

## TÜRK ZEKÂSİ VE GİRİŞİMCİLİK

## TURKISH MIND AND ENTREPRENEURSHIP

*Serkan GÜNEŞ\****Özet:**

Bu çalışmada kendine has özellikleri olan Türk düşünce tarzının yaratıcı süreçlerdeki yansıması olan Türk zekâsı kavramı ele alınacaktır. Çalışmanın ilk bölümünde içinde bulunulan toplumun zekâ ve yenilik yaratmaya etkisi tartışılacaktır. İlerleyen bölümlerde yenilik yaratmanın temel ögesi olan girişimciliğin gelişimi Türkler özelinde değerlendirilecektir. Çalışmanın son bölümünde ise Türk zekâsının özelliklerinin, değişen yenilik yaratma süreçlerindeki potansiyeli irdelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Zekâ, Türk Zekâsı, Lonca Sistemi, Girişimcilik, Katılımcı Yenilik.

**Abstract:**

In this study sui generis characteristic of Turkish way of thinking in creative process was investigated under the topic of Turkish Mind. This study aim to provide first, a critical review of the rudiments on mind and innovation related to society. Later section will focus on the concept of entrepreneurship and its development that evaluated according to Turks. The paper ends with a discussion of the potentials of Turkish Mind in open innovation models.

**Keywords:** Mind, Turkish Mind, Guild System, Entrepreneurship, Open Innovation.

**Giriş**

Her toplumun kendine has düşünce, yaşam biçimi ve yaşamı yorumlama tarzı vardır. Bir toplumda bireyler çeşitlilik gösterse de uzun süreler boyunca aynı coğrafyada müşterek yaşama ve kaynaşma, üzerinde uzlaşmış ve ortaklık gösteren davranış biçimlerinin oluşmasına olanak sağlamaktadır. Geniş coğrafyalara yayılmış imparatorlukların yıkılmasına müteakip, ulus devletlerin ortaya çıkması, toplumları bir bakıma fiziki sınırlara hapsedmiş, ulus devlet sınırları içinde kalan topluluklar kaynaşarak homojen bir bütünlük oluşturmaya başlamıştır. Kaynaşma sonucunda ortaya

\* Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü – Ankara  
serkangunes@gazi.edu.tr

çıkan millî kültür, usul ve fertlerin iradesiyle vücuda gelmemekte, kendiliğinden ve tabii bir suretle gelişmektedir. Bu bağlamda millî kültür taklitle başka milletlerden alınmayan duygulardır (Gökalp, 1994). Ancak, ulus devlet sınırlarının diğer devletlerle artan temaslar, seyahat imkânlarının artması ve enformasyon teknolojilerinin gelişmesi ile belirsizleşmesi, millî kültürlerin diğer toplumlara nüfuz etmesini sağladığı kadar farklı kültürel öğelerin millî kültüre tesir etme imkânı da yaratmıştır. Bu tür münasebetlere karşın toplumlarda ortaklık gösteren davranış biçimleri diğer toplumlardan hâlen ayırt edilecek kadar özelliklerini muhafaza etmeyi başarmıştır.

Turhan, insanların tabiatı itibarıyla taklide meyilli olduklarını, bu itibarla ihtiyacını tatmine yarayan bir vasıtayı başkasından almayı, onu yeniden icada kalkışmaya tercih edeceğini ifade eder (Turhan, 1951: 11). Turhan'a göre toplumlar daima bir değişme hâlinde bulunduğundan (Turhan, 1951: 27) toplumdaki kültürel değişmeler evrensel olduğu kadar, sıklıkla karşılaşılan bir durumdur (Turhan, 1951: 58). Yazara göre kültür değişmeleri ya serbest ya da zorunlu şekilde olur. Serbest değişmelerde ya kavimler temas eder ya da iktibaslar neticesinde vuku bulur (Turhan, 1951: 59).

Turhan'a göre değişme maddi kısımda daha seridir (Turhan, 1951: 27). Maddi kültür ile manevi kültür arasında bariz bir münasebet olduğundan (Turhan, 1951: 150), maddi kültür değişimlerinin manevi alana sirayet etmesi kaçınılmazdır. Bu nedenle kültür faaliyetlerini anlamak için, her şeyden evvel dayandıkları ekonomik düzeni, meydana geldikleri ekonomik zemini bilmek gerekmektedir (Turhan, 1951: 85). Bu nedenle çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yaratıcılığın ihtiyaç duyduğu ekonomik zeminin ve bu zeminin dönüşümün manevi alandaki karşılığı da ele alınacaktır.

Bu çalışma, Türk toplumunun, yaşamın doğası gereği ortaya çıkan problemleri algılamaya; problemlerin bertaraf edilmesi için uygulanan yöntem ve düşünce yapısına odaklanmaktadır. Çalışmada öncelikle problem ve zekâ kavramları açılacak, problemlere karşı Türk toplumunun geliştirdiği Türk zekâsı olarak genel kabul gören yaklaşım ele alınacaktır. Çalışma, Türk zekâsının güncel yaratıcı pratikleri ile müştereklikleri ve farklılıkları bağlamında tartışılması ile son bulacaktır.

Türk toplumunun (ki burada kastedilen dil, din, ırk, tarih, coğrafya açısından farklı kökenlerden gelmesine karşın, Anadolu ve çevre coğrafyada beraber yaşamayı başarmış, birlikte var olmuş ve yüksek bir medeniyet yaratmış, kapsadığı siyasal sınırlar içindeki tüm insanlardır) kültürel çeşitliliği coğrafi nedenli olduğu kadar yüzyıllarca beraber yaşama nedeni ile tarihseldir. Bu çeşitlilik yaşamın getirdiği problemlere karşı farklı, alışılmadık çözüm önerilerinin ortaya çıkmasını sağlamış, Türk zekâsı denilen pratik problem çözüme kavramının temelini atmıştır. Bu kavram güncel hayatta toplumun yüksek hoşgörüsü nedeniyle mizahi bir öğe olarak

ele alınsa da içeriğinde yenilik ve yaratıcılık kavramına problem çözme usul ve tekniklerine katkı sağlayacak potansiyeller barındırmaktadır.

Sekman'a göre başka toplumlardan alınarak kullanılan usuller iki şekilde alınmıştır. Gönüllü sentezde, toplumlar kendine yakın toplumlardan kendine uygun usulleri gönüllülük esasında içselleştirir (Sekman, 2003: 117). Zorunlu sentezde ise toplumlar diğer toplumdaki usulleri bünyesine katmak zorunda kalmaktadır. Bu hâliyle, gönüllü sentez var olanı çeşitlendirip zenginleştirirken, zorunlu sentez kimi zaman usuller arasında çatışmalara yol açmaktadır. Bu perspektiften bakıldığında Türk zekâsının gönüllü sentezle çeşitlendiği aşıkârken, özellikle zorunlu olarak karşılaşılan, milliyetsiz ve genel kabul gören küresel iş yapma ve başarı ilkeleri ile kimi zaman çatıştığı da ortadadır. Bu nedenle Türk zekâsı olgusuna değinmeden önce problem kavramının ne olduğuna daha sonra yenilik ve toplum ilişkisine değinmekte lüzum vardır.

### 1. Problem Kavramı Üzerine

Problemlerin çözümü zihinsel bir süreç gerektirir. Problemlerin çözümü için farklı sistematipler zaman içinde önerilmiş olsa da (Dewey, 1910; Köhler, 1925; Maier, 1931; Heppner ve Krauskopf, 1987; Wicklegren, 1979) temelde bir problemin çözümü için ilk şart mevcut bir durumun bireyi rahatsız etmesi ve rahatsızlık veren durumun bir problem olarak farkına varılmasıdır. Probleme neden olan kaynakların tespiti ve çözüm alternatiflerinin problemin ortadan kaldırılmasına yönelik sınanması takip edilen diğer adımlardır. Eğer çözüm alternatiflerinden birisi problemi ortadan kaldırıyorsa bu alternatif, çözüm olarak kabul edilebilmektedir. Altshuller'e göre her çözüm bir problemin çözümü için ihtiyaç duyulan ideal çözüm olmayabilir (Altshuller, 1996). Çünkü her çözüm içeriğinde daha sonra çözülmesi gerektiren problemleri barındırabilmektedir. Altshuller, bir çözümün ideal olarak kabul edilmesi için çözümün o an ve daha sonra ortaya çıkacak durumlar için çelişkiler barındırmaması, yani yeni problemler yaratacak zararlı etkileri olmaması gerektiğini savunmaktadır.

Problem çözmede farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bunlar arasında geçmiş tecrübeye dayalı problem çözme (Heppner ve Krauskopf, 1987; Altshuller, 1996), hazır modellere dayalı problem çözme (Duncan, 1959; Altshuller, 1996), deneme-yanılma yoluyla problem çözme (Thronkike, 1920), kavrama yoluyla problem çözme (Köhler, 1925), bilimsel yolla problem çözme ve yaratıcı düşünce ile problem çözme (Torrance,1974) sayılabilir. Problem çözmenin bu kadar farklı yöntemle dayanması, tecrübelerle sıkı ilişkisi bizi problem çözmenin temel gerekliliklerinden olan zekâ kavramına getirmektedir. Pfeifer ve Scheier'e göre zekâ denilen şey zihinsel süreçlerin toplamıdır (Pfeifer ve Scheier, 2001). Gardner ise *çoklu zekâ kuramı* bağlamında zekâyı çoklu yapı sergileyen, geliştirilebilen ve çevresel faktörlerden etkilenen soyut bir potansiyel olarak görmüştür (Gardner,

2004). Bu bağlamda zekâ biyolojik olduğu kadar toplumsaldır. Bireyin içinde bulunduğu aile yapısı, aldığı eğitim dâhil olduğu kültür zekâyı şekillendirmektedir (Bernstein vd., 1994). Görülen o ki birey zekâlarının gelişimi biyolojik taban kadar bireyin içinde bulunduğu topluma da bağlıdır. O hâlde bireylerin problem çözmeye karşı başarıları kadar toplumun genelinin de problemleri çözüme ve yaratıcılık konusunda yetkinliği de araştırmaya değer bir olgudur.

## 2. Zekâ ve Yeniliğin Milleti Olur Mu?

Bir toplumu diğer toplumlara oranla daha zeki ve yenilikçi olarak atfetmek daimi suretle tenkide açık bir konudur. Zira zekâ tüm topluma yayıldığından, mühim ve araştırmaya değer olan toplumun ne kadar zeki olup olmadığı değil, toplumda olan mevcut potansiyeli ortaya çıkarmak için bulunan mekanizmaların var olup olmadığıdır. Bu hâliyle yenilikçi toplumdan kastedilen şey toplumda zaten var olan potansiyeli uygun mekanizmalarla açığa çıkarmayı başarmış toplumdur.

Gardner'e göre zekâ çevresel koşullar ile sıkı ilişki hâlinde gelişir (Gardner, 2004). Dolayısıyla, bireyin içinde bulunduğu toplum ve kültür zekânın gelişiminde etkili olmakta, içinde var olan kültürün sunduğu fırsatlar bireyin günlük yaşam pratiklerinde gösterdiği zekâyı dayalı becerileri etkilemektedir. Toplumda yeterli fırsatlar bulunduğu ise, bireyin değerli bir ürün yaratma ve problemlere karşı nitelikli çözüm bulma yetileri artmaktadır (Gardner, 1993). Hâl böyle iken bireysel zekâ kadar, bu potansiyelin geliştirilmesinde toplumun iş birlikçi yapısı ve sağladığı fırsatlar irdelemek doğru olacaktır.

Lev Vygotsky, sosyal gelişim kuramı çerçevesinde, bireylerin bilişsel gelişiminde sosyal çevrenin önemini savunmuş, bireyler arası iletişimin yaratacağı işbirliğinin karmaşık sorunların çözümünde etkili olduğunu ifade etmiştir (Vygotsky, 1978). Vygotsky'in yakınsal gelişim alanı (zone of proximal development) olarak ifade ettiği alanda birey bilmedikleri ile karşılaşmakta, sosyal ilişkiler neticesinde öğrenmekte ve yeni beceriler kazanmaktadır. Bu alanda var olan sosyal bilgi öğrenme sürecinde bireysel bilgiye dönüşmekte ve bireyin ileride problemlerin çözümünde kullanacağı bilgi havuzu büyümektedir. O hâlde yenilikçi toplum için öncelikle ele alınması gereken hususlardan birisi bireylerin sosyal bilgi havuzundan faydalanması, buradan edindikleri bilgilerle sosyal bilgi havuzuna katkıda bulunması ve bunu sosyal iletişim esasları çerçevesinde diğer bireylerle paylaşmasıdır.

Diğer bir husus toplumun yeniliğe ne kadar açık olduğudur. Her toplum değişen şartlara karşı varlığını sürdürmek için değişmek, yenilenmek zorundadır. Ancak yeniliğin içeriğinde yeni riskler barındırması, yeniliğe karşı belirli ve kimi zaman haklı olan bir direnç yaratmaktadır. Bu hâliyle

her yenilik toplumda bir tartışma konusu hâline gelir. Bu tür tartışmaların odak noktası, önerilen yeniliğin toplumun gelenekten gelen bilgi ve kültürünü ne şekilde değiştireceği ve bunun uygun olup olmadığıdır. Mühim olan geleneği koruyarak değişmek olduğundan, önerilen yenilik çağcıl olmalı ancak çatışmaya mahal vermeyecek kadar da geçmişten gelen kökleri muhafaza etmelidir. Bu hâliyle yenilikçi toplum, yeniliği üretmeye imkân verecek esneklikte yeniliği destekleyen ve teşvik eden, özgür düşüncüyü ve bireysel hürriyeti garanti altına almış bir toplumdur.

O hâlde, her toplum yenilikçiliğe fırsat sağladığı miktarda yenilikçidir. Böyle bir koşul oluşabilmesi için öncelikle toplum yenilikçi bireylerin o toplumda filizlenmesi için ihtiyaç duyulan sosyal bilgi havuzlarını sosyal iletişim ve fikir hürriyeti esasları çerçevesinde tesis etmelidir. Bununla beraber sosyal bilgi havuzunda üretilen bilgiyi pratiğe dönüştürecek kolaylaştırıcı mekanizmalar toplum tarafından oluşturulmalıdır. Toplum, öne çıkan yenilikçi fikirlerin tartışılması için lüzum olan müzakere ortamları yaratmalıdır. Sonuç olarak yeniliğin milleti yoktur, topluma yayılmış yenilik potansiyelini gerekli mekanizmalarla ortaya çıkaran milletler vardır.

### 3. Türkler Yenilikçi Bir Toplum Mu?

Bin yılları aşan köklü bir geleneğe sahip Türk toplumu, yeniliği üretmekten ziyade ilginç bir şekilde yenilikleri bünyesine almaya, kullanmaya ve dönüştürmeye daha eğilimlidir. Yeniliği üretememeyi yeniliğe karşı bir direnç olarak algılamak yanlıştır. Zira yeniliği üretememenin sebeplerini oluşturulamayan kolaylaştırıcı mekanizmalarda aramak doğru bir yaklaşımdır. Bu nedenle Türk toplumunun yenilikçiliğe karşı tutumunun köklerini öncelikle Türklerin çalışma hayatında aramak uygun olur.

Türk toplumu, Anadolu'nun fethi ile beraber yerleşik hayata geçmeye başlamış, var olan hayvancılıkla beraber ziraata geçişte bir sıkıntı yaşamamıştır. Şehir hayatına geçiş ile beraber özellikle işlenen eşyanın niteliğine dönük mesleki örgütlenmeler ortaya çıkmış, bu örgütlenme modeli Osmanlı döneminde Lonca sistemi ile beraber doruk noktasına ulaşmıştır. Daha evvel din tabanlı cemaat ilişkileri çerçevesinde şekillenen bu müesseseler, Osmanlı döneminde giderek tüm din mensuplarını kapsayacak şekilde genişlemeye başlamıştır.

Cem'e göre Osmanlı, toplum ihtiyaçlarını gözeten devlet ile aynı ihtiyaçlar ışığında yorumlanmış İslam kültürünü, geçmişten gelen göçebe kültürü ile birleştirmeyi başarmış, kurumları ve kuralları ile İslam hukukuna dayalı bir sistem yaratmıştır (Cem, 1997: 59). Genel bağlamda Osmanlı devletçiliği tarımda mülk sahibi, ticarete düzenleyici, zanaat ve sanayide denetleyici bir düzen kurmuştur. Çalışmanın aynı zamanda ibadet olarak kabul edildiği bu toplumda, İslam fihhına uygun bir şekilde rızık temini

sağlanmaya çalışılmıştır. En faziletli rızık temini kabul edilen cihat ile beraber, ziraat ve ticarete ve zanaata önem vermiştir.

Mal üretiminde önceleri Fütüvvet, Ahi teşkilatı ya da genel deyişle Lonca'ların önemi büyüktür. Anadolu'da XIII. yüzyıldan itibaren dinî, ahlaki, sosyal ve ekonomik amaçla ortaya çıkmaya başlayan bu müesseselerde, genelde meslek erbabı mesleğin piri etrafında toplanmakta, meslek erbabı teşkilatın koruması ve denetimi altında bulunmaktaydı. Bu sayede mal üretiminde kalite kontrolü sağlanmakta, kaynak israfı, rekabetin engellenmesi ile oluşmamaktaydı. Bu tür teşkilatlar, tasavvuf ve tarikat öğretisi çerçevesinde koyduğu kurallar ile mensuplarını aşırı maddi kazanç hırsı ve rekabetten uzak tutmaktaydı.

Cem, farklı türde ekonomilerin başarısı için belirli bir insan tipine ihtiyaç olduğu belirterek, Osmanlı'nın üretiminin temel dayanağı olan cemaat ilişkisinin Batı tarzı üretim ve ticaret ile ciddi farklar olduğunu belirtmektedir (Cem, 1997: 85). Bu bağlamda loncalarda, Batı tarzı pratikten uzak olarak hırsı yaratacak ferdiyetçilik törpülenmekte, kendi başına buyruk davranışlar engellenmektedir. Toplum ve cemaat çıkarlarına uygun olarak, hırs ve maceracı ruha sahip olmak yasaklanmakta, kanaatkâr olmak ve cemaatin bir parçası olarak işbölümüne dâhil olmak yüceltilmektedir. Rekabet varsa da o ahlaki ve erdemli olmaya dayalı bir rekabetti.

Osmanlıda bu tür bir yapılanma mevcut iken, Batı Avrupa'da da loncalar (koperasyonlar) bulunmakta, ancak bu tür müesseseler sosyal bir fonksiyondan öte ekonomik birimler olarak faaliyet göstermekteydi. XII. yüzyıl itibariyle kurulan bu teşkilatlar XIII. yüzyılda tüm Avrupa'ya yayılmış, ancak özellikle XVI. yüzyıldan itibaren tüccarların lehine olan gelişmeler sonucunda zayıflamıştır. XVIII. yüzyıla gelindiğinde loncalar, kapitalizmin ferdi menfaat yaklaşımı ve bunun somut şekli burjuvaya karşı mücadelesi başarılı olmamış, makineleşme ile beraber yok olmuşlardır. Batı Avrupa'da piyasa ekonomisinin gelişmesi ile beraber girişimciler ekonomik bir aktör olarak üretici ve tüketici arasındaki bağlantıyı arbitraj esasları çerçevesinde kurmaya başlamakta ve loncaların yerini almaktaydı. Richard Cantillon (1680?-1734) tarafından risk alan ve riski üstlenen olarak tanımlanan girişimciler (Hisrich ve Peters, 1989), loncaların yerine üretimi organize etmekte, yeni ürünlerin çıkmasına önyak olmakta, yeni pazarlar yaratmaktaydı. Girişimciler kar motivasyonu altında yeni teknolojilere ve düşüncelere başvurmakta, Jean Baptiste Say'a (1767 - 1832) göre üretim fikirlerini yeni zenginlikler yaratacak şekilde düzenlemekteydi (Drucker,1995). Alfred Marshall'a (1842-1924) göre eskiden loncaların ödevi olan üretim koordinasyonu girişimciler tarafından yapılmaktaydı (Kerstenatzky, 2010). XX. yüzyıla gelindiğinde ise girişimciler lonca kavramına tezat şekilde ekonominin dengesini kendi lehlerine yönelik

bozmaya çalışmakta, yeni denge oluşana kadar oluşacak ranttan nemalanmaktaydılar (Schumpeter, 1943).

Batı Avrupa’da serbest piyasa esasları çerçevesinde bu tür gelişmeler olurken, Osmanlıda loncalar ve tüccarlar arasında loncaların rolünü zayıflatacak bir çekişme olmamış, çoğu İslam toplumunda uygulanan narh sistemi ile bu engellenmiştir. Narh sisteminde mal ve hizmetlerin fiyatları resmi makamlarca tespit edilmekte ve denetlenmekteydi. XIX. yüzyılın ortasına kadar mevcudiyetini koruyan bu sistem sayesinde (Kazıcı, 1998) loncalar var olmuş, sıkı kuralları neticesinde Batı Avrupa benzeri girişimci insan modelinin ortaya çıkmasını engellemiştir.

Buraya kadar değinilen hususlar dikkate alındığında, Osmanlıda XIX. yüzyılın sonuna kadar varlığını koruyan lonca sisteminin, işleyişi nedeniyle Osmanlıda girişimciliğin ve sınaî yeniliğin önünde bir engel teşkil ettiği söylenebilir. Fakat bu madalyonun bir yüzüdür. Zira loncalar varlığı ile daimi suretli savaş ekonomisinin hüküm sürdüğü ve kıt kaynaklara sahip bir ekonominin uzun müddet çatışmadan uzak bir şekilde işlemlerini sağlamış, iş barışı nedeniyle yıkıcı rekabeti engellemiştir. Narh sistemi ile loncaların müşterek işleyişi “halkın hayır duasına” dayalı devletçi anlayışını desteklemiştir.

Lonca sistemin Batı Avrupa kapitalizminin ferdi menfaat ve burjuvaya dayalı sistemine karşıt yapısı bir bakıma Osmanlıda makineleşmenin ve serbest piyasanın oluşmasını engellemiştir. Bununla beraber, dünyevi ve ahrevi sebepler nedeniyle toplumda var olan kanaatkâr tüketim yapısı, askeri sınıf ile reaya arası sınıfsal çatışmanın bulunmaması ve Batı kapitalizminin bir müddet Osmanlı topraklarında var olmasının önüne geçmiştir. Ancak özellikle 1699 Karlofça Antlaşması ile beraber yaşanan toprak kaybı ve güvensizlik, takip eden dönemde Batı menşeli ürünlerin Osmanlı topraklarına girmesi ve Lale Devri’nin (1718) hüküm sürmesi toplumsal gerilimlere yol açmaya başlamış (ör. Patrona Halil İsyanı, 1730) lonca sisteminin çöküşünü hızlandırmıştır. Servetin amaç hâline gelmesi, üretimden ziyade tüketime yöneliş ve Avrupa uluslarına sağlanan imtiyazlar mali çöküşü ve yeni yeni oluşan tabakalar arası gerilimi arttırmıştır (Orçan, 2008: 66). Batı malları ile çok çabuk tanışan Türk toplumu, Batı’nın yaşadığı sanayi devriminin sonuçlarına hazırlıksız yakalanmış, Batı Avrupa’da XVI. yüzyıldan bu yana filizlenen girişimcilik kültürünü uzun müddet kendi topraklarına oluşturamamıştır. Bu gelişmeler ışığında, esnek olmayan ve hassas bir dengeye sahip Osmanlı ekonomi yapısının çöküşü hızlanmıştır (Cem, 1997: 209).

Bu noktada hareketle bazı hususları, bazı yanlış anlamaları engellemek sebebiyle özenle tekrar ele alınması gerekmektedir. Öncelikle Osmanlıda yavaş yavaş inşa edilen, muhafaza edilen ve hüküm süren gelenekçilik, yenilikçiliğe aykırı bir durum değildir. Aksine gelenekçilik yeninin

getireceğe belirsiz risklere bir tedbir ve dengeyi koruma aracı olarak kullanılmıştır. Eğer bir toplum, kanaatkâr bir tutum içinde kendi yaşantısını yeterli buluyorsa bu toplumu suçlar bir şekilde gelenekçi ve daha da ileri giderek geri kalmış olarak atfetmek insafsızlık olduğu kadar yanlıştır. Osmanlı toplumu geri kalmış bir toplum değil, aksine ölçeği, çeşitliliği ve sosyal devlet yapısı nedeniyle çevresine hızla oluşan gelişmelere hızlı cevap verememiş bir toplumdur. Cem'e göre eski denge toplumları kaynakların sınırı ötesinde başka örneklerle karşılaşmadıklarından, eski alışkanlıklarına sağdık kalmakta; onları yenileme gereği duymamaktadır (Cem, 1997: 27). Bu durum, gelişmeyi engellese de, öte yandan toplumun tatmin edilmiş ve mutlu olmasını sağlamaktadır (Gendarne, 1963: 19).

Sonuç olarak, Türkler yenilikçi bir toplum mudur? Bu soruya hem toplumun genel kültürü hem de toplumun yarattığı örgütlerin kültürü açısından cevap vermek doğru olacaktır.

- Türk toplumu fetih ruhu içinde sürekli diğer kültürler ile temas içinde olmuş, göçebe kültürün bir uzantısı olarak çevresinde oluşan yenilere karşı uyum yeteneği kazanmıştır. Bununla beraber, göçebe kültürün bir uzantısı olarak sürekli olarak ihtiyatlı bir tutum sergilemiş, risklere karşı dengeyi korumaya çalışmış, yeniliklere ihtiyatlı davranmıştır.

- Köklü geleneklere sahip olmak, karşılaşılan her yeni için başvurulacak bir referans olmuş, yenileşme yavaş ancak geçmişten gelen kökleri muhafaza ederek kabul edilmiştir. Bu yeniliğe, değişime karşı bir direnç değil, geleneği koruyarak değişmek şeklinde olmuştur.

- Yenilik bir ihtiyaç nedeniyle gündeme gelir ve ortaya çıkar. Eğer toplum kendi yaşantısını ve seviyesini yeteri buluyorsa, kanaatkâr bir tutum içinde var olanla tatmin ve mutlu oluyorsa yeniliğin o toplumda vücut bulması zordur. Bu nedenle kanaatkâr Türk toplumunda yeniliğe karşı ihtiyaç Batıdaki emsalleri gibi hızlı oluşmamış, toplum uzun müddet aynı yaşantısını sürdürmüştür.

- Dengeli, düzenli, oturmuş kültürler ve tamamen çökmüş kültürler yenilikten uzaktır (Odabaşı, 2004: 54). Osmanlının kurumları vasıtasıyla kurduğu denge ve düzen politikası, bu haliyle, yeniliğin kendi topraklarında yeşermesini engellemiştir.

- Yenilik ihtiyaçlar ve imkânlar arasında bir dengesizlik hâlinde oluşur. Osmanlı, XVIII. yüzyıla kadar ihtiyaç ve imkânlar arası dengeyi muhafaza etmiş, toplumun Batı kaynaklı ürünlerle tanışması ile bu denge bozulmuştur. İhtiyaç duyulan mamullerin daha ziyade sanayi ürünlerine doğru kayması, sanayi devrimi yaşamayan Osmanlıyı zora sokmuş, Osmanlıyı dışa bağımlı hâle getirmiştir. Yenilik Batı'dan ithal edilen bir kavram hâline gelmiştir.



- Lonca sisteminin dayandığı cemaat olgusu, bununla beraber özel teşebbüsün olmayışı, bir ekonomik aktör girişimci sınıfın oluşmasının önüne geçmiştir. Serbest piyasanın var olmaması piyasa aktörleri arasında rekabeti engellemiş, yenilikçi kültürün oluşması için ihtiyaç duyulan imkânlar var olmamıştır.

- Lonca sisteminin sıkı hiyerarşik yapısı, usta-çırak ilişkisini doğurmuş, özellikle *gedik* sisteminin varlığı (Meslek sahiplerinin gerekli çalışma yetkisine ve yerine sahip olmaları ve kadro ihdas sistemi) denemeyanılma yöntemi ile problem çözme ve serbest bir aktör olarak piyasada var olma imkânlarını köreltmıştır.

- Osmanlı İmparatorluğu'nda sosyal tabakalar birbirinden kesin çizgilerle ayrılmış ve her tabakanın tüketimi kanunlar ve nizamlarla tayin edilmiş olması (Kıray,1999: 84), tabakaların statik ve dikey hareket imkânının kısıtlı olması nedeniyle rekabete dayalı bir tüketimi engellemiştir. Tüketim üzerinden tabakalar arası geçişinin imkânsızlığı, bu tür mamullerin üretilmesini gereksiz kılmış, girişimciliğin esaslarından olan yeni ürünlerin ortaya çıkarılması ve yeni pazarların yaratılması mümkün olmamıştır.

- Dini hükümler gereği israfın haram olması ve sürekli savaş hâlinde olan toplumda mümkün mertebe lüks ve gereksiz kabul edilen emtiyanın üretilmesi ve tüketilmesinden kaçınılması, piyasada var olacak mamullerin çeşitliliği ve miktarını kısıtlamakta, seri üretim için ihtiyaç duyulan koşulları ortadan kaldırmaktaydı. Toplumsal tabakalarda ister ücret, ister rant isterse kâr kaynaklı olsun aşırı bir zenginleşmeye izin verilmemiş, girişimciliğin temel motivasyonu olan kar hırsını engellemiştir.

- Özel teşebbüsün olmaması sermaye birikimini engellemiş, girişimcinin ihtiyaç duyduğu risk sermayesi oluşmamıştır.

- Boş zamanın ibadete ayrılması yönündeki telkinler, bireylerin kendi ilgi alanlarına yönelik araştırma ve denemelerine imkân vermemiştir. Bu nedenle aşağıdan yukarıya doğru bilgi birikimi oluşmamıştır.

- Batı'da bilimin hedefi kâinata hâkim olmak ve onu denetim altına almak iken Osmanlı'da ise bilimin hedefi nefsi yüceltmek; mutlak hakikate ulaşmaktır (İhsanoğlu, 1996). Bu nedenle, oluşan bilginin ticarileşmesi akabinde bunun sanayi devrimine yol açması mümkün olmamıştır.

Bu açılardan bakıldığında, zaman içinde Türk toplumunun yeniliğe aşına ancak kendi içinde haklı gerekçeler nedeniyle yaratılan kurumları sebebiyle yeniliği ortaya çıkaracak imkânlardan mahrum olduğu gözükmektedir. Aklın gösterdiğine itibarın kabul gördüğü toplumda, yeniliğe direnç yoktur. Özellikle XIX. yüzyıldan sonra tüketim kültüründeki değişmeler bunu destekler niteliktedir. Türk toplumunda yeniliğin emsal Batı ülkelerindeki gibi oluşmasının sebeplerini, yaratılmayan üretim

ilişkilerinde (Altun, 2007) ve var olmayan kolaylaştırıcı mekanizmalarda aramak doğru olur.

#### 4. Türk Zekâsı Nedir?

İnsanın en müthiş yeteneklerinden birisi, zihinsel gücünü yeni bir ürün yaratmak için kullanmasıdır. Bir yenilik oluşması için yeniliği doğuracak ihtiyacının baskısına gerek vardır (Rouquette, 1994). İhtiyaç ise değişen koşullar sonucu ya kendiliğinden ya da yaratılan suni ihtiyaçların topluma yeni ihtiyaçlar gibi sunulması ile oluşur. Bu durumda ister zaruri ister manipüle edilmiş olan ihtiyaç, kar amacı güden girişimciler tarafından (Schumpeter, 1943) veya ihtiyacın baskısını hisseden, kendine güvenen (Carin ve Sund, 1985) ve bu tür eylemlerden zevk alan (Bessis ve Jaqui, 1973) bireyler tarafından tatmin kendiliğinden edilmeye çalışılır.

Girişimcilik müessesinin XVI. yüzyıla kadar oluşmaması, manipüle edilmiş ihtiyaçların oluşmasını engellemiş, değişen koşullar sonucu kendiliğinden ortaya çıkan ihtiyaçlar topluma dağılmış yaratıcı bireylerin bireysel çabaları sonucu tatmin edilmiştir. Problemlerin çözümünde ortaya çıkan yeni ürünler hayranlık uyandıracak kadar doğru, kolektif ve anonim ürünler olarak gün yüzüne çıkmıştır. Anonim ürünler yaratıcı zekânın yokluğunu değil, ürünün tasarımcısının kimliğinin isteyerek ya da istemeyerek gizli kalmasına işaret eder. Kolayca anlaşılabilen referanslarıyla aracısız sezgisel bir dil sunan bu ürünler bir değer kaybından öte o toplumun yaratıcı potansiyelini öne çıkaran ürünler olarak varlığını korumuştur.

Girişimciliğin serbest piyasa koşulları ile ortaya çıkmasından sonra, suni ihtiyaçlar da ortaya çıkmış, tüm ihtiyaçlar sunulan seçenek zenginlikleri ile beraber mümkün merteye girişimciler tarafından tatmin edilmeye çalışılmıştır. Daha önce ihtiyaçlarını kendi başına tatmin etmeye çalışan ve alışan toplum yaratıcılık açısından pasif konuma geçerek başkalarının ihtiyaçlarını tatmin etmede üretici, ihtiyaçların çeşitlenmesi ile beraber kendi ihtiyaçlarını gideremediği noktada tüketici kimliğine bürünmüştür. Bu tür bir iş bölümü zaman içinde ihtisaslaşmayı yaratmış, ihtisaslaşma ölçeğin neden olduğu maliyet düşüşleri ve zaman içinde karışık ürünler için ihtiyaç duyulan örtük bilgi nedeniyle ürüne dönük bireysel üretim çabasını gereksiz kılmıştır.

Çeşitlenen ihtiyaçların tatmininin giderek bireysel üretimden elde edilen gelire dayanması ve gelirin öncelikle temel ihtiyaçlar için kullanılması, özellikle düşük gelir grupları arasında bu ihtiyaçların giderilmesinde farklı yöntemler izlenmesine yol açmış, daha önce serbest piyasa nedeni ile körelen bireysel yaratıcılık tekrar ortaya çıkmıştır. İşte Türk zekâsı olarak tanımlanan problem çözüm tekniği böyle bir koşul silsilesinin sonucudur.

Türk zekâsı (veya pratik Türk zekâsı) kavramı toplumda genel olarak anlık çözümlere odaklanmış, elde var olan olanaklarla mevcut bir sorunu çözme yetisine karşılık kullanılmaktadır. İçinde genelde yüksek miktarda mizahi öge barındıran bu kavram, daha ziyade bir sorun karşısında alışıla gelmiş çözümler yerine sorunu o an için bir şekilde tasfiye eden, kimi zaman iptidai ancak çalışan, çoğu zaman absürt ancak kabul edilebilir kısa erimli çözümleri ifade etmektedir. Bu tür çözümler bir çözümsüzlük değil aksine problemlere karşı farklı bir bakış açısıdır. Türk zekâsı olarak adlandırılan problem çözümleri tahlil edildiğinde bu tür çözümlerin daha ziyade geçmiş tecrübeye dayanan, kavramaya dayalı deneme-yanılma yöntemi yoluyla sonuca ulaşılan yaratıcı çözümler olduğunu söylemek mümkündür. Türk zekâsına dayanan problem çözümü metodunda bazı ortak noktalar bulunmaktadır.

#### 4.1. Kıt Kaynakların Dönüşümü

Her problem çözümü iç ve dış kaynaklara ihtiyaç duyar. İç kaynaklar problem alanında hâlihazırda var olan ve ya bulunmuş ulaşılabilir kaynaklardır. Dış kaynaklar ise problem alanının erişiminde bulunan diğer alanlardaki kaynaklardır. Türk zekâsına dayanan ürünlerde, öncelikle, yeni kaynaklar yaratmaktan ziyade mevcut kaynakların belli bir amaç için kullanıldığı veya dönüştürüldüğü gözlemlenmektedir. Etkin kaynak kullanımına dayanan bu çözümlerde beklenmedik gündelik malzemelerden beklenmedik ve işe yarar çözümler üretilmektedir. Dönemsel faydaya dayanan mevcut ürünler ve çözümler aslında geçmiş dönemlerin bir kombinasyonudur. Dolayısıyla ortaya çıkan yeni ürünler, geçmiş tecrübeler sonucu elde edilen kaynakların farklı kombinasyonlarla yeni fayda için yeni bir ürüne dönmesidir. Şanzımanlı çamaşır makinelerinin yayık ayran yapımında kullanılması yukarıda anılan duruma örnek olabilir. Zira şanzımanlı çamaşır makinelerinde makinelerde bir fazlı motor kayış kasnak yardımı ile pervaneyi kumanda eder. Pervane sağa ve sola motor yardımı ile döndürülerek çamaşırlar yıkanır. Yayık ayran üretimi ise yoğurt ve suyun uzun süre el yordamı ile ritmik çalkalanmasına dayanır. Çamaşır makinesinin çalışma prensibi yayık ayran yapmak için ihtiyaç duyulan ritmik çalkalanmaya bir kaynak olarak karşılığında elde olan bir kaynak mevcut el emeği problemini ortadan kaldırmak için kullanılmıştır.

#### 4.2. Problemi Çözerken Planlama ve Yapararak Öğrenme

Türk usulü problem çözümlerinde iş yapılırken planlanır, işin nasıl yapılacağı yaparken öğrenilir. “Kervan yolda düzülmede”, başarısızlıkta ise kaderciliğe sığınarak nasip ve kısmet kavramlarına ön plana çıkarılmaktadır (Sekman, 2003: 230). Oysaki Altshulter’e göre her yeni problemin çözümü mevcut durumu ideallik yönünde gelişmeli ve bunun için sonradan ortaya çıkacak çelişkiler önceden belirlenmeli ve bertaraf edilmelidir. Başka bir

deyişle, yeni çözümün yaralı etkileri, zararlı etkilerine oranla yüksek olmalı, mümkün mertebe zararlı etkiler hiç oluşmamalıdır (Altshuler,1996).

Türk usulü problem çözümlerine temel amaç mevcut problemin anlık tasfiyesi olduğundan, yeni çözümün yaratacağı çelişkiler çoğu zaman göz ardı edilmektedir. Bu durum çoğu zaman absürt ve çelişkili ürünler ortaya çıkarsa da ürünler o anlık problemi tasfiye ettiğinden kabul edilebilir çözümler olarak görülmektedir. Günü kurtaran ve durumu idare eden çözümler yeni problemler oluşana kadar uygun çözümler olarak kabul edilmektedir. Kurum başvurularında yaygın bir şekilde son günün beklenmesi ve uzatılması ve ya binaların çatılarının kapatılmayarak, olası kat eklemeleri için kolonların ve filizlerin açıkta bırakılması ve yüksek yakıt masrafı bu duruma örnek olarak verilebilir.

#### 4.3. Şaşırtıcı Çözümlere Ulaşmak

Türk usulü genel anlamda bir işin Türk olan bir kişi tarafından yapılma şeklindedir. Özel anlamda ise, dünyanın her yerinde belirli şekillerde yapılan bazı işlerin Türkler tarafından benzersiz, alışıla gelmişten farklı bir şekilde yapılmasına denir (Sekman, 2003: 131). Bu nedenle Türk zekâsına dayanan çözümler çoğu zaman şaşırtıcı ve sürprizlerle doludur. Farklı bakış açılarından alternatif yaratmak, sorunları farklı bir gözle değerlendirmek, kısaca pratik düşünce ve kolaycılık bu Türk usulü çözümlerde sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Pratiklik göçebe kültürün bir ürünüdür, yoklukla, kaynak eksikliği ile bağlantılıdır. Mangalı saç kurutma makinesi ile elektrik olmayan piknik alanlarında arabasının egzozu ile yellemek bu tür çözümlere örnektir.

#### 4.4. Olanla Yetinmek

Türkler ister inanç sistemi ister tarıma dayalı ekonominin mevsime dayalı belirsizliği ve çevresel tehditler nedeni ile kanaatkâr bir toplum olmuşlardır. Zaman içinde toplum batı tarzı ürünler ile tanışmış olsa da toplumun büyük çoğunluğunun yüz yüze olduğu kronik düşük gelir, hem ürün alımını kısıtlı tutmuş hem de dinî gerekçelerle beraber olanın israfını engellemiştir. Malın değerli olması, zor elde edilmesi onların sürekli işlevini koruması için tamir edilmesi ve tekrardan farklı amaçlar için kullanılmasının önünü açmıştır. Batı'da tüketim toplumunun özellikle çevresel faktörler nedeni ile tekrar gözden geçirdiği tekrar kullanma, ürün kullanım süresini uzatma, geri kazanım gibi hususlar, Türk toplumu için maddi sebepler nedeniyle yabancı kavramlar değildir. Bu konuda çocuk oyuncakları ve oyunları örnek verilebilir. İmkânların kısıtlılığı uzun süre çocukların kendi oyuncaklarını mevcut evdeki olanaklar dâhilinde tasarlamasına ve üretmesine sebep olmuş, telden arabalar ve *çivi oyunu* (saplatmaç) gibi sokak oyunları ortaya çıkmıştır.

#### 4.5. Türk Gibi Başlamak

“Türk gibi başlamak” deyimi bir olay karşısında aniden harekete başlamayı, problem çözümlerinin ilk aşamasında yüksek özgüven ve motivasyonla işe girişmeyi ifade etmektedir. Yaratıcılık, çözüme başlama aşamasında, yüksek özgüven ve niyet gerektirir. Ancak özgüven kadar, süreci yönetecek, niyeti kararlılıkla devam ettirecek organizasyon becerisine de ihtiyaç vardır. Türk usulü problem çözümlerinde eleştirilen temel noktalardan birisi, başlangıçta bulunan yüksek motivasyonun sürecin tamamına yayılmamış olmasıdır. Daha önce Türk gibi başlanarak ama daha sonra rafa kaldırılan birçok proje ile karşılaşmak mümkündür. Bu nedenle bu deyim, yaygın şekilde “Türk gibi başla, Alman gibi bitir.” şeklinde kullanılır.

#### 4.6. Yaratıcılığa İtibar Ve Yaratıcıların Yalnızlığı

Çoğu görüşe göre yaratıcı bireylerin yenilik üretmesinin arkasındaki güdü, bireylerin bağlantılı olduğu topluluk içinde itibar göreme ve takdir toplamaktır (Csikszentmihalyi, 1996; Howe, 2008; McGonigal, 2008). Marifet iltifata tabidir, ancak evvela marifetin ortaya çıkmasını sağlayacak koşullar sağlanmalıdır. Sahip oldukları değer ve düşüncelere sıkı sıkı bağlı olan toplumlarda fikirlerin yargılanmadan, yadırganmadan ortaya çıkması mümkün gözükmemektedir.

Türk toplumunun yaratıcılara bakışı ilginçtir. Vasatlık olması gereken olarak kabul edilmekte, yaratıcı olanlar, çoğunlukla marjinal diye nitelendirilmektedir. Geneline baktığımızda vasatlığın, olağan olanın yüceltilmesinin bir savunma mekanizması olarak kabul edildiğini görürüz. Geçim derdi (ekmek parası) ön planda olduğundan “gereksiz maceralar” istikbali riske atma olarak kabul edilmekte, garantili meslekler sahibi olmak desteklenmektedir. Mesleki hayatta ise, belki de lonca sisteminin devam eden tesiri ile farklı olanı önermek düzene çomak sokmak olarak algılanmaktadır. “Sen mi kurtaracaksın?” düşüncesi genele hâkimken, zaten iyi olan ya vardır, ya da ödevini yerine getiren “Japonya gibi çalışkan, mucit toplumlar” tarafından yapılacağı düşüncesi yaygındır. Toplumu yeni olanla tanıştırmaya hevesinde olanlar, sürecin başında “yeni icat çıkarma” söylemiyle eleştirilmektedir. Tüm bu olumsuzluklara karşın yeniyi, faydalı olanı ortaya çıkarmaya hevesli olanların “boş işlerle uğraştığı” düşünülmemekte ancak başarıya ulaştığı vakit gurur kaynağı ve “Müthiş Türk” yaftasıyla bir müddet omuzlarda taşınmaktadır. Müthiş Türklerin söylemleri ise yeterince destek görmedikleri, imkân verildiğinde daha iyi olanı müjdeleme üzerine birleşmektedir.

#### 5. Yeniliğin Değişen Yüzü Ve Türk Zekâsının Olası Katkıları

Schumpeter’a göre kapitalist endüstriyel gelişmesi, yani eski denge çizgisinden yeni denge çizgisine geçiş, yenilik ile olur. Schumpeter’in

yaklaşımları ile ayrı bir önem kazanan girişimci, üretim fonksiyonunda değişiklik yaparak yeniliği yaratmakta, dengesizlik sonucu oluşan kardan nemalanmaktadır. Yenilik geleneksel anlamda girişimcinin ve uzantısı olan işletmenin bir fonksiyonudur (Schumpeter, 1943). Ancak zaman içinde, üretici ve tüketici arasındaki çizginin belirsizleşmesi, bu alana yönelik farklı Katılımcı Yenilik Modellerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Geleneksel olarak firma içinde yaratılan değerler, artık pazarda yaratılmakta, tüketici değer yaratmanın önemli bir ögesi haline gelmiştir. Özellikle son on yılda literatürde geleneksel yenilik modelleri yerine zikredilmeye başlanan Açık İnovasyon (Chesbrough, 2003), Ortak Değer Yaratım Yaklaşımı (Pralhad ve Ramaswary, 2004), Birleştir ve Geliştir (Hutson ve Sakkab, 2006) Küresel Beyin (Nambisan ve Sawhney, 2007) ve Crowdsourcing (Howe, 2008) modelleri temelini yukarıda bahsedilen kurgudan almakta, her model yaratıcılık için firmalarla gönüllü bir şekilde iş birliğine girmeye hevesli tüketici topluluklarına, bir başka anlamda topluma yayılmış bilgi ve yaratıcılık potansiyeline güvenmektedir.

Yeniliğin değişen başka bir yüzü, çevre yeniliğidir (Eko-inovasyon). 1960'lar ile beraber sermayenin özgürleşmesi (yani, hızlı ve zahmetsiz nemalanacağı ortamlara nüfuz etmesi) yönündeki çalışmalar, beraberinde küreselleşme olgusunu getirmiş, uluslar üstü sermaye kolaylaştırıcı mekanizmalarla küresel ölçekte dünya kaynaklarını kullanmaya başlamıştır. Kaynakların küresel ölçekte de dahi tükenmeye başlaması, sermayeyi ve hükümetleri başka seçenekler için zorlamış, yenilik çevreye duyarlı yeni fikir, ürün ve süreçleri geliştirmesinde başvuru en önemli kavram haline gelmiştir.

Her iki yaklaşım ele alındığında özellikle katılımcı inovasyon modellerine Türk Zekâsı olarak adlandırılan problem çözme usulünün büyük katkı sağlayacağı söylenebilir. Şöyle ki:

1. Türk zekâsı yüksek yaratıcılık potansiyeli barındırmasına karşın, yaratılmayan/geç kalınan üretim ilişkileri nedeniyle ülke olarak başka ulusların bilimsel ve teknolojik gelişmelerinin takipçisi olduğumuzdan, bu potansiyeli açığa çıkaracak mekanizmaların eksikliği hissedilmektedir. Sermayenin yeni fikir, ürün ve süreçleri geliştirmesinde giderek toplumsal yaratıcı potansiyele yönelmesi neticesinde, toplumun her bireyi gönüllülük esası çerçevesinde bu süreçlere katılma imkânı bulmuştur. Yenilik bir bakıma demokratikleşmiştir (von Hippel, 1995). Bu durum, sınaî anlamda üretim ilişkilerini yaratılmayan toplumların bireyelerine de küresel anlamda fikirlerini sunmasına olanak sağlamaktadır.

2. Katılımcı yenilik modellerinin bir amacı, yaratıcılığı tüm pazara yaymak, işletme sınırlarına hapsolmuş fikirlerden farklı fikirlere ulaşmaktır. Türk zekâsına dayanan çözümler uygulanan yöntem sebebiyle çoğu zaman şaşırtıcı ve sürprizlerle dolu olduğundan bu düşünce biçiminin meyveleri

farklılık yaratma açısından yüksek potansiyele sahiptir. Sıra dışı ve ezber bozan sonuçlar Türk usulü çözümlerin bir özelliği ve zenginliğidir.

3. Katılımcı yenilik modelleri, yeni fikirlere ulaşmak için küresel ölçekte oluşturulmuş enformasyon organizasyonuna sahiptir. Sanayileşmiş toplumların sahip olduğu küresel sermaye uzun müddet batı tarzı fikirlerin tesiri altında ürün ve hizmetler yaratmış, batılı tarz yaşamın doğu toplumlarında hedef olması/benimsenmesi ile beraber nemalanmıştır. Doğu toplumlarının ister nüfus ister, ekonomik büyüme sebebiyle büyük bir pazar haline gelmesi ile beraber bu toplumların özelliklerine uygun ürün ve hizmetli yaratmakta ise zorlanılmaktadır. Bu sorun daha ziyade “joint-venture” gibi yereli okumaya dönük ortaklıklarla aşılmaya çalışılmışsa da, bu tür ortak girişimler iş yapma biçimini öğrenmekten öteye gitmemektedir. Yereli okumak, enformasyon teknolojilerinin gelişmesi ile beraber, bu teknolojilerin erişiminde olan bireylerin fikirlerine ulaşmak ile mümkün olmuş, bireyler, fikirlerinin küresel pazarda değerlendirilmesi imkânına kavuşmuştur. Türk toplumu uzun müddet sanayi ürünleri açısından dışarıdan beslenmiştir. Bu nedenle bu coğrafyada var olan ürün fikirleri dünya ile tanışmamış, atıl kalmıştır. Türk usulü yeni fikir, ürün ve süreçlerin küresel ölçekte yayılması, ekonomik değere dönmesi için enformasyon teknoloji kaynaklı katılımcı yenilik modelleri büyük bir fırsat sunmaktadır.

4. Verganti’ye göre, günümüzde yenilik çalışmaları teknolojik yenilik kadar anlam kökenli çalışmalara da ağırlık vermektedir (Verganti, 2008). İşletmelerin kullandıkları teknolojilerin eş değer seviyeye gelmesi, günümüzde yeniliği insanların yaşantıları, deneyimleri üzerinden kurgulamaya zorlamaktadır. Bir bakıma yenilik, insanlara yeni deneyimler kazandırma uğraşı haline dönüşmektedir. Hal böyle iken, küresel ölçekte sermaye tarafından nispeten ele alınmamış ve tüketilmemiş kültürler değer kazanmakta, alışlagelmişlikten bunalan tüketiciye yeni kültürler ve anlamlar arz edilmektedir. Türk kültürü, köklü bir geçmişe sahip olmasına rağmen, bakir kalmış ve daha tüketilmemiş bir kültürdür. Bu süreçte Türk kültürünün dünyaya sunulmasında, içeriğinde Türk zekâsı ve usullerini barındıran, ticari işlevsellik kadar imgesellik vurgusunu dikkate alan, içeriğinde kültür öğelerini yaşatıldığı, yorumlandığı ve çağdaştırıldığı ürünleri küreselleştirmek büyük önem kazanmaktadır.

5. Rekabetin ölçeğinin büyümesi, işletmeleri çeşitlilik kadar atik davranmaya da zorlamaktadır. Eş zamanlı yapılan çalışmalarda, hızlı sonuca ulaşan firmalar, yeniliğin getirdiği ilk kardan daha fazla nasiplenmekte, bu kar bir sonraki yenilik çalışmalarını besleyecek kaynağa dönüşmektedir. Türk usulü çözümler, sonuçları ne kadar tartışmaya açık olsa da, özellikle başlangıç aşamasında yüksek ivmeye sahiptir. Türk gibi başlanan çalışmalar, eğer çağdaş süreç yönetim hususları ile desteklenirse, güncel rekabetin arzulanı hızda ürünler çıkarma potansiyeline sahiptir.

6. Sanayileşmenin sonucu kaynakların tükenmesi, var olanların ise bozulmaya yüz tutması yaşanan ve giderilmesi için yoğun emek sarf edilen bir konudur. Son 30 yılda endüstrinin temel çabası üretim ile çevrenin beraber kazanacağı bir yaklaşım geliştirmeye yoğunlaşmıştır. Var olan kaynakların verimli kullanılması, kullanılan kaynağın ise tekrar üretim için hammadde girdisi olarak kazanılması genel yaklaşımlardan birisidir. Türk usulü ürün çözümleri incelendiğinde ilk göze çarpanın bu tür ürünlerin mevcut kaynakların dönüştürülmesi ile oluşturulduğu, etrafta var olan kıt kaynakların, israf edilmeden başka bir üründe vücut bulması sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Bu haliyle Türk usulü çözümler çevreci olduğu kadar, kaynak kullanımı açısından çağdaş üretim metotları ile uyum içindedir.

7. Başarılı olan, icraat yapan, “taş üstüne taş koyan” Türk toplumunda büyük saygı görür. Vasatlık her ne kadar kabul edilebilir, durumu kurtaran bir statü olarak algılansa da, isteklendirme için başarılı kabul edilenle kıyaslanmak sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Bu nedenle, geçmişteki başarılar ile övünmek ve gurur duymak kadar, özellikle diğer toplumlara karşı kazanılan başarılar ise daimi suretle yüceltilen olaylardır. Zira Türk’ün gücü dünyaya bir defa daha gösterilmiştir. Ancak vasatlığın cazibesi, “azıcık aşım dertsiz başım” yaklaşımı başarıya giden yolda öncelikli engellerden birisidir. Bununla beraber vasattan farklı davranmak tepki görmekte, “Sen mi kurtaracaksın?” tutumu ile eleştirilmektedir. Şu bir gerçek ki, tüm bu olumsuzluklara rağmen başarı Türk toplumunda temel arzuların birisidir. “İmkân verildiği takdirde” yüksek özgüvenli toplum maharetlerini sergilemekten çekinmeyecektir. Güncel yenilik modellerinin arzulanı bir birey kendine güvenen, imkân sunulduğunda yeteneklerini ortaya çıkaran bireydir.

### 6. Neredeyiz?

Ipsos KMG tarafından 2006 yılında 14 yaş üstü 11,645 örnek ve 6 coğrafi bölgede yapılan bir araştırmada, Türk insanı kendini güvenilir, kendine güvenen, doğal, hayatı seven, alçakgönüllü, uyumlu, çalışkan, duygusal, titiz, açık fikirli, cesur, tutarlı ve mütevazı olarak tanımlamaktadır. (2006). Aynı araştırmada, var olmayan kişilik özellikleri yaratıcı, esnek, entelektüel, sıra dışı, sportif, delidolu, bonkör, eğlendirici, modern ve sakin olarak sıralanmaktadır. Bu özellikler incelendiğinde aslında var olduğu kabul edilen özelliklerin girişimcilik için ihtiyaç duyulan temel kişilik özelliklerini barındırdığı söylenebilir. Zira girişimcilik, kendine güvenen, açık fikirli, cesur, titiz ve çalışkan bireylere ihtiyaç duyar. Bununla beraber, alçakgönüllülük çoğu zaman girişimcilikle çatışan bir kavram olarak vurgulansa da hedeflerin net tayin edilmesinde kolaylaştırıcı rol üstlenmektedir. Ancak girişimcilik, ilke olarak, mevcuttan farklı düşünmeyi, hatta mevcudu tahrip edip yerine yenisini koymayı amaçlar. Kişilik özelliklerini bu açıdan bakıldığında var olmayan ve girişimciliğin ihtiyaç



duyduğu yaratıcılık, esneklik ve sıra dışılık gibi özelliklerin girişimciliği oluşmasını engelleyebileceği söylenebilir. Daha farklı bir ifade ile bu özellikler ele alındığında, insanımızın aslında yüksek riskli radikal ve yeniliğe dayanan girişimcilikten ziyade, riskin düşük olduğu adımsal ve var olandan ancak belirli seviye farklı tutum izlenen girişimcilik vasfı gösterebileceği sonucu ortaya çıkmaktadır. Yani belirsiz ve farklı uzak denizlerde macera peşinde koşmak yerine tanıdık ve aşına olunan sularda faaliyetler yürütülmektedir.

Avrupa İstikrar Girişim Derneği'nin yayınladığı Orta Anadolu'da Değişim ve Muhafazakârlık raporunda Kayseri merkezli iki adet girişimcilik hikâyesi ele alınmakta, bu iki firmanın girişimcilik yönündeki süreci değişen manevi kültür açısından incelenmektedir. Bahse konu olan ilk firma iki çeşit müteşebbislik örneği sergileyerek başarıya ulaşmıştır. Bu firma ilk olarak ürün yeniliği sergilemiş, değişen yaşam tarzını iyi okuyup, dar mekân-kalabalık aile ikilemi üzerinden ülkemizde *çek-yat* diye bilinen mobilya kavramını geliştirmiştir. Firmanın ikinci yeniliği daha ziyade yönetsel alanda olmuştur. Firma, geleneksel satış yönetiminden farklı olarak hizmeti tüketicinin ayağına götürmüş, mobilya sektöründe daha önce var olmayan zincir mağaza kavramını yaygınlaştırmıştır. Raporda ele alınan ikinci firma ise, tekstil alanında uzmanlığı yurtdışından temin ederek, alanında dünyada en önde gelen tedarikçilerden bir haline dönüştürmüştür (ESI, 2005).

Bu iki örneği gördüğümüzde bu dönüşümlerden ilki içten ikincisi ise iktibas (aktarma) ile oluşmuştur. Turhan'a göre, yeni unsur kimi zaman aynı cemiyete mensup fertlerin, eğer mevcut yetersiz kalıyorsa, keşif ve icat etmesi sayesinde ortaya çıkmaktadır (Turhan 1951: 66). Bu hâliyle bahse konu olan ilk firma, yeniyi mevcudun yetersiz kaldığı bir durumda mevcudu gözlemleyerek kendisi keşfetmiş ve benimsetmiştir. İkinci firma ise yeniliği yurtdışından temin ettiği uzmanlar sayesinde sağlamıştır. Bu durumda ilk önce yurtdışından yeni unsurlara sahip bireyler firma kadrosuna katılmış, daha sonra ileri uzmanlık tekrar yurtdışından iktibas ile elde edilmiştir.

Ülkemizde yaratıcılık ile girişimciliği birleştiren örnekleri çoğaltmak mümkündür. 2001 ekonomik krizini fırsata dönüştürmeyi başaran Simit Sarayı bu duruma güzel bir örnektir. 2001 yılında yaşanan finansal kriz ile beraber artan işsizlik, tüketimin her alanında daraltma yaratmış bu fırsatı iyi değerlendiren Simit Sarayı, geleneksel olarak tüketilen simidi modern koşullarda her düzey tüketicinin beğenisine sunmaya başlamıştır. Firma geleneksel simit ile beraber ürünü farklılaştırarak çeşitlendirmek ve yan ürünlerle birlikte yeni bir sunuş tarzı konusunda devrim yaratmıştır. Firma, 2010 yılına gelindiğinde, sözleşmeye dayalı, direkt bütünleşmiş bir pazarlama sistemi ile 157 şubesinde 80 milyon dolara yakın ciro hedefi ile bu alanda daha önce düşünülmemiş bir sektör olmuştur (Löle, 2010). Zira geleneksel tatların özellikle 2000'lerden sonra zincir mağaza şeklinde satışı

ülkemizde yaygınlaşmış, etsiz çiğköfte, kete gibi ürünler her an ulaşılabilir lezzetler arasına girmiştir. Yaratıcılığa ve girişimciliğe yönelik diğer bir örnek *dolmuş* kavramıdır. Rivayete göre 1930'lu yıllarda yaşanan ekonomik buhran sonucu taksi kullanımının azalması, esnafı birkaç müşteriyi müşterek taşıma yönünde zorlamış, daha sonra hatların ortaya çıkması ile beraber dolmuş bilinen hale dönmüştür. Kendine ait bir kültüre sahip bu taşıma şekli daha sonra ülke sınırlarını aşmış, çoğu dünya metropolünde ulaşım problemlerinin ekonomik ve sürdürülebilir çözümünde uygulanan bir yöntem hâline gelmiştir. Ulaştırma konusunda diğer bir örnek dünyanın ilk araba vapuru olan *Suhulet*'tir. Tamamen Türk tasarımı olan bu araç, 1871 yılında İngiltere'de üretilmiş, 86 yıl boyunca İstanbul Boğazı'nın her iki yakasını bir araya getirerek araç ve ağır yükleri taşımada büyük kolaylıklar sağlamıştır. Örnekler incelendiğinde bu teşebbüslerin kriz zamanlarında hizmeti farklılaştırarak yeni bir sunuş tarzı ile tekrardan yaratıldığına şahit oluruz.

Çoğu zaman imkânsızlık yaratıcılık potansiyelinin ortaya çıkması için uygun ortamlar hazırlamaktadır. Örneğin, traktör alacak maddi güce sahip olmayan ülkemiz çiftçilerinin su motorlarını kullanarak oluşturdukları halk arasında çıkardığı ses nedeni ile *pat-pat* diye bilinen 4 tekerlekli aracı zirai faaliyetlerde kullanmaları yaygındır. Bununla beraber binek otomobillerin arkalarının kesilerek kasa eklenmesi ile *pikap* olarak adlandırılan hibrit kamyonetler uzun yıllardır yük ve eşya taşınmasında kullanılmaktadır. Maddi imkânsızlığın etkileri ülkemizde çocuk dünyasında da yaratıcılığın temel etmenlerinden birisi olmuştur. Mesela, *tornet* olarak bilinen oyuncak genelde 3 adet rulman ve tahtadan imal edilmekte, bisikletin yokluğunda temel eğlence kaynaklarından birisi olmaktadır. Hatta çoğu girişimci genç bu oyuncaktan devşirdikleri kasalı tornetlerle semt pazarlarından evlere ücreti mukabil taşımacılık yapmaktadır. Benzer şekilde patlak toplun yenisi hemen alınmadığından *Japon (minyatür) kale* oyununu ortaya çıkartmıştır.

Yaratıcılığın ortaya çıkması daimi suretle ulvi sebeplere dayanmayabilir. Çoğu örnek incelendiğinde, yaratıcılığın çoğu zaman mevcut sistemdeki açıklardan faydalanma aracı olarak kullanıldığına şahit olunur. Hatta bu alandaki yaratıcılığın nesiller boyu aktarılması, geliştirilmesi yaşanan bir durumdur. Türk usulü yaratıcılığın bir boyutu da sistemdeki mevcut açıklardan faydalanma potansiyelidir. Yaşanan gerçek bir vakaya göre, Ankaralı bir iş adamı Çin'den 20.000. adet ayakkabı sipariş eder. Ancak satış yapan firmadan ayakkabıların sağ teklerini Ankara'daki adresine sol tekleri ise 10 gün sonra İstanbul'daki adresine göndermelerini rica eder. Daha sonra gelen ayakkabılar kabul etmeyerek her iki gümrükte Gümrük Kanunu'nun 46. ve Gümrük Yönetmeliği'nin 71. maddelerine göre malları gümrüğe terk eder. Ardından ayakkabılar tasfiye amacıyla satılırken, kimse almadığından her iki gümrükteki ayakkabıları sembolik fiyata satın alır. Daha sonra sağ ve sol tek ayakkabıları bir araya getiren işadamı

Gümrük Vergisi ve Katma Değer Vergisi'ni ödemekten kurtulur (Kızılot, 2004). Benzer şekilde, otomobillerde bulunan emniyet kemeri sensorunu kandırmak için kemer ya koltuğun arkasından dolandırılarak bağlanmakta ya da piyasada bu amaç için satılan çıplak kemer tokalarına başvurulmaktadır. Sistemi kandırmaya dönük başka bir yaratıcılık örneği *ipli jetonlardır*. Bu yöntemde jetona ip bağlanarak ankesörlü telefona atılmakta, konuşma bittikten sonra jeton ip vasıtası ile geri çekilmekte idi. Emniyet vakaları incelendiğinde ise akla hayale gelmeyen yaratıcı yankesicilik türlerinin geliştirildiği sınır tanımayan yöntemlerin alınan tedbirlere rağmen giderek çeşitlendiği gözlemlenmektedir.

### 7. Türk Usulünün Potansiyelleri

Günümüz şirketleri için yenilik yaratma, karlılık kadar artık hayatı idame için stratejik bir unsur haline gelmiştir. Yenilik yaratmada başarının güncel iki yolundan birisi piyasanın eksiklerinden faydalanma ikincisi ise insanların eksikliklerine odaklanmak olarak tanımlanmaktadır (Nordström ve Ridderstrale, 2004: 271). Özellikle, XXI. Yüzyıl ile beraber toplumlar, sosyal ve ekonomik krizlerin tesiri altında, *yeni normal* yaratmaya ve onun başarılı bir aktörü olmaya çalışmaktadır (McNamee, 2004). Yeni normal ekseninde daha az risk, daha çok ihtiyat ilkesiyle şirketler makul stratejiler yönelmekte, özellikle daha sık yaşanan kriz dönemlerinde daralan talep ve seçici tüketiciye karşı gerçek ihtiyacı karşılayan ürün ve hizmetlere ağırlık vermektedir. Sermaye ve paranın giderek doğu ekonomilerine kayması, son 40 yıldır küresel ekonominin dev şirketlerini dahi doğunun algı ve davranış kalıplarına uygun ürün ve hizmetleri üretmeye zorlamaktadır. Kolind, *spagetti organizasyon* düşüncesi altında, şirketlere küçülmelerini, kendi şekillerini korurken esnek biçimde, gerçek ihtiyaçlara cevap vermeleri konusunda tavsiyelerde bulunmaktadır (Kolind, 2006). Nordström ve Ridderstrale'e göre üretim ve üretim ilişkileri değişmekte, rakipleri geçmek için rakiplerin zaten sahip oldukları ve paranın alabileceği en iyi teknolojilere ve organizasyonel çözümlere sahip olmak yeterli olmamakta, şirketler, insanları çekmek için insanların potansiyellerini ortaya çıkarabilecekleri, anlam arayışlarına çözüm bulacakları, onları cesaretlendirecek yaratıcı iklimler oluşturmak zorunda kalmaktadır (2000). Hal böyleyken yeni iş ekosisteminde, yaklaşık bir yüzyıldır devam eden küresel beğeni ve iş yapma biçimi yıkılmakta, yerellin potansiyeli ve çeşitliliği algı ve değerleri hâkim olmaktadır. İş yapma biçiminde materyalist bakış açısı giderek yerini idealist anlayışa bırakmaktadır.

Türk usulü son 300 yıldır münferit kültür unsurlarının tesiri altında evirilmektedir (Turhan, 1951: 191). Cumhuriyetin tesisi ile beraber hedef, muasır medeniyet seviyesine çıkmak olarak belirlenmiş, milli değerler kaybedilmeden medeniyet, batı-doğu ayrılıksın toplum için faydalı olacağı şekilde kabul görmüştür. Özellikle maddi kültürde tesir, batı yönünde

oluşmuş, XX. Yüzyılın son çeyreğinde, ekonominin tam anlamıyla küresel sisteme entegrasyonu ile beraber iş hayatında evrensel (profesyonel) ve yereli (Türk usulü) barındıran hibrit bir iş yapma biçimi ortaya çıkmıştır. Geline nokta tamamen evrensel şekilde iş yapma yerelde, tamamen yerel şekilde iş yapma küresel anlamda başarısız olmaktadır. Bu yüzden bir sonraki hedef, yerelin değerlerini evrensel iş yapma esasları ile birleştirerek küresel bir oyuncu olmak olmalıdır. Örneğin, batı güdümlü hâkim ekonomik sistemin 1970'lerle beraber küresel krize girmesi ile beraber, farklı iş yapma biçimleri arayışına giren kapitalist sistem, çözümü 1980'lerde Batı-Japon tarzı iş yapma sentezinde bulunmuş, ancak her oyuncunun bu tarzı ivedilikle özümsemesi ile beraber yeni modellerin arayışına yönelmiştir. Bu bağlamda, Türk usulü iş yapma, hem batılı tarz iş yapma biçimlerine aşina olduğundan hem de doğu tarzı düşünce biçimini içerdiğinden küresel anlamda büyük potansiyele sahiptir. Zira:

1. Öncelikle bu kültür küresel anlamda tüketilmiş bir kültür değildir. Büyük bir zenginliğe ve derinliğe sahip olmasına karşın, ekonomik anlamda tam olarak sunulmamış bakir bir alandır.
2. Bu kültür, batıyı ve doğuyu içeren geniş coğrafyalarda binlerce yıllık devlet geleneği ve büyük bir imparatorluğun tecrübe ve hafızası ile oluşmuştur. Uluslararası ilişkilerin ve ekonominin sıklet merkezlerinin doğuya doğru bir ortamda doğuyu çok iyi bilen, batıyı anlayan bir kültürdür.
3. Bu kültür yeni yaratıcılığın arayışı içinde olduğu çeşitliliği ve imgeselliği barındırmaktadır. Materyalist kültürün eksikliği olan anlam derinliği bu kültürde hâkimdir.
4. Türk usulü pragmatik, pratik ve kolaycı yapısıyla hızlı bir reflekse sahiptir. Hızın egemen olduğu düzende, çabuk gelişen problemlere karşı bu tür bir reflekse ihtiyaç duyulmaktadır.
5. Kültüre hâkim olan kanaatkârlık, yeni normalin arzuladığı makul büyüme hedefleri ile çatışmamaktadır. Bu kültür sonuca odaklandığından sonuç anlamlı ve tutarlı olmasa dahi ileriye dönük umut ve vizyon barındırır.
6. Bu kültürde başarı ve girişimcilik itibar görür. Türk usulünde materyalist kültürde var olan Makyavelizm yadırganır. Başarıya giden yolda mubah olan ancak nizamlara ve etiğe uygun olandır. Girişimcilik anlayışında yıkmak yerine, beraber yücelmek ve işbirliği esastır.

## 8. Sonuç

Buraya kadar değinilen hususlar ışığında Türk zekâsı konusunda belirli saptamalar yapmak mümkündür. Öncelikle zekâ içinde bulunun

koşulların el verdiği veya zorladığı müddetçe ortaya çıkan bir yetenektir. Bu haliyle, diğerine oranla zeki bir toplum yoktur, zaten var olan zekânın ortaya çıkmasını sağlayacak koşulları yaratan toplum vardır. Bununla beraber toplumlar, arasındaki temel farklardan birisi zekâyı kullanma biçimi, problemlere karşı takınılan tutum ve problemleri çözme usulleridir.

Türk tarzı problem çözümü, Türk zekâsının bir yansımasıdır. Bu usul genel olarak sonuç odaklı, kıt kaynaklarla, pratik, şaşırtıcı ve kısa erimli, mütevazı çözümleri barındırır. Bu durum Türk toplumunun uzun müddet bulunduğu koşulların ve çetin yaşayış tarzının sonucudur. Konu yenilik olduğunda ise, zekâ gibi yeniliğin varlığı da, temelde yeniliğe duyulan ihtiyacın şiddeti ile bağlantılıdır. Toplum mevcut ile yetiniyorsa yenilik yaratmaz, sunulan yeniliğe de direnç gösterir. Bununla beraber eğer toplum yeniliğin ortaya çıkacağı mekanizmaları oluştur(a)mamışsa, o toplumda yenilik talebini var olan potansiyel ile yeniliğe dönüşmesi zordur. Türk toplumunda eskiye oranla yenilik talebi artmış olsa da yeniliği ortaya çıkaracak mekanizmalar ve üretim ilişkileri emsal toplumlar kadar gelişmemiştir.

Yeniliğin kendisinde zamanla değişmektedir. Günümüzde teknolojilerin işletme düzeyinde giderek birbirine yaklaşması, işletmeleri teknolojik yenilik kadar anlama dayalı yeniliğe de yönlendirmektedir. Konu anlama dayalı yenilik olduğunda ise yenilik işletmelerin sınırları dışında yapılmaya, topluma yayılmış olan yaratıcılığa başvurulmaya başlanmıştır. Böyle bir gelişme, enformasyon teknolojilerinin sağladığı olanaklar sayesinde, daha evvel oluşturulamamış mekanizmalar neticesinde yenilik üretemeyen toplumlara büyük fırsatlar sağlamıştır.

Türk zekâsı ve onun çözümleri incelendiğinde, bu problem çözme usulünün gelişen güncel yenilik modelleri ile uyum içinde olduğu söylenebilir. Zira Türk usulü çözümlerin kendine has yapısı katılımcı yenilik modellerin öngördüğü birçok özelliği barındırmaktadır.

#### KAYNAKLAR

- Altshuller, Genrich. (1996). *And Suddenly the Inventor Appeared, TRIZ The Theory of Inventive Problem Solving*. Massachusetts: Technical Innovation Center, Inc.
- Altun, Şafak. (2007). *İnovasyonla Başarıyı Yakalayan Türkler*. İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Bernstein, A. Douglas ve Clarke, A. Steward ve Edward, J. Roy ve Thomas, K. Srull ve Christopher, D. Wickens (1994). *Psychology*. Şikago: Houghton Mifflin Company.

- Bessis, Pierre. ve Jaqui, Hubert. (1973). *Yaratıcılık Nedir?.* Çev: Süheyl Gürbaşkan. İstanbul:İstanbul Reklam Yayınları.
- Carin, Arthur. ve Sund, Robert. (1985). *Teaching Modern Science.* Ohio: C.E. Merrill Pub. Co.
- Cem, İsmail (1997). *Türkiye’de Geri Kalmışlığın Tarihi.* İstanbul:Can Yayınları.
- Chesbrough, Henry. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting From Technology,* Boston: Harvard Business School Press.
- Csikszentmihalyi, Mihaly. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention.* New York: Harper Perennial.
- Dewey, John. (1910) *How We Think.* Boston:D.C. Heath.
- Duncan, Carl. P. (1959). Recent Research on Human Problem Solving. *Psychological Bulletin*, Sayı 56, s. 397-429.
- Drucker, Peter. (1995). *Innovation and Entrepreneurship.* Londra: Butterworth Heinemann.
- ESI. (2005). *İslami Kalvanistler: Orta Anadolu’da Değişim ve Muhafazakarlık Raporu.* Berlin: Avrupa İstikrar Girişim Derneği.
- Gardner, Howard. (1993). *Multiple Intelligences: The Theory in Practice.* New York: Basic Books.
- Gardner, Howard. (2004). *Zihin Çerçevesleri: Çoklu Zekâ Kuramı.* Çev: Ebru Kılıç. İstanbul: Alda Basım Yayım Dağıtım.
- Gendarme, René. (1963). *La Pauvreté des Nations.* Paris: Cujas.
- Gökalp, Ziya. (1994). *Türkçülüğün Esasları.* İstanbul: İnkılâp Kitapevi.
- Heppner, Paul. ve Krauskopf, Charles. (1987). An Information Processing Approach to Personal Problem Solving , *The Counseling Psychologist*, Sayı 15, s. 371-447.
- Hisrich, Robert. ve Peters, Michael. (1987). *Entrepreneurship.* Boston: BPI-IRWIN.
- Howe, Jeff. (2008). *Crowdsourcing,* New York: Crown Publishing.
- Hudson, Larry. ve Sakkab, Nabil. (2006). Connect and Develop: Inside Procter & Gamble’s New Model for Innovation. *Harvard Business Review*, Mart, s. 1-10.
- Ipsos KMG. (2006). *Yaşam Trendleri ve Tutumlar Araştırması Türkiye.* İstanbul: Ipsos KMG.
- İhsanoğlu, Ekmeleddin. (1996). *Büyük Cihaddan Frenk Fodulluğuna.* İstanbul:İletişim Yayınları.
- Kazıcı, Ziya. (1998). *Osmanlılarda İhtisâb Müessesesi.* İstanbul:Kültür Basın Yayın Birliği.
- Kerstenatzky, Jaques. (2010). Alfred Marshall on Big Business, *Cambridge Journal of Economics*, 34(3), s. 569-586.
- Kıray, Mübeccel. (1999). *Toplumsal Yapı Toplumsal Değişme.* İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kızılot, Şükrü. (14 Kasım 2004). Gümrüğü Tek Ayakkabıyla Uyuttu Trilyonu Vurdu. *Hürriyet.*
- Kolind, Lars. (2006). *The Second Cycle.* New Jersey: Wharton School Publishing.
- Köhler, Wolfgang. (1925). *The Mentality of Apes.* Londra: K. Paul, Trench, Trubner & Co. Ltd.
- Löle, Aylin. (06 Ağustos 2010). Sabiha’da Ucuz Bilet Alan Simit İle Doydu, Bir Yılda İki Saray Birden Açıldı. *Akşam.*

- Maier, Norman. (1931). Reasoning in Humans: II. The Solution of a Problem and its Appearance in Consciousness. *Journal of Comparative Psychology*, 12(2), s. 181-194.
- McGonigal, Jane. (2008). Making Alternate Reality the New Business Reality, *Harvard Business Review*, Sayı: 86, s. 17-45.
- McNamee, Roger. (2004). *The New Normal*. New York: The Penguin Group.
- Nambisan, Satish. ve Sawhney, Mohanbir. (2007). A Buyer's Guide to the Innovation Bazaar. *Harvard Business Review*, Haziran, s. 109-118.
- Nordström, Kjell. ve Ridderstrale, Jonas. (2004). *Karaoke Capitalism*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Nordström, Kjell. ve Ridderstrale, Jonas. (2000). *Funky Business*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Odabaşı, Yavuz. (2004). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını
- Orçan, Mustafa. (2008). *Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*. Ankara:Harf Eğitim Yayıncılığı.
- Pfeifer, Rolf. ve Scheier, Christian. (2001). *Understanding Intelligence*. Massachusetts: MIT Press.
- Pralhad, Coimbatore. ve Ramaswamy, Venkat. (2004). *The Future of Competition: Co-creating Unique Value with Consumers*, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Rouquette, Michel-Louis. (1994). *Yaratıcılık*. Çev: Işın Gürbüz. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Schumpeter, Joseph. (1943). *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper.
- Sekman, Münir. (2003). *Türk Usulü Başarı*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Thordike, Edward. (1920). Intelligence and its Use, *Harper's Magazine*, Sayı: 140,s. 227-235.
- Torrance, Paul. (1974). *Torrance Tests of Creative Thinking*. Massachusetts: Personnel Press.
- Turhan, Mümtaz. (1951). *Kültür Değişmeleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Verganti, Roberto. (2008). Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda. *Journal of Product Innovation Management*. 25(4). S. 436-456.
- Von Hippel, Eric. (2005). *Democratizing Innovation*. Boston:MIT Press.
- Vygotsky, Lev. (1978). *Mind in Society*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Wicklegren, Wayne. (1979). Chunking and Consolidation: A Theoretical Synthesis of Semantic Networks, Configuring in Conditioning, S-R Versus Cognitive Learning, Normal Forgetting, The Amnesic Syndrome, and The Hippocampal Arousal System. *Psychological Review*, Sayı 86, s.44-60.