



Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif

Ömer AYTAÇ*

Özet:Bazı toplumlar girişimcilik konusunda yüksek performans gösterirken diğerlerinde aynı performans görülmemektedir. Sosyal bilimciler bu farkın oluşmasında kültürün oynadığı rol üzerinde durmaktadırlar. Toplumun hakim değer ve zihniyet ölçüleri olarak kültürel unsurlar, belli tutum ve davranışların oluşmasını doğrudan etkilemektedir. Girişimci edimler için kültürün verileri büyük önem taşımaktadır. Girişimciler de üyesi oldukları kültürden bağımsız, ondan ayrı bir konumda değildirlir. Yaşadıkları kültürden etkilenecek, bir takım etkinlikler içine girerler. Bu çalışmada, girişimciliği çevreleyen sosyo-kültürel bağlam irdelenmekte ve girişimciliğin sosyolojik evrenine ışık tutulmaktadır. Bu çerçevede, girişimcilik-sosyal yapı ilişkisi, belirleyici faktörler ve kültürün girişimci kişilik/benlik oluşumuna etkisi açıklanmaya çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, girişimcilik, girişimci kültür, sosyo-kültürel yapı

Entrepreneurship: A Socio-Cultural Perspective

Abstract:While some societies exhibit great performance on entrepreneurship, it is not seen the same performance in others. Social scientist insist on the role of culture in occurring this difference. Cultural elements as a society's dominant value and mentality criterions effect directly to form certain attitude and behaviours. Contents of culture have great importance for entrepreneur activities. Entrepreneurists also are not in a situation that independent or apart from the culture to which they belong. They fulfill some activities to be influenced by the culture in which they live. In this study the socio-cultural context surrounding entrepreneurship. In this frame, such facts as the relation of entrepreneurship-social structure, determining factors and effect to constitute of entrepreneur character of culture are tried to be expounded.

Keywords: Entrepreneur, entrepreneurship, entrepreneur culture, socio-cultural structure

GİRİŞ

Girişimcilikle toplumsal/kültürel yapılar arasında yakın bir ilişki vardır. Bazı toplumlar girişimcilik konusunda yüksek performans gösterirken diğerlerinde aynı performans görülmemektedir. Sosyal bilimciler bu farkın oluşmasında kültürün oynadığı rol üzerinde durmaktadırlar. Toplumun yapısal koşulları, değer ve norm sistemleri, her hangi bir davranışın/ hareketin oluşmasını doğrudan etkileyebilmektedir.

* Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü.

Girişimcilik iktisadi bir değer üretimi olmanın ötesinde, hem gerçekleştiği ortam hem de ortaya çıkardığı değişimci hareketlilik itibariyle, toplumsal, kültürel ve politik dinamiklerle yakından ilişkilidir. Bundan dolayı, son yıllarda girişimcilik araştırmalarında toplumsal/kültürel boyut öne çıkmakta ve girişimciliğin giderek sosyolojik bir muhteva kazandığı dikkati çekmektedir. Ekonomi, işletme, yönetim, finans ve eğitim gibi disiplinlerin girişimciliğe yönelik ilgisi devam etmekle birlikte, davranış bilimleri ve özellikle de sosyoloji biliminin, girişimcilik araştırmalarına farklı bir boyut getirdiği gözden kaçmamaktadır.

Sosyolojik teoride girişimciliğe yönelik ilgi özellikle 80' sonrası artış göstermiştir. Özellikle, ABD, İngiltere, İskandinav ülkeleri, Japonya, G. Kore ve Çin gibi girişimci ekonomiye geçen ülkelerde, sosyolojik girişimcilik araştırmalarında büyük bir artışa tanık olunmaktadır. Yine, gelişmekte olan ülkelerde de, girişimci performansı yüksek ekonomiye geçişin değer kazanmasıyla birlikte, girişimciliğe ilginin arttığı göze çarpmaktadır (TÜSİAD, 2002; Özcan, 1995). Bu ilginin temelinde, girişimciliğin artık klasik üretim araçlarından biri belki de en önemlisi olarak görülmesi, girişimciliğin refah yaratan ve sosyal yapıyı/ ilişkileri dönüştüren bir güç olarak addedilmesi ve girişimci sınıfın toplumsal bir kategori olarak artan öneminin yattığını söylemek mümkündür.

Sosyoloji bilimi; girişimci kişiliğin/benliğin olduğu sosyal ortamı, girişimciliği etkileyen ve girişimciliğin etkilediği sosyal süreçleri, girişimci bireyin yetiştiği sosyal aura, grup etkileşimi, toplumsal etkiler, kültürel meşruiyet sistemleri ile girişimciliğin sosyal yapıda farklılaşma yaratıcı yönüne odaklanmakta, böylelikle de, girişimciliği sosyal, kültürel ve politik olarak boyutlandırma yoluna gitmektedir.

Sosyolojik girişimcilik araştırmaları, büyük ölçüde girişimciliğin sosyal yapı ile olan bağından hareket ederek; sosyal ve kültürel yapı ile girişimcilik arasındaki ilişkiler, toplumda gözlenen yapısal farklılaşmalar, sınıfsal ve mesleki tabakalanmada girişimcilerin rolü ve girişimci sınıfın toplumsal ve politik gücü üzerinde durmaktadırlar. Bu araştırmalarda, girişimciliğin temellendiği sosyal ortam önemli bir hareket noktasıdır. Zira, girişimciler sahip oldukları özellikler itibariyle bütün toplumlarda sıra dışı bir tip olarak görülmekte ve sayıca çoğunluk oluşturmamaktadırlar (bkz. Chell vd., 1991). Bu tiplerin ortaya çıktığı ailevi, grupsal ve toplumsal ortam ve dinamikler kuşkusuz sosyolojik irdelenmenin odak noktalarını oluşturmaktadır. Hangi toplumlar, hangi grup yapıları ve inanç/değer sistemleri, bu sıra dışı tiplerin belirmesini mümkün kılmakta, hangi toplumlar bu tipleri perdelemektedir. Bunun dışında, toplum kültürü, gelenek ve değer sistemleri, sosyal kontrolün niteliği, devlet veya kolektif yapıların gücü vs. de girişimcilik araştırmalarında dikkate alınan hususlardır. Ayrıca, girişimcilik, yenilikçilik ve değişimcilikten beslenen ve toplumda da değişimci/yenilikçi hareket

başlatan bir eylem biçimi olduğundan, toplumsal değişmeye ivme kazandırıcı bir güç/bir değişme ajanı olarak da kabul edilmektedir. Girişimcilik, toplumsal refahı ve kaynak üretimini mümkün kıldığından toplumsal değişme için de hayati bir önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, girişimci(lik) olgusunu ortaya çıkaran sosyal yapı unsurlarına temas edilmekte, kültürün girişimcilik üzerindeki etkisi ve girişimci kişilik/benlik oluşumunda kültürün rolü üzerinde durulmaktadır.

GİRİŐİMCI(LİK) KAVRAMI

Girişimci(lik) kavramı esasta iktisadi bir çerçeve içinde ele alınmaktadır. İktisadi açıdan girişimci, arz ve talebi yönlendiren, pazar arayan kişi; girişimcilik ise, daha çok kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyeti olarak anlaşılmaktadır.

Girişimcilik (entrepreneurship) kavramının bugünkü anlamda kullanılması, kapitalist üretim tarzının egemen hale gelmesiyle ilişkilidir. Zaten kavramın iktisat literatürüne girişi de, 19. ve 20.yüzyıllarda başlar. Kavramı ekonomiye, Fransız ekonomist Cantillon kazandırmıştır. J.Babtiste Say ile de bu kavram bugün kullandığımız anlama kavuşmuştur. Say'a göre girişimci kavramı, bütün üretim faktörlerini biraraya getirerek kıymetli olduğu sanılan bir malı üreten ve elde edeceği kâr için riski göze alan kişidir. Say'ın girişimci tanımı, risk üstlenme ile yöneticilik kabiliyetinin her ikisine birden sahip olma esasına dayanmaktadır (Binks-Vale, 1990:119).

Girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunan Hisrich ve Peters (2001:9)'e göre de girişimci; emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer/imkan yaratacak şekilde bir araya getiren kişidir. Girişimci, aynı zamanda, değişiklik, yenilik ve yeni bir düzenin yaratıcısıdır. Bu çerçevede girişimcilik ise, yeterli emek ve zaman ayırarak, mali, fiziksel ve sosyal riskleri göze alarak, parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde ederek yeni bir değer yaratma süreci olarak görülmektedir.

Casson ve Foss-Klein'a göre de girişimcilik, risk alma, fırsat kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tamamını ifade eder. Bu çerçevede, hem şirket açma süreci, hem de yenilik yapma süreci girişimciliğin kapsamına girer (Casson, 1995; Foss-Klein, 2002; TÜSIAD, 2002:34). Bu bağlamda Bridge ve arkadaşları da, girişimciliğin daha öz olarak, bir işe başlamak, iş sahibi olmak ve işi geliştirme ve büyütme sürecini kapsadığını belirtirler (Bridge vd., 1998:35).

GİRİŞİMCİLİĞİN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Girişimciliğin ortaya çıkışında kişilik mi yoksa sosyal çevrenin mi daha etkili olduğu uzun süre tartışılmıştır. Kişilik üzerinde duranlar, girişimcilerin sahip oldukları psikolojik özelliklere ağırlık vermişlerdir. Kişilik yapısında girişimci ögeler arama çabaları en fazla, “risk alma”, “başarma ihtiyacı” ve “denetim odağı”na sahip olma üzerinde yoğunlaşmıştır. Girişimciliğin ortaya çıkışında çevreyi öne çıkaranlar ise, grup yapısının, toplumsal gelenek ve kültürel özelliklerin etkisini vurgulamışlardır. Ayrıca, devlet ve piyasa gibi dış sosyal çevre koşullarının elverişli olup olmaması da üzerinde durulan bir başka husustur. Gelişmiş ülkelerde girişimciliğin ortaya çıkmasında pazar mekanizmaları etkili iken, gelişmekte olan ülkelerde, hükümet politikalarının belirlediği ekonomik güdüler daha baskındır (Naffziger, 1995:32).

Girişimci edimleri sırtlayan aktör ve nitelikleri, hem psikolojik hem de sosyolojik kuramda etraflı bir şekilde irdelenmiştir. Bazı bireylerin diğerlerine kıyasla niçin daha girişimci olduklarını izaha çalışan yaklaşımlar arasında; kişilik kuramları (psikodinamik, sosyal psikolojik), davranışsal kuramlar ve sosyolojik yaklaşımlar büyük ağırlığa sahiptirler.

Psikolojik Kuramda Girişimcilik

Girişimciliğe yönelik psikolojik kuramlar, kişisel ögelerden hareketle girişimci kişiliği açıklamaya çalışırlar. Bu yaklaşımlara göre, kişisel niteliklerimiz bizim kim olduğumuz, hangi psikolojik ve sosyal situasyonda bulunduğumuzu önemli ölçüde açıklar. Kişilik kuramları içerisinde, psikodinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımlar, girişimci bireyi, sahip olduğu tutum ve tavır kombinasyonu, bakış ve yenilikçi/değişimci performansı ile farklı/ayırıcı bir tip olarak resmederler. Büyük ölçüde, Freud’un kişilik kuramından türetilen bu yaklaşımlar, insanı yönlendiren bilinçaltı güdülerin kişiliğin oluşmasında temel rol oynadığı gerçeğine vurgu yaparlar. Bu bilinçaltı güdülerle, toplumsal önkabullerin kimi zaman çatıştığı, kişinin genel yargılarla ters düşmeyecek tutum ve tavırlar içine girmeye zorlandığı ileri sürülmektedir. Gerek toplumsal düzlemde gerekse de bir organizasyon çatısı altında, kişinin genel düzen ve yargılarla ters düşmesi halinde, tepki görmesi, reddedilmesi ve sonuçta “marjinal” ya da “sapan” bir kişi olarak görülmesi söz konusu olmaktadır. Girişimciler de, çoğu zaman, kurulu/yerleşik değerlerle ters düşen bir kişilik yapısına sahiptirler (Bridge vd., 1998: 42-48).

Kets de Vries de, girişimcilerin ilk çocukluk döneminde aykırı deneyimlerle kışkırtılmış sapkın ya da marjinal niteliklere sahip olduklarını belirtmektedir. Girişimci bireyler, başkasının otoritesini kabul etmede, bir örgüte angaje olmada başarısızdırlar. Gergin, güvensiz ve tatminsizdirler ve bu durum,

onları yeni arayışlara, maceracı tavırlara ve kaderlerini kontrol arzularını maksimize etmeye yönelir (Chell vd., 1991:55-56). Bu bağlamda, girişimci birey, kişisel karakteristikleri itibariyle, ortalama insandan farklı, daha çok “sapan” bir kişiliği temsil etmektedir denebilir.

Girişimciliğe psikolojik ve davranışsal yaklaşımlar, girişimcilerin ekonomik değer üretmeye yönelik tercihlerinin yöneldiği tutum ve davranışlara odaklanırlar. Örneğin McKenna, kişisel nitelikleri itibariyle girişimcilerin bir kısım tutum, mizaç, üslup (tarz), kabiliyet vs. itibariyle diğer insanlara göre ayırıcı (tipik) bir karaktere sahip olduklarını belirtir. Çoğu düşünür de, girişimcilerin “güçlü başarıma duygusuna” ve “kendi kaderlerini kontrol arzusuna sahip olduklarını” dile getirirler. Bunlara göre, girişimcilerin işlerini başarıyla görebilmeleri, onların hayatlarını kontrol etme kapasitelerini artırma ve güçlü başarı duygusuna sahip olmalarına bağlıdır. Stevenson ve Gumpert de, girişimcilerin en belirgin karakteristikleri olarak, “risk alma” eğilimine sahip olmalarını gösterir. Onlara göre, girişimciler, risk almaya isteklidirler, sürekli olarak iş fırsatları kollarlar ve üretim kaynakları üzerinde denetim kurma arzusundadırlar. Bu bağlamda, Timmons da, girişimcilerin, azimli (kararlı), problem çözme yeteneği güçlü ve güvenilir mizaça sahip kişiler olduklarını belirtir (Bridge vd,1998: 42-43).

Bu özelliklere ilave olarak, psikodinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımların vurgulamak istedikleri kişisel nitelikler arasında, girişimcilerin, “proaktif”, “dinamik”, “amaçlı”, “pozitif” ve “inisiyatif alabilme” yetenekleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, kimliği tanımlayıcı nitelikler olarak, “yenilikçi”, “imajinatif”, “yaratıcı”, “esnek” vb. hususlara vurgu yapmaktadırlar. Bundan başka, “uyumlu olma”, “güven duygusuna sahip olma”, “ölçülü risk alma”, “kararlı olma”, “inatçı (direngen) olma”, “sonuç almaya yönelik fikri kapasite” ve “kendine güven düzeyinin yüksek olması” da dile getirilen hususlar arasındadır. Durham University Business School tarafından yapılan bir sınıflandırmada da girişimcilerin, “güçlü başarıma duygusu”, “özerklik”, “bağımsızlık”, “iç kontrol duygusu”, “ölçülü risk alma” ve “yaratıcı eğilimler”e sahip oldukları vurgulanmıştır. Girişimcilik için gerekli görülen bu özellikler, kuşkusuz, yaşam deneyimlerinden, organizasyon ikliminden ve toplumsal kültürün imkanlarından beslenmektedir (Bridge vd, 1998:43).

Bir kişisel nitelik olarak “sezgi gücüne sahip olma” da sıkça dile getirilmektedir. Girişimcilerin kimi bilinmeyen olayları önceden gördükleri veya sezdikleri ileri sürülmektedir. Buna göre, girişimci, ortamı çok iyi gözler ve sezgileri ile yorumlayıp uzun dönemde ihtiyaç duyulacak ürün ve hizmetleri üretmek için gerekli kaynakları bir araya getirir. Bu çerçevede, girişimciler “sezgileri güçlü”, “iyi gözlemci”, “hayal gücü yüksek”, “sosyal yönü kuvvetli”, “düşünme ve muhakeme yetenekleri gelişmiş” insanlardır (Shane, 2002; Westhead ve Wright, 2000; TÜSİAD, 2002: 37).

Başarılı girişimcilerin üç temel özelliğe sahip olduğu da ifade edilmektedir. Bunlar; “vizyon”, “misyon” ve “hırslı olma” dır. Başarılı girişimciler, başkalarının algılamayıp kaçırdığı sinyalleri seçip algılama yeteneğine sahiptirler. İlgilendikleri alanlarda, yoğunlaştıkları vizyonu geliştirmek için azami çaba sarfederler. Aynı zamanda, “tutkuyla bağlanma” ve “kararlı dayanıklılık” güdüsüne sahip olmalarıyla dikkat çekerler. Bunlar, rekabetçi ve kazanma arzusuyla dolu hırslı insanlardır (Smilor-Sexton, 1996: 7-9).

Davranışsal Kuramda Girişimcilik

Girişimciliği değişik açılardan ele alan yaklaşımların yanında, mevcut yaklaşımlardan hareketle bir senteze ulaşmaya çalışanlar da bulunmaktadır. Kişiliğin girişimciliği etkileyen önemli bir faktör olduğu, ancak tek başına yeterli olmadığı, diğer faktörlerle birlikte düşünüldüğünde anlaşılacağı ileri sürülmektedir. Buna göre, girişimcilik, kişiliğin dışında çok sayıda faktörün etkileşiminden oluşan davranışsal bir süreçtir (Naffziger, 1995:22)

Davranışsal yaklaşımlar, davranıştan hareketle girişimsel olanın doğasını açıklamaya çalışırlar. Bu yaklaşım, esasta, spesifik bir olayla ilgili bireysel yetenekleri (ehliyet) esas alarak, zaman içinde davranışlardaki değişimleri, özellikle de iş sürecinin farklı aşamalarındaki değişimleri incelerler. Girişimci davranışı belirlemek için; “yetenek”, “bilgi”, “performans” ve “psikolojik” değişkenlerden hareketle bir çerçeve geliştirirler (bkz. Bridge vd, 1998: 50-53).

Bu bağlamda Gibb (1987:11) de, girişimci davranışları şu şekilde örneklemeştir. Ona göre, girişimci davranış; inisiyatif göstermek (initiative), ikna gücüne sahip olmak, ölçülü risk almak, yaratıcı olmak, bağımsızlık/özerklik, problem çözme, başarıma arzusu, kendi kaderini kontrol gücüne sahip olma, liderlik, sıkı çalışma vs. şeklindedir. Gibb, girişimcilerin, iş ya da ticari sahada bu tutumlara yüksek oranda sahip kişiler olduklarını belirtmektedir. Ayrıca, Gibb ve Ritchie (1982:7), girişimcilik için gerekli tutum ve davranışlar olarak; motivasyon, kabiliyet, düşünce ve kaynaklara sahiplik durumuna vurgu yapmaktadırlar.

Bu yaklaşımların ışığında, girişimciliğin bir takım ayırıcı kişisel özelliklerle karakterize olan bir tutum ve davranış bileşimi olduğunu söylemek mümkündür. Kimi girişimcilerde bu özelliklerin bir kısmı baskın iken, kimilerinde daha farklı özellikler ön plana çıkmaktadır. Her girişimcide, aynı kişisel özellikler belirleyici olmaktan uzaktır.

Sosyolojik Kuramda Girişimcilik

Girişimciliğe sosyolojik yaklaşımlar ise genelde, bireysel kararlar üzerinde sosyal yapının ve sosyal değişkenlerin önemini vurgularlar ve girişimcilik teorisinde tek belirleyici olarak kaba bireyciliğin (kişisel niteliklerin) esaslarını yücelten bir eğilimin göze çarptığını ileri sürerler. Yakın zamanlara kadar, girişimcilik teorisinde baskın olan eğilim, girişimci bireyin niteliklerinden hareket etmektir. Oysa, kaba bireycilik ya da kişisel nitelikler, çoğu zaman karar almayı etkileyen sosyal faktörlerin rolünü eksik bırakmaktadır (Thornton, 1999: 19-46).

Girişimsel eylemin ortaya çıkmasında, kişisel, davranışsal ve de iktisadi motivler dışında, kâr dışı (non-profit) motivlere yapılan vurgular da bir o kadar yaygındır. Weber, Schumpeter, Auster and Aldrich, Storey, Lyon, Werbner, Reynolds, Hofstede, vb. çok sayıda teorisyen, kâr dışı itkilerle girişimsel eylemi açıklamaya çalışmışlardır. Bu yaklaşımlarda, din, statü, toplumsal yapı, tarihsel koşullar, cinsiyet, ırk, etnisite, eğitim, grupsal/çevresel özellikler vs. üzerinde durmuşlardır (bkz. Verheul vd. 2003).

Girişimciliğe yönelik sosyolojik yaklaşımlar, girişimcilikle sosyal yapı ya da sosyal etkenler arasındaki ilişkiye odaklanırlar. Sosyal etkenler, pek çok davranış için motivasyonel bir etkide bulunur. Weber'den bu yana pek çok sosyal bilimci başta din olmak üzere, pek çok sosyal etkenin iktisadi davranışın oluşmasına, girişken aktivitelerin artmasına olanak tanıdığı gerçeğinden hareket etmişlerdir.

Sosyolojik teoride girişimcilik, genelde, toplumsal koşullarla ilişkili, bu koşulların biçim verdiği bir faaliyet olarak görülür. Sosyologlar, bireylerin ciddi bir şekilde kariyer tercihi yapmaya yani belli bir iş ve mesleğe zorlandıklarına inanırlar. Onlara göre, tercihler sosyal dünyadaki beklenti ve önkabullerden hareketle oluşur. Toplum kişileri, belli bir role karşı yönlendirir ya da hazırlar. Toplumun sunduğu fırsatların farklılığı, insanları değişik iş ve uğraş edinmeye yöneltir. Bireyler, mevcut koşullara paralel tutum ve davranış edinirler ve doğal olarak toplumun onay görmüş rol setlerine göre sosyalize olurlar. Toplumun değer ve rol setleri, kişiler için bağlayıcı sonuçlar doğurur. Örneğin, girişimci ailelerden gelenlerin, yine benzer bir iş kurduğu ya da aile işini büyüttüğü çoğu kez dikkati çeker. Yine, işçi ya da memur ailelerden gelenlerin de sıklıkla bu yönde sosyalize oldukları, verili koşullara paralel iş/meslek edinmeye yöneldikleri görülür. Bu durum, mevcut sosyo-ekonomik koşulların, kariyer tercihi yapmada belirleyici rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır (Bridge vd., 1998:54).

Shapiro da, kişinin bir iş ve şirket kurma isteğini, sosyal kabul edilebilirlik beklentisinin belirlediğini ileri sürmektedir. Yine Casson da, diğerlerinden saygı görme arzusu ve benlik saygısını kazanma isteğinin girişimci edim içine girmeyi belirleyebildiğini belirtmektedir (Basu, 2003:295).

Bazı sosyologlar da, girişim sürecinde fırsatların önemini vurgularlar. Örneğin Reynolds, karar alma ve girişimci aktivite içine girme teşebbüsünün, fırsatların ne zaman oluşacağına bağlı olduğunu belirtir. Toplum ne kadar fırsat sunarsa, girişimcilik için o kadar açık bir toplumsal ortam oluşmuş olur (Bridge vd., 1998:54).

Sosyologlar, girişimciliği sosyolojik olarak temellendirirken girişimci edimlerin ortaya çıkmasında sosyal çevre, aile kökeni, eğitim, yaş, cinsiyet, etnisite, ırk vb. sosyal faktörleri fazlasıyla önemserler. Onlara göre, sosyal yapılar, ortamlar ve etkenler; girişimsel fikirler, fırsatlar, kaynaklar, beceriler ve başarı için motivasyonel etkide bulunur. Sosyal sınıf, aile kompozisyonu ve geçmişi, aile mesleği vs. girişimci karar almayı doğrudan etkiler. Örneğin, İngiliz girişimciler üzerine yapılan bir araştırmada, girişimcilerin büyük bir kısmının ebeveynleri ya da yakın akrabalarının da yine girişimci oldukları ve aynı işi sürdürme veya büyütme eğiliminde oldukları görülmüştür. Ayrıca, bazı sosyal grupların örneğin, etnik özellikleri baskın grupların diğer girişimcilere kıyasla daha çok üretme (oransal olarak), daha yüksek girişimsel performans gösterme eğiliminde oldukları görülmüştür (Bridge vd., 1998: 54-55).

Yine etnik girişimcilik araştırmaları, girişimsel eyleme katılmada, ırk ve etnisitenin pozitif olduğu kadar negatif etkileri olduğuna da işaret etmektedirler. Auster and Aldrich, etnik bir azınlık gruba ait olmanın işe girme ya da iş kurmada saf önyargıları da işin içine çektiğini belirtmektedirler. Onlara göre, emek piyasasındaki ayrımcılık ve etnik azınlık üyelerinin iticiliğine dair çok sayıda önyargı mevcuttur. Bu önyargılar, söz konusu grup üyelerini diğerleriyle temas kurmaktan alıkoyacağı gibi, grubu kendi içinde daha bir bütünleşik hale getirmektedir. 1970 lerde İngiltere’de Asyalı göçmenlere uygulanan ayrımcılık bu türdendi. Storey (1991) tarafından da desteklenen bu görüşe göre, İngiltere’de, istihdamdan en düşük payı alan ve yüksek işsizlik oranlarına muhatap olan kesimler bunlardır. Son zamanlardaki etnik azınlık firmalar üzerinde yapılan araştırmalar da, beyaz nüfus, Asyalı ve siyah ötekiler açısından girişimci aktivitelerin farklı bakışa ve Asyalı-siyah öteki aleyhine işlediğine dair bulgulara işaret etmektedir (Jones, 1996; Basu, 2003: 295-296).

Yine sosyal etkenler arasında, cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi de belirleyici bir öneme sahiptir. Örneğin, 29 ülkede yapılan GEM (2001) araştırmasına göre, iş kurmada toplumsal cinsiyetçi ayrışmanın erkekler lehine dengesiz bir

görünüm aldığına vurgu yapılmaktadır. Örneğın, yeni kurulan şirketlerin sahiplerinin çoğü erkeklerden oluşmaktadır. Çalışma ortalaması itibariyle, erkekler kadınların 2 katı daha fazla girişimcidirler. Ancak, bu veri ülkelere göre farklılaşmaktadır. Örneğın, Brezilya ve İspanya'da erkekler kadınlardan 2 kat daha fazla girişimci iken bu oran Fransa'da 12'dir. Yine, girişimcilerin en yoğun olduğu yaş grubu da, 25-34 yaş grubu olarak ortaya çıkmıştır. 29 ülke arasındaki girişimcilik farkının % 40 gibi önemli bir kısmı ortaokul sonrası eğitim göstergesine sahiptir (TÜSİAD, 2002: 50). Bununla birlikte, ABD'de girişimcilikle ilgili yapılan bir araştırmada ise, girişimcilerin sanıldığından daha fazla eğitilmiş oldukları ancak almış oldukları eğitimin onların yaptıkları işlerle çok yakından ilgili olmadığı görülmüştür. Kişisel özellik itibariyle de, girişimcilerin, başarıma gereksinimi, denetim kurma, risk alma ve cinsiyet önemli bir değişken olarak belirlemiştir. Aile kökeni itibariyle, babanın da girişimci olduğu, hatta annenin de girişimci niteliklere haiz olduğu tespit edilmiştir. ABD'deki girişimciler, anne ve babalarının kendilerini iş kurmaya yönelttiği, girişimciliğe teşvik ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, ABD'deki girişimcilerin, işlerine çok bağlı, çalışkan ve etkin yöneticiler oldukları, işlerinde başarıyı yakalamak için her tür özveriye gösterme eğiliminde oldukları saptanmıştır (Hisrich/Peters, 2001: 11-38). Bu bulgular genelde sosyal etkenler ve sosyal yapı unsurlarının girişimci bireyi ve girişimcilik sürecini anlamaya yönelik sosyolojik yaklaşımların gözardı edilemeyeceğini göstermektedir.

GİRİŞİMCİLİK VE TOPLUMSAL YAPI

Girişimcilikle sosyal yapı arasında yakın bir ilişki vardır. Sosyal yapı, kurumlaşmış sosyal ilişki ağları olarak tanımlanmaktadır. Sosyal yapılar, nitelikleri ölçüsünde davranış kalıpları, kurumsal örüntüler ve kültürel formlar üretirler. Sosyal yapılara egemen değerler ve normlar, o toplumdaki insan ilişkilerine, yaşama biçimlerine, düşünme ve algılama sistemlerine yön verirler. Her sosyal yapı, belli insan tipi, düşünme ve yaşama tarzı, nasıl ve ne şekilde davranılacağına ilişkin kalıplaşmış modeller sunar. Böylelikle birey, çoğunlukla, onay görmüş vaziyet alışlar içine girerek toplumca kabul görmüş bir kişilik haline gelir.

Sosyologlar, toplumsal eylem kalıplarının ortaya çıkmasının sosyal yapı içindeki; kurumlar, sosyal ilişkiler ve toplumsal örgütlenme biçimleriyle ilişkili olduğunu belirtirler. Sosyal yapıyı oluşturan kurumsal örüntüler, kişilik yapıları üzerinde oldukça belirleyicidirler. Eğitim, politik sistem, aile, din, hukuk vb. kurumlar, tipik davranış kalıpları ve düşünme biçimleri üretirler ve toplumsal pratiklere yön/şekil verirler (Giddens, 2000:43). Bu kurumlar arasında kişilik/benlik oluşumunu etkileme açısından aile, belki de en başta gelenidir. Özellikle ataerkil aile yapılarında, ailenin etkisi, anne-babanın sıkı denetimi ve itaat kültürü çok daha belirleyicidir (Jahoda, 1993:

625). Bu yapılar genelde dışa kapalıdırlar ve geleneksel denetimin gücünden dolayı, aile üyeleri alışıldık, bilinen, benzerlik üzerine temellenmiş ilişkiler kurarlar. Bu yapı içinde yenilikçiliğe açıklık, bireysel başarıyı hedeflemek, dinamik, üretken, risk almak gibi girişimciliğe özgü değerler teşvik görmez. Dolayısıyla, geleneksel aile düzeni, antigirişimci tiplere açıklık gösteren bir sosyalize ünite olma özelliği gösterir (bkz. Yelken, 1999).

Toplumdaki hakim sosyal ilişki biçimleri de, girişimciliğe açıklık ya da kapalılığı belirleyebilmektedir. Parsons'ın ifade ettiği gibi, girişimcilik, aile ve akrabalık bağlarına dayalı yüz yüze, samimi sosyal ilişkiler yerine, daha çok ikincil, rasyonel, gayrişahsi ve anonim nitelik taşıyan sosyal ilişki konseptlerinden beslenir (Şaylan, 1974: 209-211).

Yine, Parsons'ın ifade ettiği gibi, iktisadi faaliyetler toplumun kurumsal çatısı içinde gerçekleşmektedir. Genelde iktisadi davranışlar özelde girişimci edimler toplumsal yapının imkanlarından doğar. Üretim süreci ve bu süreci yönlendiren girişimci aktörler, toplumun normatif düzeninin somut birer türevidirler. İktisadi etkinlikler, toplumun dini, politik, kültürel yapısı tarafından düzenlenmekte, verili koşullar, girişimcilik üzerinde birincil rol oynamaktadırlar (Parsons, 1967; Erol, 2002:120).

Hofstede de, girişimcilik ve girişimci bireyin ortaya çıkmasının kolektivist ve bireyci toplumsal yapılar açısından farklılaştığını belirtir. Ona göre,

Kolektivist toplumlarda;

- a) Kolektif çıkarlar bireysel çıkarların üzerindedir
- b) Özel hayat cemaat tarafından denetlenir
- c) Kararlar grup tarafından önceden alınır
- d) Ekonomi kolektif çıkarlara dayanır
- e) Eşitlik anlayışı bireysel özgürlükler üzerine baskındır
- f) Toplumda uyum ve konsensus nihai bir hedeftir
- g) İnsanlar geniş aile ya da sadakate dayalı gruplar içinde doğar ve yetişirler
- h) kimlikler, birbirine bağlı sosyal ilişki ağları içinde oluşur
- i) Çocuklar, “ben” yerine “biz” duygusu etrafında yetiştirilir
- j) Eğitimin amacı, “nasıl yapılacağını öğretmektir”
- k) İşveren ile işçi arasındaki ilişki ahlaki değerlere dayanır.

Bireyci toplumlarda ise ;

- a) Bireysel çıkarlar kolektif çıkarlara baskındır
- b) Özel hayat gizlilik esaslarına tabiidir
- c) Herkesin, kendine özgü düşüncelere sahip olması beklenir
- d) Ekonomi bireysel çıkarlar üzerine temellenir
- e) Bireysel eşitlik ideolojileri, eşitlik ideolojileri üzerine baskındır

- f) Her bireyin kendisini gerçekleştirme niyeti nihai bir hedeftir
- g) kimlik bireysel esaslar üzerine inşa olur
- h) Çocuklar “biz” yerine “ben” terimi etrafında yetiştirilir
- ı) Eğitimin amacı “öğrenmeyi nasıl öğretmektir”
- i) İşveren ve işçi arasındaki ilişki karşılıklı çıkar üzerine temellenmiş bir sözleşmeye dayanır
- k) Yönetim bireyci bir yönetimdir

Hofstede, bu toplumsal yapıların, girişimci eylem kalıplarının ortaya çıkmasında belirleyici olduğunu belirtir. Ona göre, kolektivist toplumlar girişimci eğilimleri baskılamakta, bireyci toplumlar bunu teşvik eder ve geliştirirler (1994: 67-73).

Türk toplumu da bu çerçevede daha çok kolektivist ya da kamucu bir toplum görüntüsü vermektedir. Yakın zamanlardaki değişimleri dışarıda tutacak olursak, Türk toplumu genelde, cemaat bağlılığı yüksek, bireyciliğin gelişmediği, kişisel inisiyatif ve girişimci değer ve faaliyetlerin zayıf olduğu bir sosyal dokuya sahiptir. Bu toplum daha çok bürokratik daha doğrusu memur toplumunun karakteristiklerine yakınlık gösterir. Girişimci güdümler ile girişimci benlik/kişilik ve kültürel kalıpların oluşmasının önünde, toplumun örgütlenme tarzı büyük bir engel gibi durmaktadır (Bkz. Prens Sabahattin, 1965; Keyder, 1983; Mardin, 1992).

Öz olarak ifade etmek gerekirse, girişimcilik, daha çok bireyci/özgürlükçü sosyo-kültürel yapılarda kök salmaktadır. Bu yapılar, düşük sosyal denetim ve özgür teşebbüs kültürüne açıklık gösterdiklerinden bireyler, kendilerini serbest bir şekilde ifade etme imkanı bularak kişisel potansiyellerini geliştirme şansına kavuşurlar. Dolayısıyla, toplumun yapısal özellikleri girişimciliğe açıklığı ya da kapalılığı belirleyebilmektedir denebilir.

GİRİŞİMCİ BENLİK VE KÜLTÜREL FARKLILIKLAR

Kültürel farklılıklar, doğal olarak, farklı kişilik, benlik ve karakter yapılarının oluşumuna kaynaklık eder. Her bir kültür, diğerine göre, farklı anlam ölçülerine, değer ve norm sistemlerine, tutum ve davranışlara göndermede bulunur. Bu yüzden her kültürün insan tipi görece farklılık gösterir. Kimi kültürler, dışa açık, özgür, bağımsız kişiliklere alan açarken, kimileri, bağımlı, korumacı ve konformist kişilikler üretir.

Toplumlar arası kültürel farklılıklar, kendisini en fazla da, kişilik/benlik oluşum süreçlerinde gösterir. Neden bazı toplumlar girişimci kişiliklere bünyesinde daha fazla yer verirken diğer toplumlarda tam tersi karakter özellikleri baskın çıkmaktadır? Bu farklılık, sosyal bilimcilerin kültür nosyonu üzerine odaklanmalarına neden olmuştur. Kültürel farklılıklar, farklı

düşünme, davranma ve kişilik yapılarının oluşmasına doğrudan etki etmektedirler. Bu durum, kişiliğin oluşumunun ilk evrelerinden yani aile içindeki çocuk yetiştirme pratiklerinden başlayarak hayata bakış ve algılama biçimlerine dek uzanmaktadır.

Bu çerçevede bakıldığında, benliğin büyük ölçüde kültürel bir ortamda boy verdiği söylenebilir. Sosyalleşme süreci bu noktada hayati bir rol oynar. Benlik, çoğunlukla kültürel açıdan değer verilen yetişkin özelliklerinin çocuğa kazandırılması sürecinde oluşur. Toplumsal kültürlerdeki çocuk yetiştirme düzenleri “benlik” oluşumu ve benliğin niteliğini de büyük ölçüde belirler. Amerika’da, çocuk yetiştirmede özerklik eğilimi çokça vurgulanmakta, bundan maksat ise, çocuğa bağımsızlık duygusu ve kendi ayakları üzerinde durma yetisi kazandırmaktır. Araştırmalar, bu yetiştirme düzeninin özellikle Anglo-Amerikan çoğunlukta yaygın olduğunu göstermektedir. Örneğin, “Amerika’daki anne eğitim kurslarında, genç annelere küçük çocuklarını ‘bırakıvermeleri’ söyleniyor. Bu erken ayrışma önerisi, annelerin çocuklarıyla ‘birleşme’ eğilimine terstir. Hatta, annelerden bu (doğal) eğilimlerini frenlemeleri istenmektedir”. Yine, Kanadalı anneler, kendilerini çocuklarından ayırıştırmak için çaba sarfediyorlar ve çocuğun gerçekliğinin özerk kalmasına büyük özen gösteriyorlar. Bu uygulamanın toplulukçu bir kültürde ne kadar garip kaçacağı ortadadır. Ancak, Batı toplumlarına özgü bu karakteristikler, “mutlak doğru” olarak diğer ülkelere (batı dışı) de taşındığından, garip olmasına rağmen bu zorunlu bir şekilde oluşturulmaya çalışılmaktadır (Choi, 1992; Dasen ve Jahoda, 1986; Kağıtçıbaşı, 2000:104).

Azuma’nın araştırmasına göre, Japon bir anne söz dinlemeyen çocuğuna şu mesajı vermektedir: “sen ve ben biriz, aynı şekilde düşünebiliriz ve düşüneceğiz” (Azuma, 1984). Caudill ve Schooler ise, Amerikalı Annelerin, içinde buldukları kültürün bir sonucu olarak, bebeğin özerk olduğu ve olması gerektiği inancına sahip oldukları ve çocuklarının kendi istek ve ihtiyaçlarını dile getirmelerini destekledikleri bulgusuna sahip olmuşlardır. Japon anneler ise, bunun tersine, çocuklarını kendilerinin bir uzantısı olarak görmekte ve fiziksel teması vurgulamaktadırlar (Kağıtçıbaşı, 2000). Kramer’in de belirttiği gibi, Japon anneler çocuklarıyla bedensel teması Batılı annelere göre çok daha uzun tutarlar. Annenin sevgisini doyasıya tadan çocuk daha az hayal kırıklığı ve buna dayalı öfkeyi daha az deneyimler. Anne çocuğun duygusal ihtiyaçları için her zaman yanında olur. Hint çocukları da Japonlar kadar olmasa da anne ile uzun süren bir beraberlik yaşar ve anneden ayrı kalmazlar. Ayrılma, özerkleşme, inisiyatif alma ve kendi hayatını yönetme arzuları gibi Amerikalı çocuk yetiştirme pratiğinde yer alan kriterler, Hint çocuk yetiştirme düzeninde asla teşvik görmez (Kramer, 1998; Sayar, 2003: 82).

Bu bulgulardan hareketle şu yargılara varmak mümkündür: “Annenin, kendisini çocukla birleştirdiği” bir çocuk yetiştirme düzeninde, sosyal benliğin ve toplulukçu eğilimlerin gelişimi; çocuğa “özerklik” sağlanan ve annenin çocuğun gerçekliğinden kendisini ayırttığı yetiştirme düzeninde ise, bireysel benlik ve “benlik odaklı” eğilimlerin gelişmesi söz konusudur. Aile ve toplumsal bağların güçlü olduğu, sosyalleşmede sosyal sorumluluk ve dayanışmacı bağların vurgulandığı kültürel koşullarda, kolektivist ya da toplulukçu eğilimler bundan büyük destek görürler (Kağıtçıbaşı, 2000:105).

Bu çerçevede kültürel farklılık nosyonu, girişimci kişilik/benlik yapılarına olan açıklığı ya da kapalılığı doğrudan etkilemektedir denebilir. Yukarıda da dile getirildiği gibi, kültürlerarası araştırmaların verileri, farklı kültürlerde farklı benlik yapıları ve tutum/davranış ölçülerinin öne çıktığını göstermektedir. Örneğin, girişimcilik için önemli olan başarı güdüsüne sahip olma, Amerikan toplumunda ve Hindistan’da farklı şekillerde temayüz etmektedir. Amerikan toplumunda başarı güdüsü, genelde, bireysel çaba, faaliyet ve diğerleriyle rekabet olarak belirlenmiştir. Bu aynı zamanda, bireycilik öğretisiyle de uyum içindedir. Bu anlayış, kişisel uyum ve grup sadakatini önceleyen kültürlerle tezat teşkil etmektedir. Örneğin, Hindistan gibi, toplulukçu ve grup sadakatine bağlılığın esas olduğu bir toplumda bireysel başarı güdüsü oldukça zayıftır. Bu topluma, bireysel başarı güdülerini aşılama deneyimleri başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Ancak, bu kültürlerde başarı güdüsü ve çabalarının olmadığı anlamına gelmez. Aksine, toplumsal düzeyde en büyük ekonomik başarı Pasifik’teki toplulukçu kültürlerde görülmektedir. Japon ve Çinli öğrencilerin çalışkanlığı ve yüksek başarı performansını da bu bağlamda değerlendirebiliriz (Sinha, 1985; Kağıtçıbaşı, 2000: 102).

Ancak toplulukçu kültürlerdeki başarı güdüsü, bireyci/yarışmacı kültürlerden farklı bir görünümde. Toplulukçu (kolektivist) kültürlerde, başarı güdüsü, “bireyselliğin”, “benliğin” ve “ilişkisel benliğin” ötesine geçer ve başkalarının benliğine yayılır. Karşılıklı bağımlılığa dayalı insan ilişkilerinin baskın olduğu bu toplumlarda,, “sosyal bir başarı güdüsü” olduğu ileri sürülmektedir (Agarwal ve Misra, 1986; Bond, 1986; Kağıtçıbaşı, 2000:102). Başarı güdüsü, bireysel temelde oluşturulup ölçüldüğü zaman, toplulukçu kültürlerdeki bir çok kişi buna sahip değilmiş gibi gözükür. Bu durum, bireysel temelde oluşturulmuş başarı güdüsü ölçümlerinin, toplumdaki farklı başarı güdülerini ölçmemesinden kaynaklanmaktadır (Bradburn, 1963; Rosen, 1962; Yu ve K-S.Yang, 1994; Kağıtçıbaşı, 2000:102).

Gerçekte, benliğe ve diğerlerine yönelik başarı güdüsünü destekleyen çocuk sosyalleşmesi, karmaşık bir yapıya sahiptir. Örneğin, Lin ve Fu (1990), Çinli, Göçmen Çinli ve Anglo-Amerikalı ana-babaları karşılaştırdıkları bir araştırmada, “Çinli grupların Amerikalı gruba göre hem ana-baba denetimi

hem de başarıyı vurgulayarak bağımsızlığı desteklemede daha yüksek yüzde oluşturduklarını bulmuştur. Bu karmaşık sosyalleşme eğilimleri birbirine tersmiş ve bireysel bir bakış açısıyla incelendiğinde çelişen öğeler içeriyormuş gibi gözükabilir. Ancak, bu açıklama bireyi grupla karşılaştırma yoluna gitmenin bir sonucudur. Tabii ki, ‘benliğe sadakat’ ve ‘kendini-gerçekleştirme’nin ailevi-kültürel ortamda, ilişkisel benliğin gelişimini sağlayan "gruba sadakat" ile çelişmesi gerekmez” (Kağıtçıbaşı, 2000:103).

Görüldüğü gibi, başarı güdüsü karmaşık bir yapıya sahiptir ve hem tek başına hem de grupsal itkilerce oluşan farklı başarı ihtiyaçlarından kaynaklanır. Toplumla yönelik başarı güdüsü, bireysel benliği aşarak, bireysel benliğin de içinde şekillendiği sosyal dünyayı kapsayacak bütünsel bir güdüdür. Ancak, bu realite, benliği önemsiz ya da kişisel çıkarları grup için feda etmek anlamına gelmez, aksine, benliği grupla bütünleştirerek, başarının birey ve toplumu bir arada yüceltmesini sağlamak anlamına gelir.

Psikanalitik bakış açısından da Roland, Japon ve Hintlilerde “ailevi benliğin”, Batılı toplumlarda ise “bireyselleşmiş benliğin” hakim olduğunu belirtir. Doğulu toplumlarda benlik genelde “biz-benlik” olarak yaşantılanmaktadır (Roland, 1988; Sayar, 2003:82).

Phalet ve Claeys (1993), Türk ve Belçikalı gençler üzerinde karşılaştırmalı olarak yaptıkları bir araştırmada, Türk gençlerinin, aileye ve daha geniş gruba/toplumla sadakat ve kendini-gerçekleştirme tercihlerinin bütünleştiğini, buna karşın Belçikalı gençlerin ise sadece “kendilerini gerçekleştirme” tercihlerinin baskın çıktığı sonucuna varmışlardır. Bazı Amerikalı psikologlar ise, “benlik odaklı” çabalara ve sadece “kendini gerçekleştirme” tutkusuna karşı çıkmaktalar ve bireylerin “benliği aşan değerlere” yönelmeleri gereğine vurgu yapmaktadırlar (M.B.Smith, 1994, Spence, 1985, Kağıtçıbaşı, 2000:103).

Belirsizliğe tolerans ve risk alma konusunda istekli olma da, kültürel önkabüllerle yakından ilişkilidir. Belirsizlikten kaçınmaya destek veren toplumlarda, kurumlar ve insan ilişkilerinde, yerleşik kalıplar tercih edilir. Belirsizlik ve muğlaklık, endişe, korku ve stres yaratır ve güvenli bulunmaz. Kimi kültürel değerlerin ve önkabüllerin desteklenmesi ve teşvik görmesi de, girişimciliğe dolayısıyla, riskli durumlara yönelik algılamalara tesir etmektedir. Örneğin, Avrupa’lılar, Amerikalı’lara kıyasla daha fazla riskten korkmaktadırlar. Bunun nedeni ise, Amerikan kültürünün belirsizlikten kaçınmaya daha düşük destek vermesinden kaynaklanır. Avrupa’da ise, risk alma ve belirsizliğe tolerans eğilimi yüksek değildir. Bu durum, girişimci öğelere açıklık düzeyini etkilemektedir (Williams-Narendran, 1999).

Benlik/kişilik oluşumunda kültürlerarası farklılık nosyonu etkili olduğu gibi, modern dönemin bilinç formu da tipik modern benlik/kimlik temsillerine

açıklık göstermektedir. Nitekim, modern sosyalizasyon süreçleri çocukta, büyük ölçüde özerklik ve kendi kendine yeterli duygularını artırıcı bir işlevle yüklüdür. Amerikan, İngiliz ve Japon eğitim sistemleri ve çocuk yetiştirme modelleri genelde, özerklik, başarı, rekabet, dayanıklılık, rasyonalite, verimlilik, vb. hususlara vurgu içermektedir. Modernliğe için değer ve algı parametreleri, kişilik/benlik yapılarını büyük ölçüde beslemekte, etkinlik ve verimlilik odaklı tutum/davranış ölçüleri üretmektedir. Bu çerçevede Lerner de, girişimci benliğin modernliğin temsili bir konfigürasyonu olduğunu iddia etmektedir. Bir başka deyişle girişimcilik, modernliğin tanımlayıcı figürlerinden biri olarak görülmektedir (bkz. Ayata, 1991). Modernliğin kendi iç dinamikleri, doğal olarak kendine özgü benlik dışavurumlarına kaynaklık etmektedir. Schumpeter'in "yaratıcı yıkıcılık" olarak anlatmak istediği realite de büyük ölçüde, bu modern bilinci karakterize etmekte ve özellikle, kışkırtılmış rekabet, hırs, yenilik ve değişiklik yaratma duygusuna karşılık gelmektedir (bkz. Bridge vd, 1998: 24).

Modernliğin sosyolojisi üzerine kafa yoran Wagner de, modernliğin kendi içinde, kendi dinamiklerine için bir benlik/kimlik siyaseti inşa ettiğini ileri sürmektedir. Wagner'e göre (1996: 236-237), rasyonalite, rekabet, sınırsız üretim, etkinlik ve verimlilik sonuçta bir "girişimci benlik" üretmekte, bu da modernliği algılamada araçsal bir rol oynamaktadır. Wagner, "girişimci benliğin", yeni fırsatlar yaratmak suretiyle özgerçekleşimin kapsamını genişlettiğini ve toplumda yapısal değişikliklerin önünü açtığını ifade etmektedir. Girişimci bireyler, sürekli hareket halindeki bir toplumsal bağlamda kendi hayatlarını ve sosyal konumlarını belirlemeye aktif olarak katılmak durumunda olduklarından, doğal olarak kendilerini piyasanın ritmine uydurmak zorunda kalmaktadırlar. Girişimci benlik, sürekli değişen ve akış halinde olan bu ortamda şekil almaktadır. Bu durum aynı zamanda, birey yeteneklerini maksimize etmekte, kaynak ve üretim kapasitesini artırmaktadır. Girişimci benlik, küçük grup standartlarının yaratılması, örgütlü kapitalizmin esnetilmesi, tüketimin özelleşmesi gibi sonuçlar da doğurmaktadır.

KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİĞE ETKİSİ

Toplum üzerinde en büyük etkinin kaynağı kültürdür. Kültür, gruptaki bireylerin ortak nitelikleri olup, kişiden kişiye aktarılan öğrenilmiş bir yaşam biçimidir. Girişimci güdüler ve davranış kalıplarının oluşumunda kültürel yapının önemli bir yeri vardır. Geleneklerden aile içerisinde alınan eğitime, ahlaki kurallara, kişilik yapısına, davranış biçimine, yaşam tarzına ve sosyal çevreye kadar bir çok öğede kültürün izleri görülebilir. Önkabüllerimiz ve tercihlerimiz büyük ölçüde, içerisinde yaşadığımız toplumsal kültürün bir eseridir.

Hiçbir kültür tek başına girişimciliği destekleyen veya karşı çıkan bir kültür olarak nitelenemez. Kültür içinde farklı alt sistemler, gruplar, yapılar, kurumlar vs. girişimciliği olumlayıcı yada olumsuzlayıcı bir tavır dikte edebilir. Girişimciliği olumlayan yapılar da kendi içlerinde farklılıklar sergileyebilirler. Aile veya akrabalık konseptleri içerisinde bağımsızlığa, özerkliğe, kendi ayağı üzerinde durmaya yönelik vurgular destekleniyorsa, çocukların da girişimciliğe dair özellikler taşımaları olanaklı hale gelir (Hisrich-Peters, 2001:54).

Kültürle girişimcilik faaliyeti arasında bir ilişki kurulurken, hangi tür kültürlerin girişimciliğe destek verdikleri, hangilerinin ket vurucu etkilere sahip oldukları sorunu önem taşımaktadır. McClelland (1962), girişimciliğe destek veren kültürlerin üç temel davranışı öne çıkarttıkları ve bunların 1. yüksek sorumluluk üstlenme 2. hesaplı risk alma ve 3. performansla dönük geribildirim talep etme olduğu üzerinde durmaktadır (Johnson, 1990:40).

Başlı başına bir zihniyet ve davranış biçimi olan girişimcilik, içinde yaşanılan toplumun sosyo-kültürel ortamıyla kopmaz bir ilişki içindedir. Girişimcilik, bir bakıma kültürel bir refleks, bir ifade aracıdır. Toplumların kültürel bağları, girişimci tutumları ya da girişimcilik stillerini önemli ölçüde etkiler. Çünkü, kültür, toplum üyeleri için, genel davranış düzlemi oluşturur; risk almada, belirsizlikten kaçınmada, değişime karşı direnç göstermede, yeniliklere karşı takınılan tavırda belirleyici, yönlendirici bir rol oynar. Bundan dolayı, girişimcilik, farklı kültürler açısından farklı şekillerde temayüz eder, ülkeden ülkeye, hatta bölgeden bölgeye farklılık gösterir (Bygrave-Minniti, 2000: 25).

Yine bir başka girişimcilik özelliği olan “başarma isteği/tutkusunu” da Amerikan toplumunda çokça kutsanan ve desteklenen bir değer olduğundan, bu etken Amerika’da girişimci kültürün ikamesinde ve kristalize olmasında önemli rol oynamıştır (Pillis, 1998).

Morrison (2000) da, girişimcilikle toplumsal kültür arasında yakın bir ilişki olduğunu ileri sürer. Ona göre, kültür, girişimciliği başlatan, harekete geçiren itkilere, güdülere bünyesinde yer verir ve girişimciliğe dönük tutumları önemli ölçüde belirler. Demokratik toplumlarda kişisel başarısızlık ve yapılan hatalar çok büyütülmez ve bunlara yüksek tolerans gösterilir. Bu da kişileri yenilikleri denemeye, teşebbüse geçmeye teşvik eder. Bu toplumlarda, yeni şeyler yapma, değişiklik ve teşebbüse geçme olumlanır ve bu da doğal olarak girişimci eğilimlerin pekişmesine katkı sağlar.

Busenitz ve Lau da yaptıkları araştırmada, “belirsizlikten kaçınmaya” destek veren kültürlerde girişimci eğilimlerin kök salmayacağını belirtirler. Bazı kültürlerin neden diğerlerine göre daha fazla girişimci tiplere açıklık

gösterdiği sorusuna cevap ararken de, bu farklılığı o toplumların kültürel biricikliğinde aramak gerektiğinin altını çizerler. Onlara göre, bu kültürlerde bazı değerler (bireycilik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi ve zaman yönelimi), uygun sosyal bağlam (sosyal hareketlilik, ekolojik niş ve pazar koşulları) ve kimi bireysel değişkenler (risk alma, başarıma isteği ve kontrol odağı), hep birlikte yeni bir mantalite oluşturmakta, yeni teşebbüslere ve işletme kurma çabalarına destek vermektedir (1997:31). Bu konuda Türk toplumunun kültürel niteliğine bakıldığında, “belirsizlikten kaçınma” düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılabilir. Bunun nedeni Sargut’a göre, Türkiye’de uygulanan yaşam boyu istihdam anlayışı, yani, belirsizlikten ve risk algısından çok, güvencede olmaya atfedilen yüksek prestijdir (Sargut, 2001: 180).

Kültürün cinsiyetinin de, girişimci edimleri belirleyen bir etken olduğu dile getirilmektedir. Hofstede’e göre (1980: 42-63), erkek ve dişi kültürler göre girişimcilik değişik şekillerde tezahür etmektedir. Erkek kültürler, girişken, saldırgan, kararlı kişilikler üretirken, dişi kültürler uyumcu, fazla öne çıkmayan, içe dönük karakterlere açıklık gösterir. Kültürün erkeklik boyutu; para kazanmaya önem verme, materyalist eğilimli olma, atılganlık, gözü peklik gibi özellikler sergiler. Dişi kültür, geleneksel anlamda dişilikle özdeşleştirilen şefkat, merhamet, nezaket, sadakat vb. özelliklere sahiptir. Erkek kültürlerde, çalışmak için yaşamak ilkesi benimsenirken dişi kültürlerde yaşamak için çalışmak ön plana çıkar. Erkek kültürde insanların kendine güvenleri daha fazladır. Erkek kültürlerde çocuklar; hırslı, girişken, rekabetçi bir tarzda yetiştirilirler. Bu kültürel nüanslar, girişimci kişiliklere açık olmayı önemli ölçüde belirler. Bir başka deyişle, erkek kültürler, girişimci kişilik/benlik oluşumunda daha bir etkindir.

Girişimciliğin kültürle ilişkisi, alt kültür yapıları açısından da önem taşımaktadır. Risk alma, cesaret, hard çalışma, biriktirme tutkusu vs. açısından pozitif güdülere sahip grup/ortamlar, girişimci ruh ve eylemleri teşvik ederler. Girişimci toplumlarda bu yönde pozitif etkiye sahip çok sayıda girişimci alt kültür grubuna rastlamak mümkündür. Örneğin, Amerika’da, farklı girişimci alt kültür grupları vardır. Route 128 (Boston), Silicon Valley (California) ve North Caroline Triangle vs. bunlardan bir kaçıdır. Bu alt kültürlerde, girişimcilik teşvik görür, yeni işletmeler kurulması desteklenir. Ayrıca, fırsat kollamak, teşebbüse geçmek, başarmak, yarışmacı bir mizaca sahip olmak da özendirilir. Bu alt kültürler de, kendi içlerinde girişimciliği desteklemeleri açısından farklılaşırlar. Örneğin, Silicon Valley’de, girişimciliği destekleyen kültürel faktörler olarak aile özellikleri ön sırayı alır. Yapılan araştırmalarda, buradaki girişimcilerin daha çok, bağımsızlığa önem veren anne ve babaların çocukları olduğu görülmüştür. Öz olarak, aile ortamı, girişimciliğe destek veren özellikte ise, o toplumda daha fazla girişimci çıkmaktadır (Hisrich-Peters, 2001:11).

Bu çerçevede, girişimcilikle kültürel sistem arasında karşılıklı bir ilişki kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Kültürün imkanları, girişimcilik için yol açıcı bir işlev görmekte, uygun davranış ölçüleri ve özerklik, teşebbüs, yenilikçilik, değişiklik yanlısı olma vb. eğilimleri beslemektedir. Kültürel önkabuller ve değer sistemlerinin girişimci davranışları teşvik etmesi halinde, sağlam girişimci ruh, zihniyet ve kültürel formlar kökleşme şansına kavuşmaktadır. Girişimci ekonomiye sahip, girişimcilere odaklanan iktisadi sistemlerde, doğal olarak, kültürel sistemle iktisadi sistem arasında bir uyuma dikkati çekmektedir. Gelişmiş Batı toplumlarına bakıldığında bu çok bariz şekilde görülür. İngiliz, Amerikan ve İskandinav toplumlarındaki kültürel formların, kendi ölçeğinde paralel ilişki dizgeleri ürettiği, bireyci, yenilikçi, değişimci ilişki/etkileşim ağlarına hayatıyet kazandırdıkları dikkati çeker.

SONUÇ YERİNE

Gerek girişimci aktiviteler gerekse de girişimci bireyi besleyen koşullar sosyolojik bir evrene gönderme yapar. Sosyal yapının niteliği, kişiyi saran sosyal koşullar, sahip olunan bireysel/psikolojik özellikler, ülkenin siyasal/iktisadi rejimi vs. hepsi birden girişimcilik zihniyeti/kültürünün ortaya çıkmasına olanak tanır.

Kimi kültürler doğaları gereği, girişimciliği baskılarken kimileri de girişimciliğin önünü açıcı bir tutum sergilerler. Bireyci, rekabetçi ve hür teşebbüse dayalı yapılar, potansiyel girişimci güdüler üretirler. Bu güdüler, ortak düşünme, davranma ve yaşama kalıpları oluşturarak, girişimci bir kültürün tesisine imkan tanır. Bu kültürler; rekabet, serbesti, farklılık, başarı vb. değerlere geniş bir alan açtıkça, girişim potansiyelini de artırmış olurlar.

Girişimcilik, toplumsal yapının başkalaşması ya da kabuk değiştirmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bir faaliyet, iş ya da meslek olarak girişimcilik, dinamik bir iktisadi gelişim/değişim süreci oluşturur. Girişimciler de, toplumsal hiyerarşide farklılaşma yaratıcı bir kategori ya da sınıfı oluştururlar. Bu yüzden pek çok sosyal bilimci, girişimcileri, egemen sınıfların temsilcisi ya da üst sınıfın bir parçası olarak görür. Yaptıkları sınıf analizlerinde de, girişimci kesim, iktisadi olduğu kadar, toplumsal ve siyasal yönleri ile de topluma yön veren, toplumu sürükleyen, toplumsal ayrımlarda belirleyici bir taraf olarak gözükmür.

Girişimcilik, sosyal yaşam, iktisadi ilişkiler, politik iklim ve yeni bir toplum inşası için de operasyonel bir değer taşır. Girişimci anlayış ve felsefeler, toplumda özgür teşebbüs ve bireyci kültürü ikame edici bir vasat oluşturur. Girişimciliğe açıklık gösteren yapılar, zaman içinde hür teşebbüs kültürü ve girişimciliği olumlayan düşünsel eğilimler (liberteryan düşünce, liberal

demokrasi vs.) üretirler. Dolayısıyla, girişimcilik, proaktif birey, dinamik sosyal ilişkiler ve farklılaştırıcı bir değişim etkeni olarak, bireyci/serbesti düşüncelerin ve buna paralel toplumsal ve politik yapıların oluşmasına imkan tanır.

KAYNAKLAR

- Ayata, S. (1991). *Sermaye Birikimi ve Toplumsal Değişim*, Ankara: Gündoğan Yay.
- Basu, A. (2003), “An Exploration of Entrepreneurial Activity among asian small Businesses in Britain”, *SMEs in the Age of Globalization*, Ed. David B. Audretsch, Northampton: An Elgar Reference Collection
- Binks, M.-Vale, P. (1990). *Entrepreneurship and Economic Change*, McGraw-Hill Book Company.
- Bridge, S. vd. (1998). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship And Small Business*, London: Macmillan Business.
- Busenits, L.W.-Lau, C. (1997), “A Cross-cultural Cognitive Model of New Venture Creation”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (4).
- Bygrave W- Minniti, M. (2000) “The Social Dynamics of Entrepreneurship” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24 (3).
- Chell, E. vd. (1991). *The Entrepreneurial Personality Concept, Cases and Categories*, London: Routledge Pub.
- Das, T.K- Teng, B.S. (1997). “Time and Entrepreneurial Risk Behaviour”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (2).
- Erol, Metin (2002), *Sanayileşme ve Ekonomik Gelişmenin Sosyolojisi*, Ank: Nobel Yayınları
- Ertübey, N.Ö. (1992). “Ege Bölgesi Girişimci Profili Ön Çalışması (Modernleşmeci Ölçütlerle Girişimci Kavramı)” *Ege Üni. Sosyoloji Dergisi*, Sayı 2
- Gibb, A.A. (1987). “Enterprise Culture- Its Meaning and Implications for Education and Traing”, *Journal of European Industrial Traing*, Vol.11
- Gibb, A.A.-Ritchie, J. (1982). “Understanding the Process of Starting a Small Business” *European Small Business Journal*, 1.1
- Giddens, A.(2000), *Sosyoloji*, Ankara: Ayraç Yayınları
- Hisrich, R. D. Peters, M. (2001). *Entrepreneurship*, 5th Ed., McGraw-Hill Higher

- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Newbury Park, Sage Publications
- Hofstede, G. (1980). "Motivation and Leadership", *Organizational Dynamics*, 1980/2
- Hofstede, G. (1994). *Culture and Organizations*, London: HarperCollins
- Jahoda, M. (1993), "Socialization", *Blackwell Dictionary of Twentieth-Century Social Thought*, (Ed.) W. Outwhite ve T. Bottomore, Ref H41 B53 USA
- Johnson, B.R. (1990). "Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (3)
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). *Kültürel Psikoloji. Kültür Bağlamında İnsan ve Aile*, İstanbul: Evrim Yayınları
- Keyder, Ç. (1983). *Toplumsal Tarih Çalışmaları*, Ankara: Dost Yayınları
- Lau, T.K.- Chan, K.F. (1994) "The Incident Method-Alternative Way of Studying Entrepreneurial Behaviour", *Irish Business and Administrative Research*, 15.
- Mardin, Ş. (1992). *Jön Türklerin Siyasi Fikirleri (1895-1908)*, İst: İletişim Yay
- Morrison, A. (2000) "Entrepreneurship: What Triggers It?", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6 (2).
- Naffziger, D. (1995), "Entrepreneurship: A Person Based Theory Approach" *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, And Growth*, Volume 2, JAI Pres
- Özcan, G. B. (1995), *Small Firms and Local Economic Development: Entrepreneurship in Southern Europe and Turkey*, Aldershot: Avebury, Pub.
- Pillis, E.G. (1998), "Achievement Got To Do With It? The Role Of National Culture in The Relationship Between Entrepreneurship and Achievement Motivation", Working Paper: <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98>
- Prens Sabahattin (1965). *Türkiye Nasıl Kurtarılabilir*, (Çev. M.Sencer), İst: Elif
- Sargut, S.(2001), *Kültürlerarası Farklaşma ve Yönetim*, Ankara: İmge Kitabevi

- Sayar, K. (2003), Kültürel Bakış Açısından Benlik ve Kişilik”, *Yeni Symposium*, Cilt 41 Sayı 2
- Smilor, W.R-Sexton, D.I., (1996). *Leadership and Entrepreneurship: Personal and Organizational Development in Entrepreneurial Ventures*, Lon: Qurum Books,
- Şaylan, G. (1974). *Türkiye’de Kapitalizm Bürokrasi ve Siyasal İdeoloji*, Ank: Todaie
- Thornton, P.H.(1999).“The Sociology of Entrepreneurship”, *Annual Review of Sociology*, Aug. Vol.25
- TÜSİAD (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*, Ankara: TÜSİAD Yayınları
- TÜSİAD (1987). *Türkiye’de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler*, İst.: TÜSİAD Yay.
- Verheul, I. vd. (2003), “An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture”, *SMEs in the Age of Globalization*, Ed. David B. Audretsch, Northampton: An Elgar Reference Collection
- Wagner, P. (1996). *Modernliğin Sosyolojisi*, (Çev. Mehmet Küçük), İst.: Sarmal
- Weber, M. (1999). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, (Çev.Z.Gürata), Ank: Ayraç Yay.
- Williams, S.-Narendran, S. (1999). (1999) “Determinants of Managerial Risk: Exploring Personality and Cultural Influences”, *The Journal of Social Psychology*, 139 (1)
- Yelken, R. (1999), *Cemaatin Dönüşümü. Geç Modern Dönemde Cemaat Sosyolojisi*, Ank: Vadi Yayınları