ISSN: 1309 - 0712
İşletme Araştırmaları Dergisi

Journal Of
Business Research
Turk
www.isarder.org

Kurumsallaşma Sürecinde Retorik Stratejilerinin Rolü: Türkiye'de Sigortacılık Sektörünün Kurumsallaşması Üzerine Niteliksel Bir Analiz

The Role of Rhetorical Strategies On The Process Of Institutionalization: A Qualitative Analysis Of Insurance Industry In Turkey

Mustafa GÖKOĞLU
Dokuz Eylül Üniversitesi
İzmir, Türkiye
mustafa.gokoglu@fiu.edu

Erdem KIRKBEŞOĞLU
Başkent Üniversitesi
Ticari Bilimler Fakültesi
Ankara, Türkiye
erdemk@baskent.edu.tr

Şule TUZLUKAYA
Atılım Üniversitesi
İşletme Fakültesi
Ankara, Türkiye
stuzlukaya@atilim.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı, retorik stratejilerinin kurumsallaşma sürecindeki rolünü ve etkinliğini sınamaktır. Retorik stratejileri belirli sosyal olguların toplum içerisinde kurumsallaşması açısından bir süreklilik sergilemekte ve Pathos, Logos ve Ethos şeklinde sınıflandırılmaktadır (Aristotle, 1991). Bu açıdan bakıldığında toplumun önemli kesimlerini temsil eden kurumsal aktörler kullandıkları söylem yoluyla etkili metinler üretmekte ve savundukları sosyal olgulara dair düşüncelerin yayılımını sağlamaktadırlar. Çalışmada kurumsallaşmanın hangi retoriksel stratejiler eşliğinde gerçekleştiğini sınamak adına sigorta endüstrisi araştırma kapsamına alınmıştır. Farklı bağlamlarda farklı retoriklerin daha baskın olabileceği düşüncesine uygun olarak, çalışma sonucu ortaya konan bulgular, Türkiye'de sigortacılık sektöründeki kurumsallaşma sürecinin Pathos, Ethos ve Logos stratejileri şeklinde ardışık bir sıralamayı izlediğine işaret etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta, Retorik Stratejileri, Kurumsal Kuram, Örgütler, Kurumsallaşma

Abstract

The purpose of this study is to examine the role and effectiveness of rhetorical strategies in the process of institutionalization. Rhetorical strategies present continuity with regard to institutionalization of certain social phenomena in society and are classified as Pathos, Logos and Ethos (Aristotle 1991). When considered from this point of view, institutional actors representing the important sections of the society produce effective texts through the discourse they use and ensure dissemination of the ideas regarding social phenomena they defend. In the study, insurance industry was taken into the scope of research to present in company with which rhetorical strategies institutionalization takes place. In accordance with the idea that different strategies might be dominant in different contexts, the findings put forth as a result of the study

indicated that the institutionalization process in insurance sector followed the order of Pathos, Ethos and Logos strategies.

Key Words: *Insurance, Rhetorical Strategies, Institutional Theory, Organizations, Institutionalization*

1. GİRİŞ

Kurumlar belirli koşullar altında birtakım davranış örüntülerinin sergilenmesini sağlayan programlanmış sosyal eylemler olarak tanımlanabilir (Jepperson, 1991). Kurumsal mantıklar ise temsil ettiği kuruma dayanan kurallar bütününü yansıtmakta ve yaşamın her alanında sosyal yapılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin bürokrasi mantığının hakim olduğu devlet kurumlarındaki amir memur ilişkisi, söz konusu mantığın özelliklerini belirlemekte ve davranış örüntülerini oluşturmaktadır. Bu bakımdan mantıklar bireyin çevresi ile etkileşimi sürecinde meydana gelmekte ve rutin davranışlara olanak veren sosyal rolleri biçimlendirmektedir (DiMaggio, 1997). Herhangi bir sosyal sistem içerisinde etkileşime giren bireyler zaman içerisinde sosyal rollerin tanımlandığı kurumsallaşmış bir forma ihtiyaç duymaktadırlar (Leblebici ve diğ.,1991). Bu anlamda sosyal davranış örüntülerinin oluşmasını sağlayan mantıklar belirli bağlamlar dahilinde etkinleştirilmekte ve bireylerin söz konusu bağlamda bulunmaları durumunda bakış açılarını, tutumlarını, tercihlerini ve eğilimlerini doğrudan etkilemektedir (DiMaggio, 1997).

Bağlam birey ilişkisini konu alan araştırmalar genel olarak kültürel farklılıklar üzerinde durmakta ve girişimcilerin mikro eylemlerinin sonucunda oluşan sosyal yapıları gözden kaçırmaktadır. Oysa kurumsal girişimcilerin kasıtlı eylemleri sonucunda yeni sosyal yapılar oluşabilir ve bu yapılar girişimcilerin fikirlerini ve bakış açılarını yansıtabilir (DiMaggio, 1988). Söz konusu sosyal yapılar insan hayatında sorgulanmadan kabul edilen kurumsal mantıklara dönüşebilir. Aslında girişimciler kendi çıkarları doğrultusunda kurguladıkları bir sosyal yapıyı, ideolojik faktörlerle destekleyerek hitap ettikleri toplumsal kesim için vazgeçilemez bir yol haritası şeklinde sunabilmektedirler (Meyer, 1994). Dolayısı ile kurumsal girişimciler, sosyal yapıya dair uygulamaları kendileri kurgulayarak kurumsallaştırmaktadır (Munir ve Phillips, 2005). Bu bakımdan kurumsal girişimciler fikirlerini yeni bir örgütlenme modeline dönüştürebilme ve yeni modelin toplum tarafından benimsenmesini sağlayabilme kapasitesine sahip aktörler olarak da tanımlanmaktadır (Lawrence ve Suddaby, 2006).

Toplumsal bir ihtiyacı karşılama gayesi ile oluşan yeni bir modelin kurumsallaşma sürecinde girişimciler farklı retoriksel stratejiler kullanmaktadırlar (Suddaby ve Greenwood, 2005). Retorik insanların konuşarak bilgilendirildiği ve ikna edildiği bir söylemsel faaliyeti temsil etmektedir (Meyer, 2009). Retoriksel stratejiler ise söz konusu bilgilendirmenin ve ikna etmenin nasıl yapıldığını ortaya koymaktadır. Retoriksel stratejiler Pathos, Logos ve Ethos şeklinde sınıflandırılmaktadır (Aristotle, 1991). Pathos stratejisi insanların korku, güven, acıma gibi duygusal taraflarına yönelik metinler üretirken, Logos etkinlik, verimlilik, performans gibi mantıksal yönlerini vurgulamakta, Ethos ise gelenekler, hak, adalet gibi ahlaki unsurları ön plana çıkaran metin üretimini gerçekleştirmektedir (Aristotle, 1991).

Bu çalışmada söylem yoluyla metin üretimini gerçekleştiren kurumsal girişimciler incelendiğinden, üretilen metinlerin yerel bağlamla olan ilişkisi önem kazanmaktadır (Barley ve Kunda, 1992). Bunun altında insanların üretilen metinleri ancak bulundukları bağlamla bağdaştırmaları sonucunda özümseyebilmeleri yatmaktadır (Symon, 2000).

Ayrıca bağlam retorik ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar genel olarak incelenen kavramların Pathos, Logos ve Ethos sırasını izleyerek kurumsallaştığını belirtmekte, buna rağmen farklı bağlamlarda farklı kurumsallaşma süreçlerinin de oluşabildiği belirtilmektedir (Green vd., 2008). Kurumsal uğraş yaklaşımı açısından bakıldığında sigortacılık sektörü örneği, toplumun sosyal programlarını meydana getiren farklı kurumsal mantıklar arasında yer almaktadır (Jepperson, 1991). Bu nedenle bağlamsal özelliklerin değişken olduğu sigorta sektörü için, retorik stratejilerinin bu değişimdeki rolünün sorgulanması çalışmamız açısından önemli kabul edilmiştir.

2. KURUMSAL UĞRAŞ YAZINI

Kurumsal uğraş yazını görece yeni bir araştırma alanı olarak görülmekte (Lawrence ve Suddaby, 2006) ve daha çok yeni oluşmaya başlayan örgütsel alanlardaki girişimci rollerine odaklanmaktadır. Bu bakımdan yeni örgütsel alanlardaki mantık oluşumu, gelişmiş örgütsel alanlardakine oranla daha kolay gerçekleşebilmektedir (Purdy ve Gray, 2009). Bunun nedeni, yeni oluşan örgütsel alanlarda baskın bir sosyal yapının ve uygulamalara dair bilgi birikiminin olmamasıdır (Purdy ve Gray, 2009).Yazında mantık oluşumunun gelişmekte olan alanlarda yeni fikirlerin üretilmesi ile başladığı, yeni fikirler doğrultusunda kaynakların harekete geçirilmesi ile devam ettiği ve son olarak ortaya çıkan yeni uygulamalar sayesinde alan gelişiminin ve yapılandırılmasının sağlandığı belirtilmektedir.

Bireysel fikirleri doğrultusunda geliştirdikleri yeni uygulamalara destek arayan aktörler, taraftarlarını arttırdıkça yeni mantıklar ortaya çıkarmaktadırlar (Munir ve Phillips, 2005). Gelişmekte olan örgütsel alanlardaki kurumsal girişimciler, toplum tarafından paylaşılan semboller ve yaratılan yeni kaynaklar üzerinden söylemler üreterek belirli bakış açılarının kabulünü ve kurumsallaşmasını sağlayabilirler (Garud ve diğ., 2007). Bu türden örgütsel alanlarda henüz egemen bir mantık olmadığından, diğer örgütsel alanlardaki mevcut kurumlardan sağlanan meşruiyet, kurumsal mantıkların hayatta kalmasına olanak vermektedir (Purdy ve Gray, 2009). Birey üzerinde belirli bazı fikirleri ve duyguları tetikleyen semboller, zaman içerisinde insanların doğal olarak edindiği tecrübeleri temsil ederek egemen mantık oluşumunun önemli bir parçası haline gelmektedir (Bourdieu, 1977; 1990, Blumer, 1986).

Aslında kurumsal mantıklar, bireysel aktörlerin hatalara ve sorunlara yönelik geliştirdikleri yeni uygulamalar ve çözüm yolları üzerinde uzlaşı sağlamaları sonucunda ortaya çıkmaktadır (Morrill, basımda). Yeni bir çözüm yolu düşüncesinin ardından gelen harekete geçme evresinde aktörler, kendi mantıklarına yandaş bulabilmek için yarışmakta ve diğer yerleşik örgütsel alanlarda var olan aktörlerden destek arayarak alternatif uygulamalarını meşrulaştırmaya çalışmaktadırlar (Morrill, basımda). Bu evrede, kurumsal girişimcilerin değişik sosyal pozisyonların yer aldığı diğer meşru alanlardaki kaynaklara ulaşmak için kullandıkları ilişkiler, mantık oluşumunu doğrudan etkilemektedir (Maguire ve diğ., 2004; Child ve diğ.., 2007).

Harekete geçme evresinde kurumsal girişimciler, yeni bir egemen mantığa ve beraberindeki örgütsel uygulamalara dair ortak anlamlar, normlar ve kimlikler üretmekte ve bunların örgütsel alanda yer alan aktörler tarafından benimsenmesine öncülük etmektedirler (Beckert, 1999). Girişimcilerin kendilerini bir sosyal grup olarak meşrulaştırma ihtiyacı duymaları durumunda, alternatif uygulamalar Ethos olarak sınıflandırılan ahlaki açıdan uygunluk temelinde kurgulanmakta ve kültürel destek sağlanmaktadır (Özen ve Berkman, 2007). Bu sayede yeni yaratılan mantıkları benimseme isteği uyandırılmakta ve yeni fikirlerin meşrulaşması gerçekleşmektedir

(Beckert, 1999). Ayrıca bu evrede kurumsal girişimcilerin fikirlerinin benimsenme olasılığı, kendi düşüncelerini örgütsel alandaki diğer aktörlerin faaliyetleri ve çıkarları ile ne ölçüde ilişkilendirebildiklerine bağlı olarak artmakta veya azalmaktadır (Maguire ve diğ., 2004).

Kurumsal girişimciler gelişmekte olan alanlarda yeni bir mantık oluşumu için eski kurumların verimsizliğine olan inançları birleştirmekte ve yeni uygulamalar eşliğinde yeni çözüm yollarını hayata geçirmektedirler (Purdy ve Gray, 2009). Yeni çözüm yollarının toplumsal sorunları gidermesi, girişimcilere güç ve prestij sağlayan sosyal pozisyonları da beraberinde getirmektedir (Özen ve Berkman, 2007). Bu olduğunda ise kurumsal girişimciler aktörler arası ilişkileri düzenleyici yetkilere kavuşmakta ve kurguladıkları yeni mantığın ilgili aktörleri temsil eden toplumsal kesim tarafından benimsenmesini sağlamaktadırlar (Maguire ve diğ., 2004). Örgütsel alanda kabul gören egemen bir kurumsal mantığın ortaya çıkması ise alan gelişiminin tamamlanmasına yol açmaktadır (Child ve diğ., 2007).

Toplum üyelerinin yeni mantığı kabul etmesi sayesinde örgütsel alandaki uygulamaları meşrulaştırmayı başaran kurumsal girişimciler, gelişme veya yapılandırma evresinde yeni mantığın egemenliğini ilan etmektedirler (Morrill, basımda). Bu evrede girişimciler mesleki değerlendirme yetkileri elde etmekte ve aktörler tarafından benimsenen kurumsal mantık üzerinde düzenlemeler yaparak, alternatif uygulamaların geleneksel uygulamalara dönüşümünü sağlamaktadırlar (Morrill, basımda). Alan oluşumunda görev üstlenen kurumsal girişimciler, kurguladıkları kurumsal mantığın meşruiyeti temelinde gelişmiş bir örgütsel alanda merkezi ve egemen aktörler haline gelmektedirler (Purdy ve Gray, 2009).

Toplumun belirli bir düzeni ahlaki açıdan geçerli olarak kabul etmesi anlamına gelen meşruiyet tek başına alandaki istikrarı sağlayamamaktadır (Giddens, 1984; 1994). Bunun sonucunda hukuki boyutu ağır basan düzenlemeler aracılığıyla örgütsel alanlar desteklenmekte ve alana egemen baskın bir sosyal sistemin oluşumu tamamlanmaktadır (Giddens, 1984; 1994). Paylaşılan inançlara, normlara ve anlamlara katkı sağlayan aktör söylemlerinin örgütsel alanda geçerli ve istenen uygulamalar ile örtüşmesi sonucunda örgütsel alanlar istikrara kavuşmaktadır (Garud ve diğ., 2007). Normlar belirli bir sosyal bağlamda uygun davranış biçimlerini betimleyen ve bireyler arası etkileşimde yürütülmesi gereken kurallardır (Giddens, 1984; 1994). Gelişmiş örgütsel alanlarda egemen söylemin dışında kalan uygulamalar meşruiyetini kaybetmekte ve bu uygulamaların toplum tarafından kabul görme olasılığı azalmaktadır (Garud ve diğ., 2007).

İstikrarın ardından gelen kriz dönemleri ise örgütsel alanın mevcut düzenlemelerinde değişimi tetiklemektedir (Fligstein, 1997; 2002). Gelişmiş alanlarda başkaları adına konuşma hakkı meşru sayılan, ender bulunan kaynaklara veya resmi otoriteye sahip ve örgütsel alanın merkezi konumunda yer alan girişimciler yeni uygulamalar sayesinde alternatif bir mantık kurgulayabilirler (Phillips ve diğ., 2004; Zilber, 2007). Ayrıca bu türden girişimcilerin söylemlerinin toplum tarafından benimsenerek sürdürülmesi, diğer girişimcilerin söylemlerine oranla daha yüksek seviyelerde gerçekleşmektedir (Phillips ve diğ., 2004; Zilber, 2007). Kriz dönemlerinde kurumsal girişimciler politik fırsatlar yaratmakta, sorunlar tanımlamakta, hedef kitlenin harekete geçirilmesini sağlamakta ve sonuç olarak yeni inançların, değerlerin ve normların sosyal yapılara kaynaştırılmasına olanak vermektedirler (Rao ve diğ., 2000).

Bu bakımdan örgütsel alanın merkezinde yer alan aktörlerin çıkarları doğrultusunda kurguladıkları ve sürdürdükleri mantık; alternatif mantıkların farkına varabilen, bu mantıkları benimseyebilecek açık bir görüşe sahip olan ve mantık değişimi için yeterli isteği barındıran aktörler tarafından dönüştürülebilir (Greenwood ve Suddaby, 2006). Kurumlar arası uyuşmazlığın artması sonucunda düşük seviyelere gerileyen aktör yerleşikliği ile yerleşik mantıkların değiştirilmesi isteği birleştiğinde, örgütsel alandaki merkezi aktörler kurumsal girişimci rolünü üstlenmektedirler (Greenwood ve Suddaby, 2006). Değişim öncüleri olarak merkezi aktörler örgütsel alandaki statülerini ve prestijlerini kullanarak yeni teknik gerekçeler üretebilirler (Sherer ve Lee, 2002). Bu sayede merkezi aktörler, mevcut kurumların değişim denemelerine karşı yarattığı baskılarından sıyrılmaktadırlar ve alan düzeyinde yeni bir mantık kurgulayabilmektedirler (Sherer ve Lee, 2002).

Aslında örgütsel alanlarda belirli söylemlere sahip ve gücü görece daha fazla olan aktörler, kabul edilebilir kültürel kuralları koyarak güçlerini sürekli yenilemeye çalışmaktadırlar (Fligstein, 1997; 2002). Güç, bireyleri ve nesneleri etkileyebilme ve kontrol edebilme yeteneği sayesinde elde edilen değerli kaynaklar bütünüdür (Giddens, 1984; 1994). Yatırımlarına uygun bir egemen mantık oluşturmak için uğraşan aktörler, gelişmiş örgütsel alanlar içerisinde yer alan bireylerin sosyal ilişkilerinin tanımlandığı kuralları sürekli yeniden kurgulamaya ve güçlerini korumaya gayret etmektedirler (Fligstein, 1997; 2002). Kurumsal girişimcilerin yerleşik mantıkları doğrudan değiştirebilmeleri mümkün değildir. Ancak girişimciler, mantıkların temelini oluşturan söylemi değiştirmeye yönelik etkili metinler üreterek değişimi yönlendirebilirler (Phillips ve diğ., 2004; Zilber, 2007). Bu nedenle kurumsal uğraş aslında söylemsel bir faaliyettir (Zilber, 2007; Munir ve Phillips, 2005).

3. SÖYLEMSEL FAALİYETLER: PATHOS, LOGOS VE ETHOS STRATEJİLERİ

Söylemsel faaliyetler toplum üyelerinin belirli bir kurumsal mantığı benimsemeleri için yazılı veya sözlü olarak yapılan kurumsal uğraşlar şeklinde tanımlanabilir (Zilber, 2007). Kurgulanan yeni bir mantığın toplum için uygun olduğu farklı retorikler eşliğinde savunulmakta ve ortaya çıkan ikna sürecinde Pathos, Logos ve Ethos stratejileri uygulanmaktadır (Aristotle, 1991). Bu bakımdan kurumsal mantıklar toplum için uygun olarak görülmeleri durumunda yaşamlarını sürdürebilmektedir. Toplumsal uygunluk ise kurumsal girişimcilerin ikna kaabiliyetleri ile doğru orantılı bir biçimde artmakta, ikna edilen bireylerin sayısının artması sayesinde kurumsal mantıklar toplumsal katmanlara yerleşmektedir (Fligstein, 1997; 2002).

Söylemsel faaliyetlerin ilkini oluşturan pathos stratejisi belirli uygulamaların benimsenmesinde toplum üyelerinin duygularına hitap etmeyi gerektirmektedir (Aristotle, 1991). Kurumsal girişimciler toplumun önem verdiği olgular üzerinden belirli bazı duyguları harekete geçirerek, savundukları mantığa taraftar toplayabilirler. Örneğin kendi kişilikleri üzerinden söylem üreten girişimciler, toplumsal kesimlerin kişisel duyguları ile empati kurmasını sağlayarak kendi tecrübelerini topluma aşılayabilirler (Fligstein, 1997; 2002). Bu olduğunda kurumsal girişimcilerin sahip olduğu sevgi veya öfke gibi duygular, toplum tarafından da kabul edilmekte ve savunulan mantığın toplumsal katmanlara yerleşebilmesi için kullanılmaktadır (Greenwood ve Suddaby, 2006). Öte yandan pathos stratejisi belirli bazı kişisel tecrübelerin geniş toplumsal kesimler tarafından da tecrübe edilebileceği varsayımına

dayanmakta, bu nedenle duygusal tecrübeyi paylaşmayan diğer bazı aktörlerce mantıksız veya ahlak dışı olarak görülebilmektedir (Aristotle, 1991).

Söylemsel faaliyetlerin ikincisini oluşturan Logos stratejisi toplum üyelerinin zekâsına yönelik metin üretimini sağlamaktadır (Aristotle, 1991). Bunu gerçekleştirmek için kurumsal girişimciler savundukları düşüncelere özgü kanıtlardan yola çıkarak yeni uygulamalara dair gerçekleri topluma sunmakta ve taraftar toplamaktadırlar (Greenwood ve Suddaby, 2006). Girişimciler tarafından topluma sunulan kanıtlar ispatlanmış ve tartışmaya açık olmayan olguları içermekte, bu yolla toplum üyeleri yeni düşünceleri içselleştirebilmektedir. Örneğin tarihsel açıdan ispatlanan vakalarda ne yaşanıldığının anlatılması ve sonuçlarının günümüze uyarlanması sayesinde toplum üyelerinde savunulan yeni uygulamaları benimseme isteği uyandırılabilir. Bu şekilde toplum üyelerinin mantıksal zekasına hitap eden metinler üzerinden sorgulamalar yapılabilir ve söz konusu sorgulamalar sonucunda elde edilen mantıksal çıkarımlar sayesinde yeni uygulamaların kurumsallaşması sağlanabilir (Fligstein, 1997; 2002).

Son olarak Ethos stratejisi uygulamaların ahlaki açıdan uygunluğu temelinde söylem üretimini sağlamaktadır (Aristotle, 1991). Ethos stratejisini uygulayan girişimciler aynı zamanda otoritelerini toplum önünde sergileyerek uygulamalarını meşrulaştırmaktadır (Greenwood ve Suddaby, 2006). Örneğin çocuklarına karşı bir otorite figürü olan anne ve babalar, kendi düşünce yapılarını ahlaken uygun gördükleri için çocuklarına aşılayabilirler. Öte yandan Ethos stratejisi kurumsal girişimcilere güvenilmesini sağlamakta ve bu yolla toplumsal kesimler ikna edilebilmektedir (Fligstein, 1997; 2002). Söz konusu stratejiyi kullanan girişimciler kendilerini savundukları mantığa hakim olarak göstermekte ve kendi ahlaki düşüncelerinden yola çıkarak, sosyal uygulamaların nasıl olması gerektiğine dair çıkarımlar yapmaktadırlar (Greenwood ve Suddaby, 2006).

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmada niteliksel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve söylem analizi yöntemleri kullanılarak Türkiye'de devlet ile sigorta işletmeleri arasındaki etkileşimler incelenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak sigorta mantığının gelişimini sorgulamak adına belgesel dokümanlar ve akademik yayınlar taranmış ve tarihi süreçte sigorta sektörünün kurumsallaşma süreci incelenmiştir. Bu analizin yapılmasındaki temel gerekçe bir sonraki aşamada gerçekleştirilecek olan yüz yüze mülakatlara katılan görüşmecileri başarılı bir şekilde yönetmektir. Bu nedenle ilk aşama olan doküman analizinden, dönemlere ilişkin temel özellikler listelenmiştir.

Bir sonraki aşamada ise 7 sektör temsilcisi ve 4 akademisyen üzerinden söylem analizi gerçekleştirilmiştir. Sektör temsilcilerinin her biri en az 10 yıl süreyle mesleki deneyime sahip kişilerden seçilmiştir. Seçim işlemi sırasında TOBB Sigorta Acenteliği İcra Komitesi Başkanlığından destek istenmiştir. Bu sayede girişimcilerin içerisinde bulundukları bağlamı değiştirmeye yönelik olarak nasıl bir strateji izledikleri anlaşılabilecektir. Elde edilen bulgular her bir aktöre özgü retoriksel stratejileri belirlemekte ve söz konusu stratejilerin yerel bağlam ile olan ilişkisini açıklamaktadır.

Bu aktörlerle gerçekleştirilen görüşmelerin metin parçaları şeklinde analizi için, öncelikle metinlerin retoriksel stratejilerden Pathos, Logos ve Ethos sınıflandırmasından baskın olarak hangisini yansıttığının belirlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle görüşmelerin tamamı etkinlik derecelerine göre metin parçalarına ayrılarak analize dahil edilmiş, sigorta kavramının benimsenmesi ve kurumsallaşması sürecindeki

bilgilendirme ve ikna unsurları tespit edilmiştir. Katılımcıların daha çok hangi retoriksel stratejileri kullanarak sigorta kavramını meşrulaştırdıkları, retorik bağlam ilişkisinin incelenmesi bakımında önemli görülmektedir. Yazındaki daha önce yapılmış araştırmalara dayanan bir kodlama şablonu oluşturulmuştur (Green ve diğ., 2008). Katılımcıların bulundukları bağlamı dikkate alarak hangi stratejik ikna unsurlarını kullandıklarının belirlenmesi, tümdengelimci bir analiz sürecinin izlenmesine yol açmıştır. Bu bakımdan girişimci stratejileri, sigorta kavramını çalışanların geleceğinin teminat altına alınması ve devlet himayesine kavuşturulması olarak görüyorsa Ethos, çalışanların performansının ve verimliliğinin artmasına yönelik bir araç olarak görüyorsa Logos, toplumsal eşitsizliklerin giderilmesi ve toplumsal adaletin sağlanmasına yönelik duygular şeklinde görüyorsa Pathos olarak kabul edilmiştir.

4.1. Doküman Analizi: Türkiye'de Sigorta Sektörünün Doğuşu ve Gelişimi

Türkiye'de sigorta sektörünün kurumsallaşması, Ererdi (1998) ve Kazgan ve diğ., (1998) tarafından üç döneme ayrılarak incelenmiştir. Her iki ayrım da benzer dönemleri nitelediğinden bu çalışmada aynı ayrıma sadık kalınarak bir değerlendirme yapılacaktır.

4.1.1. Birinci Dönem: Osmanlı İmparatorluğu'nun Son Dönemleri (1870-1923)

Osmanlı İmparatorluğu'nda sigorta faaliyetlerinin temelini Akdeniz üzerinden Avrupa'yla gerçekleştirilen ticari ilişkiler oluşturmaktadır. Her ne kadar ilk belirgin örnekler 19. yüzyıla dayansa da daha önceki tarihlere ait belgelerin, deniz sigortalarına ilişkin bir takım kanıtları ortaya koyduğu da bilinmektedir. Ancak sigorta sektöründe ivmeyi yaratan ilk hareket noktası olarak 1838 yılında gerçekleştirilen Balta Limanı Ticaret Anlaşması gösterilebilir. İngiltere ve Fransa gibi ülkelerin deniz nakliyat sigortasını zorunlu koşması, bu anlaşmayı takiben bazı liman kentlerinde sigortacılığın ortaya çıkmasına yol açmıştır. Ancak hukuki anlamda ilk düzenlemeye 28 Temmuz 1850 tarihli Kanunname-i Ticaret'in on birinci bölümünde rastlanmaktadır (Kohen, 2009: 13). Deniz ticaretiyle başlayan sigortacılık, bu süreçte yangın sigortasıyla da bir devamlılık göstermiştir. Büyük Beyoğlu yangını olarak bilinen yangın, Osmanlı İmparatorluğu'nda yangın güvenliği ve yangın sigortası için bir başlangıç olmuştur.

Osmanlı İmparatorluğu'nda tespit edilebilen ilk sigorta şirketleri; İstanbul'da faaliyet gösteren Neos Triton (1848), Hocabey Sigorta Kumpanyası (1849), Trieste Sigorta Kumpanyası (1853) ve RiunioneDiSicurta'dır (1862). 19. yüzyılda faaliyete geçen bu sigorta şirketlerinin ortak noktası Osmanlı Hükümeti'nden her hangi bir izin almaksızın ve her hangi bir hukuki düzenlemeye tabi olmaksızın kurulmalarıdır. Bu başıboşluk Osmanlı Hükümeti'nce 1906 yılında yapılan hukuki düzenlemelere kadar devam etmiştir (Kohen, 2009: 14). Bu süreçte Türk sigorta piyasasının karlılık arz etmesi ve hukuki anlamda denetimsizlik birçok yabancı sigorta şirketi için cazip fırsatlar sunmuştur. Yabancıların hakim oldukları sigorta piyasasında ilk poliçeler Fransızca ve İngilizce olarak düzenlenmiştir. Denetimsizliğin önemli bir sonucu olarak sigorta şirketleri, hasar ödemelerini çeşitli bahanelerle gerçekleştirmemişlerdir.

Sektörde yaşanan başıbozukluk meslek ahlakının bozulmasına ve gayri meşru bir rekabetin doğmasına yol açmıştır. Şirketler istedikleri zaman tek yönlü olarak poliçeyi fesih etme imkanına sahiplerdi. Bunun yanı sıra dava merci olarak Londra veya sigorta şirketin genel merkezinin yer aldığı ülkedeki yerel mahkemeler gösterilmekteydi. Yabancı sigorta şirketleri bu güçlerini kapitülasyonlardan almaktaydılar. Dolayısıyla Osmanlı kanunlarının bir bağlayıcılığı yoktu. Bu başıbozukluğun ve haksız rekabetin

giderilmesi adına yabancı sigorta şirketleri İstanbul'da "Yangın Sigorta Şirketleri Sendikası"nı kurdu. 12 Temmuz 1900 yılında ilk sigorta tarifesi olan yangın sigorta tarifesi belirlendi. İstanbul'da yangın haritaları çıkarıldı, ahşap olan riskli bölgeler belirlendi ve itfaiyenin imkanları genişletildi. 1907 yılında ahşap bina yasağı getirildi. Ancak tüm şirketlerin dahil olmadığı bu sendikanın ömrü çok uzun sürmedi ve uygulamaya konulan düzenlemeler çok sınırlı düzeyde etki sağlamış oldu. Osmanlı İmparatorluğu'nda sigorta şirketlerindeki yabancı ağırlığının temel nedeni sigortacılığın Müslümanlar için helal sayılmamasıdır. Padişah II. Abdulhamid'in fetvası, sigorta bedelinin helal olabilmesi için sigorta şirketinin merkezinin yabancı ülkede olmasını gerektiriyordu. Dolayısıyla yabancı hegemonyası uzunca bir süre devam etti.

Meşrutiyetin 24 Temmuz 1908'de ikinci kez ilan edilmesi Osmanlı İmparatorluğu'nda milliyetçi düşüncenin daha etkin olmasına yol açmıştır. Dinin yanlış yorumlanmasıyla ortaya çıkan olumsuz etkinin milliyetçilikle devam ettiği söylenebilir. Sigorta şirketlerinin isimleri bu süreçte Türkçeleşmiş, milli sermayeli sigorta şirketleri kurulmuştur. Bu süreçte, kanunlarda yapılan düzenlemeler yabancı sigorta şirketlerini denetim altına almayı amaçlamışsa da yabancı şirketler çeşitli Türk ortaklıklarla bu sorunları aşmayı başarmışlardır. 1911'de kurulan İhtiyat-ı Milli Hayat Sigorta Osmanlı Anonim Şirketi, 1892 yılında kurulan Osmanlı Sigorta Şirket-i Umumiyesi'nden sonra imparatorluk sınırlarında kurulan ikinci milli sermaye katkılı sigorta şirketi olmuştur. Bu şirketleri 1917 yılında kurulan Türkiye Milli Sigorta Şirketi ve 1918 yılında kurulan İttihad-ı Milli Osmanlı sigorta şirketleri izlemiştir.

Birinci Dünya Savaşı'nın çıkmasıyla tüm dünyada olduğu gibi Osmanlı'da da sigorta sektörü önemli bir yara almıştır. Savaş süresince çıkarılan yangınlardan hasar uğrayan evlerin hasar ödemeleri gerçekleştirilmemiş, birçok sigorta şirketi savaşın yıkıcı etkisine dayanamamıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun savaşta mağlup ilan edilmesi ile sigortacılığın Türkiye'deki kaderi büyük oranda etkilemiştir. 1908 yılında 120 sigorta şirketi faaliyet gösterirken, 1920 yılına gelindiğinde bu sayı 53'e gerilemiştir.

4.1.2. İkinci Dönem: Cumhuriyet Dönemi (1923-1984)

Bağımsızlık savaşının kazanılmasıyla düşman orduları Türkiye topraklarını terk etmiş, ancak geri çekilme süresince büyük tahripler gerçekleştirmişlerdir. 9 Eylül 1922'de İzmir'in geri alınmasıyla 13 Eylül'de Basmanede başlayan yangın dört günde birçok tarihi semtin büyük miktarda zarar görmesine yol açmıştır. Savaşın İngiliz ve Fransızlara karşı sürdürülmüş olması İngiliz ve Fransız merkezli Türkiye'deki sigorta acentelerinin meydana gelen hasarları harp klozu kapsamında değerlendirip ödememelerine yol açmıştır. Diğer yandan TBMM hükümeti bu ödemelerin gerçekleştirilmesi yönünde taleplerde bulunmuşsa da net bir sonuç alınamamıştır.

Cumhuriyet'in ilanını izleyen günlerde hükümetin sigorta şirketlerini tescile ve ihtiyat akçesi yatırmağa mecburiyeti, bazı şirketlerin mali durumlarının bozulması, Türkiye'nin iş sahasının daralması, sigortacılık açısından karlı bir faaliyet alanını oluşturan zengin ülke parçalarının sınır dışında kalması, nüfus mübadelesi ve İzmir Yangını nedeniyle mahkemelerden çıkan kararların belirsizliği bu sayının düşmesine hız katmış ve Cumhuriyet'in ilk yıllarında Türkiye'de faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin sayısı 53'e kadar inmiştir (Kazgan ve diğ., 1998). 1923 yılında İzmir İktisat Kongresi'nde sektörün sorunlarını çözmeye yönelik birtakım önlemler alınmışsa da bu önlemler sigorta sektörünün güvenilir ve etkin bir hal almasını sağlamada yeterli

olmamıştır. Ancak yine de kongrede poliçelerin İngilizce ve Fransızca yerine Türkçe düzenlenmesi zorunluluğu getirilmiştir.

Cumhuriyet'in ilk yılları sigortacılık açısından bir politikanın devlet tarafından geliştirilmediği yıllardır. Ancak girişimcilik anlamında ufak boyutlarda da olsa devletin katkıları da dikkati çekmektedir. Bu dönemde sigortacıları bir çatı altında birleştirip sorunlarını çözmek adına Sigortacılar Kulübü kurulmuştur. 1927 yılında 1149 sayılı Sigorta Şirketleri Teftiş ve Murakabesi Kanunu ve 1160 sayılı Mükerrer Sigorta Kanunu yürürlüğe girmiştir. Bu kanunlar ile sigorta sektöründe baş gösteren denetim sorununa çözüm getirilmesi amaçlanmış, ülke dışına döviz çıkışı önlenerek sigortacılıkta yerli sermayeli kurulan şirketlerin sayısı artması amaçlanmıştır. Ancak bu ilk yıllarda yerli sermaye ağırlıkta olmadığı gibi hali hazırda yabancı sermayeli şirketlerin egemenliğinin devam ettiği görülmektedir. 1929 yılında, sigortacılığın millileştirilmesine zemin ve imkân hazırlamak, reasürans primlerinin imkân nispetinde memlekette kalmasını sağlamak amacıyla, daha açık bir ifadeyle reasürans piyasasını milli çerçevede tutmak maksadıyla Milli Reasürans Şirketi kurulmuştur. Reasürans piyasasında tekelciliğin yaşandığı bu süreçte, suiistimallerin ve haksız rekabetin önlenmesi, ödemelerin zamanında yapılması ve güven kazanımı için Milli Reasürans'ın varlığı önemli sayılabilir. Bu süreçte sigorta şirketlerinin denetim ve kontrolü Milli Reasürans ve Ticaret Bakanlığı'nca sürdürülmüştür.

Devletin planlı sanayileşme politikalarını yürütmek üzere 1933'de kurulan Sümerbank tamamen yerli sermayeye dayanmak üzere 1935 yılında Güven Sigorta'yı kurdu. 1936'da ise bir diğer yerli sermayeye dayanan sigorta şirketi olarak Anadolu Sigorta tarafından Ankara Türk Sigorta şirketi kuruldu. 1929 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan ekonomik bunalım bir çok sanayi ülkesini etkisi altına almıştır. Bu süreçte bir Avusturya şirketi olan Phenix de Vienne'in Viyana'daki iflası nedeniyle iştirakçileri arasında bulunan Türkiye Milli Sigorta şirketi de zor duruma düşmüştür. Dolayısıyla bu şirketlerdeki hayat portföylerinin Milli Reasürans şirketinin müdahalesi ile zarardan kurtarılması üzerine, 1938'de hayat branşı üzerine çalışan şirketlerin riyazi ihtiyatlarının yurt içinde kalması, bu ihtiyatlarının ulusal amaçlarla kullanılması ve bu şirketlerin faaliyetlerinin daha sıkı denetlenmesi için 3392 sayılı kanun çıkarılmıştır.

1950'lerden sonra ulaştırma politikalarında karayolu ulaşımının ön plana çıkartılması ve 1953'den itibaren motorlu taşıt araçlarının Zorunlu Kaza Sigortası kapsamına alınması, sigortacılığın gelişmesinde önemli rol oynamıştır. 1950'lerde sigorta sektörü açısından en önemli gelişmelerin başında 1959'da yürürlüğe giren 7397 sayılı Sigorta şirketlerinin Murakabesi Hakkında Kanun gelmekteydi. Bu kanun ile sigorta şirketlerinin ve üretim araçlarının her türlü faaliyetlerini oluşturulacak uzman bir kurul tarafından denetleneceği; sigorta tekniği ve içeriğiyle uyuşmayan, sigortalının hak, hukuk ve çıkarını tehlikeye atan, sigorta şirketlerinin mali yapılarını zayıflatan rekabetin önünü almak amacıyla risturn ve fiyatta indirim yasaklanması; sigorta genel koşullarını standartlaştırmak ve tarife rejimine uygun olarak bir şirketten diğerine değişik şartlar değil, her bir şirket için aynı genel şartlar ve düzenleme uygulamasını sağlamak amacıyla sigorta genel şartlarının, tarife ve talimatnamesinin Ticaret Bakanlığınca düzenlemesi veya onayı, sigorta şirketlerinin bunların dışında muamele yapamayacakları, sigorta şirketlerinin güven telkin edecek niteliklerinin, mali ve teknik yapılarının yeterliliğinin sağlanması ve devamı, sigorta istihsalcileri ile sigorta eksperlerinin mesleki bir düzene bağlanması öngörülmüştür (Kazgan ve diğ., 1998). Bu kanunun çıkarılmasına en temel etken olarak özellikle 50'li yıllarda yıldızı parlayan

hayat sigortacılığının süreç içerisinde suiistimal, sahtekarlık ve boş vaatler ile güven azaltıcı bir noktaya getirilmesi gösterilebilir.

1960 yılında ordunun ülke yönetimine el koyması ile birçok kurumda olduğu gibi sigorta sektörü de denetim ve teftişten geçmiştir. Ancak bu denetim süreci, sigorta sektörünün gelişimi yönünde atılımcı çabaları içermemiştir. 1963 yılından itibaren Türkiye 5 yıllık kalkınma planları çerçevesinde planlı bir karma ekonomik model oluşturmaya başlamıştır. Planlı kalkınma döneminde ilk dört plan açısından bakıldığında, özel sigorta sistemine yönelik düzenlemelerin özellikle ikinci planla birlikte gündeme geldiği gözlemlenmektedir. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda özel sigorta sistemine ilgi gösterilmemiş ve hem plan hem de yıllık programlarda bu sisteme yönelik konular yer almamıştır. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ve Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı ile birlikte özel sigorta sistemine yönelik düzenlemeler yoğunlaşmıştır.

Devlet Planlama Teşkilatı, sigorta sistemini bir bütün olarak düzenlemeye yönelik birçok tedbir geliştirmiş olmasına rağmen yalnızca şirketlerin sayılarının sınırlandırılmasına yönelik almış olduğu tedbir hayata geçirilmiş, bunların dışında kalan ve sigorta sisteminin sorunlarını bir bütün olarak çözmeyi hedefleyen diğer tedbirler uygulamaya sokulamamıştır (Kazgan ve diğ., 1998). Bu süreçte sigorta sektöründe mevcut olan rekabetsizlik ortamı, sigortacılara bir rahatlık verdiği, buna bağlı olarak büyüme hedefinin de çok fazla ortaya çıkmadığı görülmektedir. Dönem içersinde özellikle sigorta şirketlerinin sayısının sabit tutulmasına yönelik plan kararının uygulanmasıyla birlikte rekabet unsuru olumsuz etkilemiş ve prim üretimi ve yıllık büyüme hızları ufak artışlar biçiminde sigorta sektörüne yansımıştır.

1974 yılında Kıbrıs Barış Harekatı'nın başlamasıyla ortaya çıkan ambargolar neticesinde ülke dışına döviz çıkışı engellenmiş, reasürörlere olan döviz cinsinden borçlar ödenemez duruma gelmiştir. 1970'lerin sonlarına doğru ülkede hakim olan karmaşa ve terör olayları çok sayıda yangın hasarının meydana gelmesine yol açmıştır. Bu süreç, 12 Eylül 1980 tarihinde ordunun yönetime el koymasıyla farklı bir yön kazanmıştır.

4.1.3. Üçüncü Dönem: Dışa Açılma ve AB Süreci (1984-……)

Sigorta sektörü açısından 1980'li yıllar, devletin sektör üzerindeki göreceli kontrolünün azaldığı ve sektörde liberalleşme hareketlerinin gündeme geldiği yıllar olarak karşımıza çıkmaktadır. 1980 sonrasında ekonomide yaşanan liberalleşme eğilimleri sigorta sektörünü de etkisi altına almıştır. Bu süreçte yeni sigorta şirketlerinin kuruluşunun serbest bırakılması, yabancı şirketlere yönelik düzenlemeler, şirket sermayelerinin güncelleştirilmesine yönelik düzenlemeler, serbest tarife sistemi'ne geçiş, hayat ve hayat dışı branşların ayrılması gibi düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Hazine'nin yeni şirket oluşumlarına yeşil ışık yakmasıyla birlikte, sektöre yerli ve yabancı sermayenin ilgisi artmaya başlamış ve şirket sayılarında belirgin artışlar olmuştur. 1987 yılında yürürlüğe giren 3379 sayılı yasa ve 7309 sayılı yasayla, yasal alandaki boşlukları doldurmak üzere çeşitli ara kanun hükmünde kararnameler, düzenlemeler ve değişiklikler yapılmıştır. Bu kanun, sigorta ile ilgili organlar ve faaliyetlerini düzenleyen yönetmelikler çıkarılmasını öngörmüş, sigorta şirketleri Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlanarak mali yapının güçlendirilmesi amaçlanmıştır.

1990 yılında gelişmiş ülkelerdeki rekabetçi piyasalar benzeri bir model yaratmak adına Serbest Tarife Sistemi'ne geçilmiştir. Bu sistem ile sigorta şirketlerine hayat sigortası ve zorunlu sigortalar hariç, serbest prim tarifesi uygulayabilmek hakkı sağlanmıştır. 1993 yılından itibaren çıkarılan kanun hükmünde kararnameler (KHK) ile 7397 sayılı kanunda birtakım düzenlemelere gidilmesi ihtiyacı duyulmuştur.

1980 sonrası dönemde prim üretiminin reel büyüklüğünde de önemli artışlar gerçekleşmiş ve yıllık ortalama büyüme hızlarına da bu durum yansımıştır. 1982 yılında reel prim üretimi yıllık yüzde 21,5, 1985'de yüzde 37,1, 1990'da yüzde 32,3 ve 1993'de yüzde 25,7'lik bir büyüme göstermiştir. 1981-1990 döneminde sektörün reel prim üretimi ortalama yıllık büyüme hızı yüzde 14,7 olarak gerçekleşmiş ve aynı dönem hizmetler sektörünün yıllık ortalama büyüme hızının (yüzde 5,7) çok üstüne çıkılmıştır (Kazgan ve diğerleri, 1998).

2000 yılında, yaşanan büyük depremleri takiben konutlar için zorunlu hale getirilmiş deprem sigortalarını yürütmek amacıyla "Doğal Afet Sigortaları Kurumu" (DASK) havuzu oluşturulmuş, yönetimi beş yıllık bir süre ile Millî Reasürans T.A.Ş.'a verilmiştir. 28 Mart 2001 tarihinde, Türkiye'de uzun vadeli fon birikimini sağlamak amacıyla kabul edilen "Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu" yayımlanmış ve bireysel emeklilik sistemi 27 Ekim 2003 yılında faaliyete geçmiştir. 2005 yılında ise 5363 sayılı Tarım Sigortaları Kanunu yasalaşmış ve kanun ile birlikte devletin prim desteği sağlanarak dolunun yanı sıra don ve kuraklık sigortalarına teminat verilmiştir. Devletin Tarım Sigortalarına yapmış olduğu yüzde 50 prim desteği ile çiftçiler, ürünlerini, hayvanlarını, seralarını sigortalamada kolaylığa kavuşmuşlardır.

Fark edileceği üzere Türkiye ekonomisindeki gelişmeler ve dünya ekonomisi ile entegrasyon politikaları çerçevesinde son yıllarda mali sektörde yaşanan gelişmelere paralel olarak sigortacılık alanında büyük atılımlar gerçekleşmiştir. Yaygınlaşan sigortacılığa bağlı olarak sektörün artan ihtiyaçlarına cevap verici nitelikte ve rekabet gücünü arttırıcı yönde gerekli düzenlemelerin yapılarak sektörde bazı önlemler alınması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle 2007 yılının Haziran ayında Cumhuriyet Dönemi'nden bugüne beklenen ve sektörün gelişmesinde dönüm noktası kabul edilen 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu yürürlüğe girmiştir. Yeni Kanun, sigorta şirketleri, acenteler, brokerler, reasürans şirketleri eksperler, aktüerler ve diğer sigorta faaliyetiyle uğraşan kuruluşların; varlıklarının, iştiraklerinin, alacaklarının, öz kaynaklarının, borçları ile mali bünyeyi ve idari yapıyı etkileyen tüm unsurların tespit ve tahliline yönelik yeni düzenlemeler ve daha etkin bir denetim sağlama amacını taşımaktadır.

Ayrıca sağlıklı sigorta verilerini kullanabilmek için Sigorta Bilgi Merkezleri kurulmuş, sigortacılık eğitimini yaygınlaştırmak için Sigortacılık Eğitim Merkezi kurulmuş, Acente ve eksperler için TOBB bünyesinde mesleki örgütlenme getirilmiş, Eksperlik ve acentelik sistemleri yeniden düzenlenmiştir, sigortalı ile sigorta şirketi arasındaki ihtilafların hızlı çözümü için "Tahkim" müessesesi öngörülmüştür. Ayrıca işletmelere, mali bünye zafiyeti durumundaki müdahale sistemi daha etkin bir konuma getirilmiştir.

4.2. Söylem Analizi ve Bulgular

Türkiye'de sigortanın gelişiminde meydana gelen önemli olayların analizi için kurumsal girişimciler ile yapılan mülakatlardan yararlanılmıştır. Yüz yüze mülakat tekniği kullanılarak yapılan görüşmelerin incelenmesinde ise söylem analizinden yararlanılmıştır. Söylem analizi kelimelerin anlamlarının bazı büyük ölçekli düşünce

sistemlerini temsil edebileceği fikrine dayanmakta ve belirli bir metinde anahtar kelimelerin belirlenmesi sayesinde konuşmanın altında yatan söz konusu düşünce sistemlerinin ne olduğunun farkına varılabilmesine olanak sağlamaktadır. Bu bakımdan çalışmada araştırılan düşünce sistemleri Pathos, Logos ve Ethos retorikleridir. Her üç retoriğin görüşmelerde hangi anahtar kelimeler tarafından sıklıkla temsil edildiğinin analizi sonucunda kodlama şablonları oluşturulmuştur. Kodlama şablonları retorikleri yansıtan anahtar kelimelerden meydana gelmekte ve önemli olayların hangi retorikle ilişkilendirilebileceğini ortaya çıkarmaktadır. Yapılan mülakatlar bir önceki aşamada değinilen üç ayrı evreyi destekler nitelikte çıkmıştır. Çalışmada bu evrelerin içerisinde gelişen önemli olaylar ayırt edilmiş ve olay sıralaması tekniği kullanılarak baskın retorikler açığa çıkarılmıştır.

Türkiye'de sigorta sektöründe 1870'lerden başlayarak gelişen temel olayların analizi olay sıralaması tekniğini gerekli kılmaktadır. Bu nedenle sektörde oluşan dönüm noktaları sıralanmıştır. Olay sıralamasının ardından girişimcilerin söylemleri analiz edilmiş, söz konusu söylemlerin Pathos, Logos ve Ethos olarak sınıflandırılan farklı retoriklerden hangisini baskın olarak yansıttığı, kodlama şablonu kullanılarak sınıflandırılmıştır. Kodlama şablonu yazında söz konusu retoriklerin nasıl tanımlandığı araştırılarak toplanan anahtar kelimelerin, yazıya dökülen mülakat metinleri ile karşılaştırılması sayesinde elde edilmiştir. Birbiriyle örtüşen anahtar kelimelerin bulunması sonucunda kelimeler kodlama şablonuna eklenmiştir. Çalışmada anahtar kelimelerin girişimci söylemleri ile örtüşmesine dikkat edilmiş ve belirli bir retoriğin nasıl kullanıldığı söz konusu kelimeler üzerinden incelenmiştir. Osmanlı Döneminden günümüze sigorta sektörünün gelişiminde önemli olarak görülen olayların sıralanması, üç dönem şeklinde sınıflandırılması ve kullanılan retorikler ile uyumu aşağıda gösterilen tablo 1, 2 ve 3'te özetlenmektedir.

Tablo 1. Birinci Dönem Retoriği Kodlaması

Dönem	Ortak Söylemler	Anahtar Kelimeler	Retorik Stratejisi
1870 - 1923	"…1870'den önce Osmanlı Döneminde sigorta ***şeriat*** kuralları gereği ***caiz*** olarak görülmüyordu…" "…Kapütülasyonları kullanarak ***ecnebi*** devletler padişah üzerinde ***baskı*** yaptılar ve sigorta fikrini ilk kez yabancılar Osmanlı topraklarına getirdiler…" "…Osmanlı Döneminde ***şeyhülislam*** Müslüman sermayeli bir sigorta şirketinin kurulmasına izin vermiyordu, be nedenle yalnızca ***ecnebiler*** sigorta işlerini yapıyorlardı…" "…Osmanlı Döneminde yalnızca ***ecnebi*** sigorta şirketleri vardı ve bunlar şube açmak suretiyle Osmanlı topraklarına faaliyet gösteriyorlardı…" "…***Ecnebi*** sigorta şirketleri İstanbul ve İzmir gibi gayri müslimlerin çoğunlukta olduğu bölgelerde faaliyet gösteriyorlardı…" "…1870-1920 arası ***ecnebi*** sigorta şirketlerinin sayısı çok artmıştı, bu sayıyı yaklaşık 120 olarak söylemek mümkün…" "…Osmanlı Döneminde sigorta sektöründe hukuki bir düzenleme ve ***adalet*** yoktu…" "…Kapitülasyonların avantajını kullanan ***ecnebi*** devletler kendi düzenlerini Osmanlı topraklarında işletiyorlardı ve bu halk arasında ***eşitsizliklere*** neden oluyordu…" "…Bir sigortalı ***İngiliz*** sigorta şirketinden sigorta satın	• Korku, • Şeriat, • Günah, • Caiz, • Baskı, • Ecnebi, • Eşitsizlik, • Adalet	Pathos

	alırsa ve anlaşmazlık yaşanırsa, yetkili mahkeme ***İngiliz*** mahkemesi oluyordu, ***Fransız*** sigorta şirketi için ise ***Fransız*** mahkemesi yetkiliydi…" "…Osmanlı Dönemi sigorta sektöründe bir denetim yoktu, bir başı boşluk vardı, bundan faydalanan ***ecnebiler*** kendi istedikleri gibi hareket edebildiler…"		

Tablo 2. İkinci Dönem Retoriği Kodlaması

Dönem	Ortak Söylemler	Anahtar Kelimeler	Retorik Stratejisi
1923-1984	"…Cumhuriyet'in ilanının ardından sigorta sektöründe ***millileştirme*** ve ***yerli*** sigorta şirketlerinin güçlendirilmeye çalışıldığını görüyoruz…" "…Bu dönemde aslında tamamen ***devletin*** kontrolünde bir sigorta sektörünün oluşumu amaçlanmaktaydı…" "…Bu dönemde ***Devlet*** sigorta piyasasının ***milli*** sermaye ile güçlenmesini istiyordu..." "…Osmanlı dönemindeki yabancı sigorta şirketlerinin tamamı ***savaş*** sonrasında ülkeyi terk etmişlerdi, geride yalnızca ***yerli*** sermayeli şirketler kalmıştı..." "…***Yerli*** sermayeli sigorta ve reasürans şirketlerinin sayıca artması ve bunların ***devletçe*** desteklenmesi isteniyordu…" "…Aslında darbelerin yaşandığı yıllarda ***devletin*** piyasa üzerindeki ***otoritesinin*** çok daha fazla arttığını görüyoruz, örneğin 1960-1984 arası yeni bir sigorta şirketinin kurulmasına bile izin verilmemişti…" "…Bu yıllarda ***zorunlu tarife*** sistemi vardı, yani primleri ***devlet*** belirliyordu…" "…Bu yıllarda yurt dışına döviz çıkışını engellemek adına ***milli*** reasürans kuruluyordu…" "… Böyle bakınca ilk ***kanunların*** ve sigorta ***mevzuatının*** bu dönemde çıkarılmış olması şaşırtıcı değil, bu yıllarda sektörü uzun yıllar götürecek çok sayıda ***kanun*** çıkarıldı ve sektör ***yasal*** bir zemine oturtuldu…" "…Yine de bu dönemde ***modern*** bir sigortacılıktan bahsetmek mümkün değil, batılı devletlerin çok gerisindeydik ama sektörün çoğuna ***yerliler*** hakimdi…"	• Ahlaki, • Milli, • Uygun, • Yerli, • Devlet, • Otorite, • Uzmanlık, • Barış • Savaş	Ethos

Tablo 3. Üçüncü Dönem Retoriği Kodlaması

Dönem	Ortak Söylemler	Anahtar Kelimeler	Retorik Stratejisi
1984-……	"…1980 sonrasında ***liberal*** düşünceler eşliğinde devletin sektördeki etkisinin azalmaya başladığını görüyoruz…" "…***Piyasanın*** batılı ülkelerdeki gibi ***liberal*** bir şekilde işlemesi gerektiği düşüncesinin yaygınlaşması karşımıza çıkıyor…" "…***Liberal*** akım eşliğinde zorunlu tarifeden ***serbest*** tarifeye aşamalı geçişler başladı, sigorta şirketlerinin primlerini kendileri belirlemeleri gibi…" "…***Rekabetçi piyasa*** baskın unsur olarak belirdi…" "…2000'li yıllarla birlikte AB ***uyum*** kriterleri kapsamında ***piyasanın*** baştan aşağıya revize edildiğini	• Performans, • Verimlilik, • Etkililik, • Rekabet, • Piyasa, • Liberal, • Geçerli • Bilimsel	Logos

görüyoruz, ağır hukuki yaptırımlar ve sorumluluklar getiriliyor…” “…Yeni sigortacılık kanunu, havuz sistemleri, sigorta ***bilgi merkezleri,*** sigortacılık ***eğitim merkezlerinin*** kurulması bu dönemde yaşanıyor…” “…Aslında bu dönemde devletin düzenleyici etkisi devam ediyor ancak yalnızca ***oyunun kurallarını*** belirliyor…” “…Devletin amacı artık AB ile ***rekabet*** edecek ve ***uyum*** sağlayacak bir sektör yaratmak, tüm düzenlemelerin AB ile ***uyumlu*** hale getirilmesi amaçlanıyor…” “…Yabancıların geri dönüşü yaşanıyor ve ***rekabet*** artıyor, sektörün yüzde 90’ı yabancılaşıyor, satın almaların ve ortaklıkların sayısı çok fazla artıyor…” “…Bu dönemde sektörün ***performansı*** ve ***verimliliği*** artıyor, dünya devi şirketler piyasaya giriyor…” “…Sigorta ***eğitiminin*** ve ***eğitimli*** işgücünün yaratılması için sigortacılık ***eğitim merkezleri*** kuruluyor…” “…Sağlıklı ve ***bilimsel veriler*** için ***bilgi merkezleri*** kuruluyor, bu merkezler sayesinde sigorta yaptırmayanlar ve suistimaller ortaya çıkıyor…”	

Sigorta fikrinin ülkemizdeki doğuşu 1870’li yıllara denk gelmiş ve yaklaşık 50 yıla yakın bu düşünce, belirli retoriksel stratejilerle sürdürülmüştür. Mülakatlar neticesinde elde edilen anahtar kelimeler yukarıda da değinildiği gibi Pathos, Ethos ve Logos stratejilerinin devlet tarafından kontrollü bir şekilde kullanıldığını göstermektedir. Kurumsallaşma sürecinin başlangıç evresi olan ilk dönemde sigorta endüstrisinin iki duygusal değişene bağımlı olduğu gözlemlenmiştir. Yüz yüze mülakatlar, sigorta endüstrisindeki kurumsallaşmanın “günah” ve “gayri Müslim işi” olmasıyla mücadele etmiştir. O dönemde halk üzerinde din yoluyla yaratılan korku, sigorta işletmelerinin kurumsallaşmasını önemli ölçüde engellemiştir. Buna ek olarak yabancı sigorta şirketlerinin kapitülasyonlardan gelen ayrıcalıklarını sigorta sistemi içinde kullanması, sigortalıların yasal haklarını aramaları önünde birçok sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu nedenle mülakatlar neticesinde sıklıkla tekrar edilen söylemler, “korku, şeriat, günah, caiz, baskı, ecnebi, eşitsizlik, ve adalet” gibi kavramlar olmuştur. Dolayısıyla bu ilk dönem, duygu temalı Pathos stratejisinin daha baskın olduğu bir dönemdir.

Cumhuriyet’in ilanından 80’li yılların ortalarına kadar geçen süreçte devletin rolü değişmiştir. Devletin birinci dönemdeki haksız ve ussal olmayan uygulamalara tepki geliştirdiği ve bu kapsamda sektörün ahlaki ve etik bir yapıya kavuşturmayı amaçladığı görülmüştür. Devletin bir önceki dönemde temkinli ve uzak duruşu bu dönemde kalkındırma ve geliştirme misyonuna dönüşmüştür. Bu nedenle “etik” temalı söylem olan “ahlaki, milli, uygun, yerli, devlet, otorite, uzmanlık, barış ve savaş” gibi kavramların daha sık telaffuz edilir olduğu bir döneme girilmiştir. Bu dönemin işletmelere yüklediği görev ahlaki davranışın sektörel gelişim için önemli olduğu, devletin de bunun garantörü olacağı düşüncesidir. Devletin kurumsallaşma sürecindeki bu etkisi, her ne kadar siyasi ve askeri çalkantılardan etkilenmiş olsa da oyunun kurallarının netleştirilmesi ve kurumsallaşmanın ancak yasal bir zemine oturtularak sağlanacağı görüşünün ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Kurumsallaşma sürecindeki üçüncü dönem, rasyonel eylemlerin uygulandığı bir dönemdir. Bu dönem Avrupa Birliğine uyum sürecine denk gelmiştir. O güne kadar geri kalmış olarak nitelendirilen Türk sigortacılık endüstrisi, 2000'li yılların sonuna doğru dünyada benzeri olmayan modern uygulamaları benimsemiş ve bunların yasal alt yapılarını tamamlamış bir konuma gelmiştir. Bu dönemde devlet yine işletmeler üzerinde yaptırım gücünü ve kural koyucu etkisini hissettirmiştir. Ancak bu dönemin diğer dönemlerden en belirgin farkı, devletin sektöre yönelik beklentisinin önemli bir artış göstermesidir. Gelişmiş ülkelerdeki sigorta endüstrisinin dünya finans sistemi içindeki etkinliğine bağlı olarak devletin bu alandaki beklentisi de artmıştır. Devletin bu dönemdeki temel amacı gelişmiş ülkelerdeki sigorta mantığına eş değer bir seviyeye ulaşılabilmesi için sigortacılık sektörünün yeniden yapılandırılmasıdır. Zira devletin temel beklentisi uluslar arası rekabet edebilir ve karlı bir piyasa yaratmak olmuştur. Sonuç olarak "performans, verimlilik, etkililik, rekabet, piyasa, liberal, geçerli ve bilimsel" gibi kavramların daha sık telaffuz edilir olduğu bir dönem yaşanmıştır. Retorik stratejilerinin dönemsel karşılaştırması tablo 4'de verilmektedir.

Tablo 4. Retorik Stratejilerinin Dönemsel Karşılaştırması

Dönem	Anahtar Kelimeler	Söylem	Retorik Stratejisi
1870 - 1923	Korku, şeriat, günah, caiz, baskı, ecnebi, eşitsizlik ve adalet	Duygusal Söylem	Pathos
1923 - 1984	Ahlaki, milli, uygun, yerli, devlet, otorite, uzmanlık, barış ve savaş.	Etik Söylem	Ethos
1984 - ……	Performans, verimlilik, etkililik, rekabet, piyasa, liberal, geçerli ve bilimsel.	Mantıksal Söylem	Logos

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Retoriksel stratejiler belirli bazı sosyal olguların toplum içerisinde kurumsallaşması açısından bir süreklilik sergilemekte ve Pathos, Logos ve Ethos şeklinde sınıflandırılmaktadır (Aristotle, 1991). Bu açıdan bakıldığında toplumun önemli kesimlerini temsil eden kurumsal girişimciler kullandıkları söylem yoluyla etkili metinler üretmekte ve savundukları sosyal olgulara dair düşüncelerin yayılımını sağlamaktadırlar. Çalışmada söz konusu yayılımın hangi retoriksel stratejiler eşliğinde gerçekleştiği incelenmiş ve sigorta olgusunun Pathos, Ethos ve Logos stratejilerinden her üçünün de kullanılarak kurumsallaştığı bulgulanmıştır. Ayrıca sigortanın ne olduğuna ve önemine ilişkin düşüncelerin Türkiye bağlamında yayılımının farklı dönemlerde farklı retoriksel stratejilerin kullanımını gerekli kıldığı gözlemlenmiştir. Yazında bağlam retorik ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde retoiklerin kullanımında belirli bir sıranın takip edildiği savunulmaktadır. Bu sıralama Pathos, Logos ve Ethos şeklinde gerçekleşmekte ve farklı bağlamlarda farklı kurumsallaşma süreçlerinin oluşabildiği ileri sürülmektedir (Green ve diğ., 2008).

Çalışma sonucu ortaya konan bulgular, Türkiye'de sigortacılık sektöründeki kurumsallaşma sürecinin yazındaki sıralamadan farklı bir görünüm sergilediğine işaret etmektedir. Cumhuriyet dönemi öncesi Osmanlı döneminde sigortanın uzun yıllar Müslüman kesim tarafından caiz kabul edilmemesi, yabancıların ve gayri Müslümlerin sigorta sektörüne hakim olmasını sağlamıştır. Bu süreç içerisinde sigorta dini temeller üzerinden yorumlanmış ve bu nedenle günah ve korku gibi toplumsal duygular Pathos

retoriği eşliğinde sigortanın kurumsallaşmasını doğrudan etkilemiştir. Cumhuriyet'in ilanının ardından ise sigorta sektöründeki yabancı hakimiyetinin sonlandırılması ve yerli sermayenin sektöre hakim olması amaçlanmıştır. Bu dönemde devlet otoritesi ve millileştirme gibi toplumsal değerler ön plana çıkmış, sigortanın devlet eliyle millileştirilmesi düşüncesi giderek yayılmıştır. Bu dönemin bir başka özelliği Ethos retoriğine uygun olarak uzmanlık ve uygunluk gibi devletin özelliklerine dair unsurların önem kazanması olmuştur. 1980 sonrası dönemde ise piyasa mekanizmasının güçlenmesi sonucunda sigortanın bir rekabet unsuru şeklinde algılanması gerçekleşmiştir. Logos retoriği eşliğinde etkililik ve verimlilik gibi teknik değerler bireylerin zihinlerini oldukça fazla meşgul etmiş, bu nedenle sigortaya bilimsel bir yaklaşım gelişmiştir.

Çalışmada daha önce yapılan araştırmalarda yer alan ve belirli bazı sosyal olguların hangi retoriksel stratejiler izlenerek kurumsallaştığı sorusuna yanıt arayan çalışmalara destek bulunmaktadır. Ayrıca farklı bağlamlarda farklı retoriklerin daha baskın olabileceği düşüncesine paralel olarak, Türkiye bağlamında sigorta Pathos, Ethos ve Logos retorikleri sıralaması sonucunda kurumsallaşmıştır. Sıralama farklılığının bağlama bağlı olarak bir değişiklik göstermesinin, sigortanın doğasından kaynaklandığı söylenebilir. Sigorta ilk olarak İngiltere ve Almanya gibi yabancı ülkelerde oluşarak Türkiye'ye aktarılmıştır. Aktarılan yabancı bir sosyal olgu olarak sigorta, diğer bağlamlardan farklı olarak Türkiye bağlamında da Pathos, Ethos ve Logos stratejilerini izleyerek kurumsallaşmış, bu bakımdan sigortanın bulunduğu bağlama özgü özellikleri ön plana çıkmıştır. Bir toplumsal olgu şeklinde incelendiğinde sigorta, bulunduğu bağlama özgü değerleri içselleştirebilmekte, bunun yanında bulunduğu bağlam fark etmeksizin uygulamaya dönük uluslararası özelliklerini de belirli bir ölçüde koruyabilmektedir.

KAYNAKÇA

ARISTOTLE, (1991), The Art of Rhetoric. London, UK: Penguin Classics

BARLEY, S.R. ve KUNDA, G. (1992), "Design and Devotion: Surges of Rationaland Normative Ideologies of Control in Managerial Discourse", Administrative Science Quarterly, cilt: 37, S.3, ss.363-399.

BECKERT, Jens. (1999), "Agency, Entrepreneurs and Institutional Change: The Role of Strategic Choice and Institutionalized Practices in Organizations", Organization Studies, cilt 20, S.5, ss.777-799.

BLUMER, Herbert. (1986), Symbolic Interactionism: Perspective and Method. EnglewoodCliffs, NJ: PrenticeHall.

BOURDIEU, P. (1977), Outline of a Theory of Practice. Cambridge: Cambridge University.

BOURDIEU, P. (1990), TheLogic of Practice. Stanford, CA: Stanford University.

CHILD, J, LU, Y. ve HUNG, S. (2007), Institutional Entrepreneurship in Building an Environmental Protection System for the People's Republic of China. Organization Studies, cilt:28,S. 7, ss.1013-1034.

DIMAGGIO, Paul.(1988), Interest and agency in institutional theory. L.G. Zucker (Der.), Institutionalpatternsandorganizations: Cultureand Environment. Cambridge, Massachusetts.Ballinger:3-21.

DIMAGGO, Paul. (1997), "Culture and Cognition", Annual Review of Sociology, cilt, 23, ss. 263-287.

DIMAGGIO, P. J. ve POWELL, W. W. (1991), Introduction. W. W. Powell ve P. J. DiMaggio, (Der.), The New Institutionalism in Organizational Analysis, 1-38. Chicago: University of Chicago.

ERERDI, H.Cemal. (1998), Sigortacılığımızın Tarihi. Commercial Union Yayınları. İstanbul

FLIGSTEIN, Neil. (1997), "Social skill and institutional theory", American Behavioral Scientist, cilt: 40, ss. 397-405.

FLIGSTEIN, Neil. (2002). The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-first-century Capitalist Societies, Princeton, N.J: Princeton University Press.

GARUD, R, HARDY, C. ve MAGUIRE, S. (2007), "Institutional entrepreneurship as embedded agency: an introduction to the special issue", Organization Studies, cilt, 28, ss.957-969

GİDDENS, Anthony. (1984). The Constitution of Society: Outline of theTheory of Structuration. UK: Polity Press.

GIDDENS, Anthony. (1994). Sociology Second Edition. UK: Polity Press.

GREEN, S. E. BABB, M. ve ALPASLAN, C. M. (2008), "Institutional field dynamics and the competition between institutional logics: The role of rhetoric in the evolving control of the modern cooperation", Management Cooperation Quarterly, cilt: 22, S,40, ss.40-73.

GREENWOOD, R. ve SUDDABY, R. (2006), "Institutional Entrepreneurship in Mature Fields: The Big Five Accounting Firms", Academy of Management Journal, cilt: 49, S,.1, ss. 27-48.

JEPPERSON, Ronald. (1991), Institutions, institutional effects, and institutionalism.,W. W. Powell ve P. J. DiMaggio (Der.), The new institutionalism in organizational analysis, Chicago, IL: University of Chicago Press.

KAZGAN, H. SOYAK, A. ve KORALTÜRK, M. (1998), Cumhuriyetin 75 yıllık Sigortacısı Koç Allianz, Creative Yayıncılık. İstanbul.

KOHEN, David. (2009), Mal Canın Yongasıdır, İstanbul, Osmanlı Bankası Araştırma Merkezi Yay.

LAWRENCE, T. B., ve SUDDABY. R. (2006), Institutions and institutional work, S. R. Clegg, C. Hardy, T. B. Lawrence, W. R. Nord, (Der.), Handbook of organization studies, London, UK: SAGE.

LEBLEBİCİ, H. SALANCIK, G. R., COPAY, A. ve KING, T. (1991), "Institutional change and the transformation of interorganizational history of the U.S. radio broadcasting industry", Administrative Science Quarterly, cilt:36, S.3, ss. 333–363.

MAGUIRE, S. HARDY, C., ve LAWRENCE, T. B. (2004), "Institutional Entrepreneurship in Emerging Fields: HIV/AIDS Treatment Advocacy in Canada", Academy of Management Journal, cilt:47, S.5, ss.657-679.

MEYER, W.John. (1994), Rationalized environments. W. R. Scott ve J. W. Meyer (Der.),Institutional environments and organizations: Structural complexity and individualism,Thousand Oaks, CA: SAGE.

MEYER, Michael. (2009), Retorik. İ. Yerguz (Çev.), Ankara: Dost Kitabevi

MORRILL, Calvin. (2014), "Institutional Change Through Interstitial Emergence: The Growth of Alternative Dispute Resolution in American Law, 1965-1995", (erişim adresi:

http://webuser.bus.umich.edu/organizations/smo/protected/resources/morrill.pdf), (erişim tarihi: 10.03.2014).

MUNIR, K. A. ve PHILLIPS, N. (2005), "The Birth of the "Kodak Moment": Institutional Entrepreneurship and the Adoption of New Technologies", Organization Studies, cilt:26, S.11, ss.1665-1687.

ÖZEN, Ş.ve BERKMAN, Ü. (2007), "Cross-national Reconstruction of Managerial Practices: TQM in Turkey", Organization Studies, cilt:28, S.06, ss.825-851.

PHILLIPS, N., LAWRENCE, T., ve HARDY, C. (2004), "Discourse and Institutions", Academy of Management Review, cilt: 29, S.4, ss.635-652.

PURDY, J. M. ve GRAY, B. (2009), "Conflicting logics, mechanisms of diffusion and multilevel dynamics in emerging institutional fields", Academy of Management Journal, cilt:52, S.2, ss.355-380.

RAO, H. MORRILL, C., ve ZALD, M. N. (2000), Power Plays: How Social Movements and Collective Action Create New Organizational Forms. Corporations, Classes and Social Movements After Managerialism. B. M. Staw, R. I. Sutton (Der). Research in Organizational Behavior, Vol: 22, New York: JAI Press.

SHERER, P. D. ve LEE, K. (2002), "Institutional Change in Large Law Firms: A Resource Dependency and Institutional Perspective", The Academy of Management Journal, cilt:45, S.1, ss.102-119.

SUDDABY, R. ve GREENWOOD R. (2005), "Rhetorical Strategies of Legitimacy, Administrative Science Quarterly, cilt:50, ss.35–67.

SYMON, Gillian. (2000), Everyday Rhetoric: Argument and persuasion in everyday life", European Journal of Work and Organizational Psychology, cilt:9, S.4, ss.477-488.

ZILBER, B. Tammar. (2007), "Stories and the Discursive Dynamics of Institutional Entrepreneurship: The Case of Israeli High-tech after the Bubble", Organization Studies, cilt:28,S.7, ss.1035-1054.

The Role Of Retorical Strategies On The Process Of Institutionalisation: A Qualitative Analysis Of Insurance Industry in Turkey

Mustafa GÖKOĞLU
Dokuz Eylül University
İzmir, Turkey
mustafa.gokoglu@fiu.edu

Erdem KIRKBEŞOĞLU
Başkent University
Faculty of Commercial Science
Ankara, Turkey
erdemk@baskent.edu.tr

Şule TUZLUKAYA
Atılım University
Faculty of Management
Ankara, Turkey
stuzlukaya@atilim.edu.tr

Extensive Summary

Institutions can be defined as programmed social actions to enable some behavioral patterns to be exhibited under certain conditions (Jepperson, 1991). The institutional logics, on the other hand, reflect the body of rules on the basis of the organizations they represent and we face with them in every single sphere of the life as the social structures. The logics which provide the formation of the social behavior patterns are activated within the scope of particular contexts and in case an individual is in this particular context, it affect the point of view, attitudes, preferences and tendencies directly (DiMaggio, 1997).

The researches focusing on the relation between the individual and the context are generally concentrating on cultural differences and they miss the social patterns as a result of the micro actions of the entrepreneurs. However, there may be new social structures as a result of intended actions of institutional entrepreneurs and these structures may reflect the ideas and point of views (DiMaggio, 1988). The entrepreneurs use various rhetorical strategies during the institutionalization of a new model aiming to meet a societal requirement (Suddaby and Greenwood, 2005). The rhetorical strategies are classified as Pathos, Logos and Ethos (Aristotle, 1991). While the Pathos strategy is producing texts for emotional perceptions of people like fear, trust, mercy; the Logos states the reasonable perception such as efficiency, productivity and performance, and the Ethos mentions the moral elements like traditions, just, right to form texts (Aristotle, 1991).

This study examines the institutional entrepreneurs producing texts through rhetoric so the relation of these texts with local contexts gains importance (Barley and Kunda, 1992). The studies on the relation of rhetoric with the context state generally that the concepts to be examined are institutionalized by following the Pathos, Logos and Ethos sequence in addition to the formation of different institutionalization processes in different contexts (Green et al., 2008). When it is looked from the perspective of institutional effort, the insurance sector example takes its place among the various institutional logics generating the social programmes of the society (Jepperson, 1991). Therefore, for the insurance sector where the contextual characteristics are changeable, consideration of the role of the rhetoric strategies on that change is accepted as significant for our study.

The study examined the interactions between the government and insurance companies in Turkey by employing the document analysis and rhetoric analysis as the qualitative research methods. In this scope, the documents and academic studies were scanned to understand the development of insurance logic and the institutionalization of the insurance sector was examined historically. The very basic reason of this analysis is to manage the participants to the interviews successfully in the next phase of the research.

Following the phase, the rhetoric analysis was performed through 7 sector representatives and 4 academicians. The sector representatives were chosen among people who have at least 10 years experiences in the industry. The findings to be gained define the rhetoric strategies of each participant and explain the relations of this strategy with local context.

For analyzing the textual analysis of the interviews with the participants, it is firstly necessary to determine the texts reflecting dominantly which rhetoric strategy in terms of the classification of Pathos, Logos or Ethos. The way of legitimizing the insurance concept by using any one of these rhetoric strategies is seen important to examine the relation between the rhetoric and the context. An encoding template based on previous researches in the literature was generated (Green et al., 2008). The determination of which the participants used strategic persuasion elements according to the context they were in, necessitated a deductive analysis process. Thus, if the entrepreneur strategies consider the insurance concept as the assurance of the workers future and providing the state protection, the Ethos; if consider as a tool to increase the efficiency and productivity of the workers, the Logos; and if consider as the emotions towards the removal of social inequalities and social injustices, the Pathos were accepted.

The institutionalization of the insurance industry in Turkey was examined as three periods by Ererdi (1998) and Kazgan et al., (1998). Since both periodization defines almost the same periods, this study also accepts the same periods for the assessment.

For the analysis of the benchmarks in Turkey during the development of the insurance industry, the interviews to be conducted were benefited. On the examination of these face-to-face interviews, the rhetoric analysis was benefited. In that respect, the Pathos, Logos and Ethos are the thinking systems to be searched in the study. As a result of the analysis of the frequency of representation of any rhetoric with keywords, the encoding template was formed. The encoding templates consist of keywords reflecting the rhetoric and define which important event can be associated with the rhetoric. The important phases in these developmental stages in the study were defined and the incidental sequencing was used to present dominant rhetoric.

The birth of the insurance idea in our country goes 1870s. It is the starting point of institutionalization stage. In this period, people were frightened through religions and it prevented the insurance basically from institutionalization. Moreover, since the foreign insurance companies used their privileges coming from capitulations within the insurance system, the insured people were prevented to ask for their lawful rights and caused many problems. Therefore, the frequently repeated rhetoric during the interviews were the concepts such as “fear, sharia, sin, allowable in terms of the religion, suppress, aliens, inequality and just”. Thus, this early stage is a period when the emotional Pathos strategy is dominant.

The role of the government had been changed from the proclamation of the Republic to mid-80s. It was seen that the government reacted to the unfair and unreasonable implementations during the first period and aimed to establish a moral and ethical structure in the industry. The deliberate and far position of the government in the previous period turned into the mission of development and progression. Therefore, the ethical rhetoric of "morality, national, appropriate, domestic, government, authority, speciality, peace and war" were mentioned more in this period. In this period, it was considered that the moral act of the companies was important for the development of the industry and the government would be the guarantor of this consideration.

Third period of institutionalization is the period when the rational acts took place. This period came up with the European Union adaptation process. Turkish insurance industry that was defined as underdeveloped until this period, has accepted modern and unique applications until end of 2000s and achieved the required legal infrastructure. In this period, the government again made its authority and regulative power on the companies. However, the main distinction of this period with compare to others was the great increase in the expectations of the governments from the industry. The expectations of the government increased depending on the activities of the insurance companies of the developed countries in the world financial system. The basic aim of the government in this period was to re-structure the insurance industry in order to reach a level or reason in developed countries. Since, the very basic expectation of the government was to create a market having the international competition ability together with profitability. As a result, the concepts such as "performance, efficiency, effectiveness, competition, market, liberalism, valid and scientific" were pronounced more frequently.

The rhetoric strategies exhibit continuity for the placement of some social phenomena in the society and they are categorized as Pathos, Logos and Ethos (Aristotle, 1991). When it is considered in that perspective, the institutional entrepreneurs representing the important layers of the society produce effective texts with the rhetoric they use and they enable the thoughts on social phenomena they defend to separate. The study examined the separation in terms of the rhetoric strategies which accompanied and discovered that the insurance phenomena had been institutionalized by using three of the strategies which are Pathos, Ethos and Logos. Also, it was observed that the separation of the thoughts on what the insurance is and its importance required the employment of different rhetorical strategies in different periods. When the studies in the literature on the relation of the context with the rhetoric are examined, a certain sequence for the use of rhetorical strategies is seen to be claimed. The sequence is given as Pathos, Logos and Ethos but the different institutionalization processes for different contexts are also seen as possible (Green et all., 2008).

The findings of the study refer a different appearance for the institutionalization process of the insurance industry in Turkey than the sequence in the literature. Since it was not allowable in terms of the religion in pre-Republican era for a long time, non-Muslims were dominant in the insurance industry in the Ottomans. In that era, the insurance was explained with reference to the religion, therefore, the social emotions like sin and fear directly affected the institutionalization of the insurance that was accompanied by Pathos rhetoric. Following the proclamation of the Republic, termination of the foreign dominancy in insurance industry and the dominancy of

domestic companies were aimed. In this period, government authority and the idea of nationalization became prominent and the idea of the nationalization of the insurance industry by the government, increasingly separated. Another characterization of this period was the elements complying with the state features such as specialty and appropriateness to gain importance. In the period after 1980, on the other hand, the insurance was perceived as a matter of competition as the market mechanism became stronger. Together with the Logos rhetoric, technical values such as efficiency and productivity became more and more prominent for the minds, so a scientific approach to the insurance was developed.

There is a support in the study for previous studies searching an answer to the question on which rhetorical strategies are followed for the institutionalization of certain social facts. In addition to the idea that different rhetorical strategies may be more dominant in different contexts, the insurance has been institutionalized by following the sequence of Pathos, Ethos and Logos rhetorical strategies in Turkey. It can be said that the change in the sequence may be the result of the nature of the insurance industry. The insurance was firstly emerged in countries like the UK or Germany and then transferred to Turkey. The insurance as the transferred social phenomena was institutionalized in Turkey by following the Pathos, Ethos and Logos strategies that is different than other contexts; thus, the features unique to the context where the insurance was in became prominent. When the insurance is examined as a social fact, it can internalize the characteristics of the context where it is in and also can protect its international features for the applicability at a certain level no matter what the context is.