://geert-hofstede.com/national-culture.html> adresinden 22 Şubat 2015' de alınmıştır.
- İçişleri Bakanlığı. (2014). *Türkiye Uyuşturucu Raporu*. Ankara, Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı.
- İnal, M.E., Gürbüz, E. ve Peşmen, M. (2006). Halkın Polis Güçlerine ve Polis Hizmetlerine Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma: Niğde Örneği. *Amme İdaresi Dergisi*, 39(3), 71-93.
- Karaman, R., Tuncay, S. ve Durmaz, M. (2004). Bir Kamu Kurumu Olarak Polis Teşkilatında Halkla İlişkilerin Önemi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 115-127.
- Karatepe, S. (2004). Polis Teşkilatında Halkla İlişkilerin Önemi: Bir Alan Araştırması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 2, 255-272.
- Kaya, H. (2008). Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarının Örgütsel Kültürünün Analizi ve Kurum Kültürünün Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi: Görgül Bir Araştırma. *Maliye Dergisi*, Sayı: 155, 119-143.
- Kaya, N., Koç, E., ve Topçu, D. (2010). An exploratory analysis of the influence of human resource management activities and organizational climate on job satisfaction in Turkish banks. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(11), 2031-2051.

- Kınacı, Selim. (2011). *Türkiye’de Polis Algısı ve Algılama Yönetimi: Bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Kiely, J.A., Peek, G.S. (2002). The Culture of the British Police: Views of Police Officers. *The Service Industries Journal*, 22(1), 167-183.
- Koc, E. (2013). Power Distance and Its Implications for Upward Communication and Empowerment: Crisis Management and Recovery in Hospitality Services. *The International Journal of Human Resource Management*, 24:19, 3681-3696.
- Koç, E. (2013). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım. (5. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık, 379-380.
- Koç, E. (2010). *Hizmetlere ve Hizmet Pazarlamasına Giriş*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ders Notları.
- Koc, E. (2010) Services and Conflict Management: Cultural and European Integration Perspectives, *International Journal of Intercultural Relations*, 34 (1), 88-96.
- Koc, E. (2006). TQM and Business Excellence in Services:The Implications of All-Inclusive Pricing System on Internal and External Customer Satisfaction in the Turkish Tourism Market, *TQM & Business Excellence*, 17 (7), 857-877.
- Kotler, P. (1979), Strategies for Introducing Marketing Into Nonprofit Organization. *Journal of Marketing*, 37-44.
- Köktürk, M.S., Yalçın, A.M. ve Çobanoğlu, E. (2008). Kurum İmajı: Oluşumu ve Ölçümü. Ankara: Beta.
- Kuyaksil, A. (1998). Ceza Adalet Sisteminin İşleyişi ve Polisin Verimliliği. *Polis Dergisi*, Yıl: 4, Sayı: 15, 95-99.
- Lovelock, C, Gummesson E. (2004). Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Journal of Service Research*, 7(1), 20-41.
- Minkov, M ve Hofstede, G. (2012). Hofstede’s Fifth Dimension: New Evidence From The World Values Survey. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 43(1), 3-14.
- Mucuk, İ. (1999). Pazarlama İlkeleri. (11. Basım). İstanbul: Türkmen Kitabevi, 325.
- Mutlu, B. (1995). Aydın Emniyet Müdürlüğünden Örnek Çalışma: Aydın’da ‘Polis-Halk İlişkileri’ Konulu Anket Düzenlendi. *Polis Dergisi*, Yıl:1, Sayı: 3, 158-162.
- Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- O’Reilly, C.A., Chatman, J. ve Caldwell, D.F. (1991). People and Organizational Culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-

- Organization Fit, *The Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516.
- Özcan, K., Karataş, İ.H., Çağlar, Ç. ve Polat, M. (2014). Eğitim Fakültesi Yöneticilerinin Güç Kullanma Biçimlerinin Örgüt Kültürüne Etkisi: Bir Durum Çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Educational Sciences: Theory & Practice*, 14(2), 545-569.
- Öztürk, S.A. (2010). Hizmet Pazarlaması Kuram, Uygulama ve Örnekler, (10. Baskı) Ankara: Ekin Basın Yayın Dağıtım, 21.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58, 111-124.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Polatoğlu, A. (1988). Türk Kamu Örgütlerinde Ast ve Üst Arasında İletişim. *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 21, Sayı: 2, 85-98.
- Rodrigues, C.A. (1998). Cultural Classifications of Societies and How They Affect Cross-Cultural Management. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 5(3), 31.
- Sargut, A.S. (1994). Bireycilik ve Ortaklaşa Davranış İkileminde Yönetim ve Örgüt Kuramları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 49(1), 321-332.
- Sargut, A.S. (2001). Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim. (2. Baskı). Ankara: İmge Yayınevi.
- Schein, E.H. (2002). Örgütsel Kültür (Çev. A. Akbaba). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3), 1-32. (Orijinal makalenin yayım tarihi, 1990).
- Schein, E.H. (2004). *Organizational Culture and Leadership*, (3. Basım), USA: Jossey-Bass.
- Seyidoğlu, H. (2009). *Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı*. (Geliştirilmiş 10. Baskı). İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Sığırı, Ü., Tıgılı, M. (2006). Hofstede'in 'Belirsizlikten Kaçınma' Kültürel Boyutunun Yönetimsel-Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi. *Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Cilt: 21, Sayı: 1, 327-342.
- Singh, J., Widing, R.E. (1991). What Occurs Once Customer Complain? A Theoretical Model for Understanding Satisfaction/ Dissatisfaction Outcomes of Complaint Responses. *European Journal of Marketing*, 25(5), 30-46.

- Sokullu Akıncı, F. (2011). Polis-Halk İlişkileri. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, 53(1-4), 92.
- Şahin, A. (2007). Türk Kamu Yönetiminde Yönetimsel İletişim ve Bu Konuda Düzenlenen Bir Anket Çalışmasının Sonuçları. *Maliye Dergisi*, Sayı: 152, 81-101.
- Şen, Y.F. (2013). Polis, Medya ve Hesap Verebilirlik. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 2, 85-102.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. (9 Kasım 1982). *Resmi Gazete*, 17863 Mükerrer.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization(1982). Mexico City Declaration on Cultural Policies. Web: http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf adresinden 17 Şubat 2015' de alınmıştır.
- Waddington, P.A.J. (1999). Police (Canteen) Sub-Culture. An Appreciation. *BRIT. J. CRIMINOL.*, 39(2), 287-309.
- Van Riel, C.B.M., Balmer, J.M.T. (1997). Corporate Identity: The Concept, Its Measurement and Management. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 340-355.
- Yağbasan, M., Şiş, A. (2006). Kamu Kurumlarında İletişimsel Ortamın Analizi (Elazığ İli Köy Hizmetleri, Bayındırlık ve DSİ Örneği). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 1, 269-284.
- Yaman, E. ve Irmak, Y. (2010). Yöneticiler ve Öğretmenler Arasındaki Güç Mesafesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 164-172.
- Yazıcıoğlu, D.A., Meral, P.S. (2011) İç Mekan Tasarımının Kurum Kimliğine Uygunluğunun Ölçülmesine Yönelik Yöntem Önerisi, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 1, 111-131.
- Yıldırım, S. (2006). Toplum Destekli Polislik Hizmetlerine İlişkin Uygulamalı Bir Araştırma: Bursa İl Emniyet Müdürlüğü Örneği. *Polis Dergisi*, Yıl: 12, Sayı: 47, 397-405.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. (2003) *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, New York: McGraw-Hill.
- <http://www.tdk.gov.tr> adresinden 17 Kasım 2014' de alınmıştır.
- <http://www.egm.gov.tr> adresinden 17 Kasım 2014' de alınmıştır.
- <http://www.egm.gov.tr/Documents/PERFORMANS-PROGRAMI-2014.pdf> adresinden 16 Ocak 2015' de alınmıştır.

<http://www.asayis.pol.tr/sayfalar/tdp.aspx> adresinden 2 Aralık 2014' de alınmıştır.

<http://www.egm.gov.tr/Sayfalar/default.aspx> adresinden 27 Şubat 2015' de alınmıştır.

<http://www.egm.gov.tr/Sayfalar/Organizasyon-Yapisi.aspx> adresinden 27 Şubat 2015' de alınmıştır.

http://www.tedmer.org.tr/akademik_makaleler/Kolluk_Hizmetleri_ve_Etik.pdf adresinden 9 Mart 2015' de alınmıştır.

<http://www.nevsehir.pol.tr/Sayfalar/tarihcemiz.aspx> adresinden 25 Mart 2015' de alınmıştır.

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18629> adresinden 26 Mart 2015' de alınmıştır.

<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/26911764.asp> adresinden 25 Şubat 2015' de alınmıştır.

<http://www.trthaber.com/haber/yasam/tupum-bitti-polis-imdat-855.html> adresinden 25 Şubat 2015' de alınmıştır.

EKLER

Ek-1: Anket Uygulama İzni

EBYS-2014.12.12-16.30.23.53337
EBYS-2014.12.11-09.47.01.17306

T.C.
İÇİŞLERİ BAKANLIĞI
Emniyet Genel Müdürlüğü

Sayı : 27441071.34231 (91265)
Konu : Akademik Araştırma

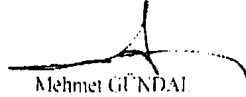
.../12/2014

GENEL MÜDÜRLÜK MAKAMINA

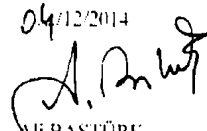
Balıkesir Emniyet Müdürlüğünde görevli 303381 sicil sayılı Polis Memuru Begüm ÖZEKEN, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalında devam ettiği yüksek lisans eğitimi kapsamında sonuçları tez çalışmasında kullanmak amacıyla "Emniyet Hizmetlerinde İletişimin Hizmet Kalitesi Geliştirmesinde Yeri ve Önemi" konulu anketi Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ Emniyet Müdürlüklerinde görevli Polis Memurlarına yönelik uygulama talebinde bulunmaktadır.

Personel Dairesi Başkanlığı, Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ Emniyet Müdürlüklerince uygun mütalaa edilen çalışmanın belirtilen İl Emniyet Müdürlüklerinde çalışan personele uygulanabilmesi hususunu;

Onaylarınıza arz ederim.

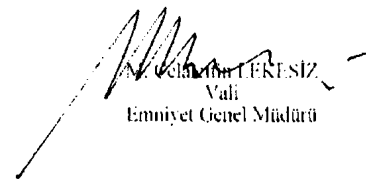

Mehmet GÜNDAK
Eğitim Dairesi Başkanı
1. Sınıf Emniyet Müdürü

Uygun Görüşle Arz Ederim.

04/12/2014

Ali BAŞTÜRK
Mülkiye Başmüfettişi
Emniyet Genel Müdür Yardımcısı V.

O L U R

06/12/2014


Mehmet ÇETKESİZ
Vali
Emniyet Genel Müdürü

BYS-2014.12.12-16.30.23.53337

EBYS-2014.12.11-09.47.01.17306

T.C.
İÇİŞLERİ BAKANLIĞI
Emniyet Genel Müdürlüğü

Sayı : 27441071.34231.(91265) 2499 - 152378
Konu : Akademik Araştırma

11/12/2014

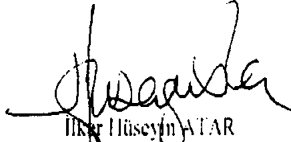
DAĞITIM YERLERİNE

İlgi : 05/11/2014 tarihli dilekçe.


Balıkesir Emniyet Müdürlüğünde görevli 303381 sicil sayılı Polis Memuru Begüm ÖZFİKEN, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Bölümünde devam ettiği yüksek lisans eğitimi kapsamında sonuçlarını tez çalışmasında kullanmak amacıyla "Emniyet Hizmetlerinde İletişimin Hizmet Kalitesi Geliştirilmesinde Yeri ve Önemi" konulu anketi Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ Emniyet Müdürlüklerinde görevli Polis Memurlarına yönelik uygulama talebini ilgi dilekçe ile bildirmektedir.

Bahse konu çalışmaya ilişkin alınan Makam Onayı ekte gönderilmiş olup, personelle gerekli tebligatın yapılarak çalışmadan elde edilecek değerlendirme sonuçlarının Başkanlığımıza gönderilmesi hususunda:

Gereğini arz ederim.


İlker Hüseyin ATAR
Eğitim Dairesi Başkanı a.
Daire Başkan Yardımcısı
2. Sınıf Emniyet Müdürü

2146
EK:
— Makam Onayı (1 Sayfa)


11.12.2014 Eğitim Şubesi

DAĞITIM:

Gereği:
Balıkesir Emniyet Müdürlüğüne

Bilgi:
Edirne, Kırklareli, Tekirdağ
Emniyet Müdürlüklerine