T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SİYASET BİLİMİ ve KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

YÖNETİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

TÜRKİYE ÖRNEĞİNDE KADIN SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİNİ İNCELEMEK: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Çağla Ezgi AYDIN

KOCAELİ – 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SİYASET BİLİMİ ve KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

YÖNETİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

TÜRKİYE ÖRNEĞİNDE KADIN SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİNİ İNCELEMEK: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Çağla Ezgi AYDIN

Danışman

Doç. Dr. Oktay Koç

KOCAELİ – 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SİYASET BİLİMİ ve KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

YÖNETİM BİLİMLERİ PROGRAMI

TÜRKİYE ÖRNEĞİNDE KADIN SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİNİ İNCELEMEK: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Çağla Ezgi AYDIN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 10.07.2019/19

Jüri Başkanı: Unvanı Adı SOYADI (İmza) Prof. Dr. Ramazan SENGÜL

Jüri Üyesi: Unvanı Adı SOYADI (İmza) Doç. Dr. Oktay KOÇ

Jüri Üyesi: Unvanı Adı SOYADI (İmza) Doç. Dr. Hür Erhart

KOCAELİ 2019

ÖNSÖZ

Öncelikle beni bu çalışmaya teşvik eden, araştırma süreci boyunca desteklerini esirgemeyerek bu çalışmayı değerli bilgisi ve tecrübesiye yöneten tez danışmanım Doç. Dr. Oktay Koç'a ve savunmadaki eleştiri ve tavsiyeleri ile çok değerli katkılar sağlayan Prof. Dr. Ramazan Şengül'e ve Doç. Dr. Itır Erhart'a teşekkürü bir borç bilirim.

Sosyal girişimcilik faaliyetlerini hayranlıkla takip ederek ve ilham alarak keyifle hazırladığım bu çalışmanın araştırma bölümü için zaman ayırdıkları, ilgi gösterdikleri ve özveriliyle katıldıkları için değerli sosyal girişimcilere çok teşekkür ederim.

Son olarak ailem olmalarından gurur duyduğum, hayatımın her anında maddi ve manevi desteklerini yanımda hissettiğim ve varlıklarına şükrettiğim değerli babam Metin Aydın, annem Ayfer Aydın ve kardeşim Kutlu Çağrı Aydın'a yetişme ve gelişmeme sağladıkları katkılardan dolayı sonsuz teşekkür ederim.

Çağla Ezgi Aydın

İstanbul, 2019

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....I
ŞEKİLLER.....VI
ÖZET.....VII
GİRİŞ.....1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....3
1.1. Sosyal Girişimcilik Kavramı.....3
1.1.1. Sosyal Girişimciliğin Tanımı.....3
1.1.2. Sosyal Girişimciliğin Bileşenleri.....7
1.1.2.2. Sosyal Amaç.....8
1.1.2.3. Sosyal Girişimci.....9
1.1.3. Sosyal Girişimciliğin Konumu ve Diğer Sektörlerle Olan İlişkisi.....9
1.1.4. Sosyal Girişimciliğin Önemi.....11
1.2. Sosyal Girişimci Kavramı.....13
1.2.1. Sosyal Girişimcinin Tanımı.....13
1.2.2. Sosyal Girişimcinin Özellikleri.....16
1.3. Sosyal Girişimciliğin Kronolojik Gelişimi.....19
1.3.1. Dünyada Sosyal Girişimcilik ve Örnekleri.....20
1.3.2. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik ve Örnekleri.....26

İKİNCİ BÖLÜM

2.KADINLARIN SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİ.....31
2.1. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliği.....31
2.1.1. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliğinin Öne Çıkan Özellikleri.....31
2.1.2. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliğinin Altyapısı.....32
2.1.3. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliğinin Odaklandığı Alanlar.....35
2.1.4. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliğinde Öne Çıkan Örnekler.....36
2.2. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliği.....39
2.2.1. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliğinin Alt Yapısı.....39

2.2.2. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliğinin Öne Çıkan Özellikleri.....39
2.2.3. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliğinin Odaklandığı Alanlar.....40
2.2.4. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliğinde Öne Çıkan Örnekler.....41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE ÖRNEĞİNDE KADIN SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİNİ İNCELEMEK: NİTEL BİR ARAŞTIRMA.....44
3.1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....44
3.1.1. Araştırmanın Sorusu, Amacı ve Yöntemi.....44
3.1.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....48
3.1.3. Veri Toplama Aracı.....48
3.1.5. Araştırmanın Bulguları ve Tartışma.....52
3.1.5.1. Kadınların Sosyal Girişimciliğe Yönelmesine Etkili Olan Öncüller.....52
3.1.5.1.1. Özgecilik.....52
3.1.5.1.2. Toplumsal Değişim Arzusu.....55
3.1.5.1.3. Anlam Arayışı.....56
3.1.5.1.4. Bireysel Koşulların Zorlaması.....57
3.1.5.1.5. Geçmiş Yaşantı ve Deneyimler.....60
3.1.5.1.5.1.Sarsıcı Deneyimler.....60
3.1.5.1.5.2. Dönüştürücü Deneyimler.....63
3.1.5.1.5.3. Sivil Toplum Deneyimi.....65
3.1.5.1.5.4. Rol Model Deneyimi.....68
3.1.5.1.6. Örgütlenme Gerekliliği.....69
3.1.5.1.7. Merak.....71
3.1.5.1.8. Cinsiyete Dayalı Pozitif Önyargılar ve Ayrımcılık.....72
3.1.5.1.9.Yurttaş Farkındalığı.....74
3.1.5.1.10. Dışsal Teşvik.....76
3.1.5.2. Kadınların Sosyal Girişimciliğinde Zorlaştırıcılar.....77
3.1.5.2.1.Toplumun Yaklaşımı.....77
3.1.5.2.2. Güvensizlik.....81
3.1.5.2.3. Hukuki Alt Yapı Eksikliği.....82
3.1.5.2.4. Siyasi ve İdari Aktörlerin Yaklaşımı.....83
3.1.5.2.5. Gönüllü/Çalışan Sürdürülebilirliği.....84
3.1.5.2.6.Toplumsal Cinsiyet.....85
3.1.5.2.7. Finansal Kaynak Yetersizliği.....89

3.1.5.2.8.Yönetsel Zafiyet.....91
3.1.5.2.9.İş-Özel Hayat Dengesi.....92
3.1.5.2.10. Olgusal Bulanıklık.....93
3.1.5.2.11.Etnik Kimlik.....96
3.1.5.3.Kadınların Sosyal Girişimciliğinde Kolaylaştırıcılar.....98
3.1.5.3.1.Muhatap Kitle.....98
3.1.5.3.2.Beşeri Sermaye.....99
3.1.5.3.3.İletişim Ağları.....100
3.1.5.3.4.Tecrübe.....101
3.1.5.3.5. Toplumsal Cinsiyet "Avantajı".....102
3.1.5.3.6.Yetkin Bileşenlerle İşbirliği.....103
3.1.5.4.Kadın Sosyal Girişimciliğinde Çıktılar.....105
SONUÇ VE ÖNERİLER.....110
KAYNAKÇA.....113
EKLER.....128
ÖZGEÇMİŞ.....130

KISALTMALAR

AB : Avrupa Birliği

B. : Baskı

bkz. : Bakınız

BM : Birleşmiş Milletler

C. : Cilt

CIC : Community Interest Company

GECES: Avrupa Komisyonu Sosyal Girişimcilik Uzman Grubu

GEM : Küresel Girişimcilik Monitörü

s. : Sayfa

S. : Sayı

TDK : Türk Dil Kurumu

TÜSEV: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı

vb. : Ve benzer/ler/i

vd. : Ve diğerleri

vs. : Vesaire

TABLOLAR

Tablo 1: Görüşme Sürelerinin Katılımcılara Göre Dağılımı.....55
Tablo 2: Kadınların Sosyal Girişimciliğe Yönelmesinde Etkili Olan Öncüller.....57
Tablo 3: Sosyal Girişimleri Gerçekleştirmede Kadınlara Engel Olan Etmenler.....57
Tablo 4: Sosyal Girişimleri Gerçekleştirmede Kadınlara Yardımcı Olan Etmenler…58

ŞEKİLLER

Şekil 1: Sosyal Girişimlerin Ortak Paydaları.....8
Şekil 2: Ticari ve Sosyal Girişimler.....11
Şekil 3: Sosyal Girişimciliğin Sektörlere Göre Konumlanması.....13
Şekil 4: Fenomenolojik Veri Analizi.....52

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, giderek önemli bir fenomen haline gelen sosyal girişimciliği, Türkiye örneğinde kadın sosyal girişimciler özelinde incelemektir.

Kadın sosyal girişimciliği ile ilgili literatür tarandığında, Türkiye'de kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller, kadınların sosyal girişimcilik faaliyetleri süresince karşılaştıkları engeller ve kolaylaştırıcılar ve nihayetinde sonuçları itibariyle kadın sosyal girişimcilerin kanaatlerine göre amaçlarına ulaşıp ulaşamadıklarını inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Kadın sosyal girişimciler hakkında henüz böyle bir çalışmanın olmaması araştırmanın çıkış noktasıdır.

Araştırmanın örneklemini olasılıklı olmayan tekniklerden, amaçlı ve kartopu teknikleri ile seçilen kadın sosyal girişimciler oluşturmaktadır. Verilerin analizinde "fenomenolojik araştırma" yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda; kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller 10, kadınların karşılaştığı engeller 11 ve kadınların karşılaştığı kolaylaştırıcılar 6 başlık altında toplanmıştır. Sonuçları itibariyle ise kadın sosyal girişimcilerin % 61 oranında amaçlarına ulaştıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişim, Sosyal Girişimci, Kadın Sosyal Girişimciler

ABSTRACT

The aim of this research is to examine social entrepreneurship, which has become an important phenomenon, in terms of women social entrepreneurs in the example of Turkey.

When the literature about woman social entrepreneurship screened, no study about precursors in the orientation of women to social entrepreneurship in Turkey, obstacles and facilitators women facing with during social entrepreneurship activities and the results -could or could not reach their goals according to the opinion of social entrepreneurs- was found. The lack of such a study on women social entrepreneurs is the starting point of the study.

The sample of the study consists of women social entrepreneurs selected by purposeful and snowball technique from the non-probable techniques. “Phenomenological research” method was used in the analysis of the data.

As a result of the research; precursors effective in women's orientation towards social entrepreneurship 10, obstacles faced by women 11 and facilitators for women are grouped under 6 headings. As a result, 61% of women social entrepreneurs have achieved their goals.

Keywords: Social Entrepreneur, Social Entrepreneurship, Women Social Entrepreneurs

GİRİŞ

Adam Hochschild, Bury the Chains adlı eserinde 18.yüzyılın sonunda tüm insanların dörtte üçünün köle olarak yaşadığını, köle olmayanların ise krallar ve diktatörlerin yönetimine boyun eğdiklerini, bu insanların muhalefetine izin verilmediğini, hastalık ve şiddetle geçen kısa yaşamlar sürdüklerini yazmıştır. Yakın zamana kadar gelişmiş ülkelerde bile kadınların, koyu renkli insanların ve engellilerin ayrı tutulmakta olduğunu belirten yazar, bu insanların oy vermelerinin reddedildiğini ya da onlar yasaların desteklediği ayrımcılık biçimlerine maruz kaldıklarını belirmektedir (Bornstein ve Davis, 2010: 7). Fakat eğitim, sağlık, iletişim gibi temel ihtiyaçlara erişimde tüm dünyada çarpıcı gelişmeler meydana gelirken artık 21. yüzyılda çevrenin korunması, insan hakları, sağlık hizmetlerinin gelişmesi, küresel terörizm ya da ekonomik krizler gibi konularda da farkındalığın arttığı görülmektedir.

Dünya büyüdükçe ve değişim hızı arttıkça bugün bu koşullara ayak uydurmak, işler ters gittiğinde düzeltmek için zaman daralmaktadır. Çözüm arayan insanlar artık hükümetlerin harekete geçmesini beklemekte istekli değillerdir. Çözümlerin yerelleşmesi ve bütünleşmesi gerekliliği ile değişimin gerçekleşmesi için yeni kurumlara duyulan ihtiyaç, sosyal amaçlı organizasyonları ortaya çıkarmıştır (Bornstein ve Davis, 2010: 12).

Nihayetinde tarihsel değişiklikler, acil çözüm ihtiyacı olan karmaşık sorunlar yaratırken, aynı anda dünyadaki insanların bu sorunları çözme kapasitelerini artırmaktadır. Teknolojinin gelişmesi, iyi eğitimli kişi sayısı ile bilincin ve yabancı dil bilme oranının artması ve kıtalar arası seyahatin kolaylaşması devrim niteliğindeki sosyal girişimcilik örneklerinin dolaşımını kolaylaştırmaktadır (Koç, 2009: 37). Sosyal girişimcilik alanında şahit olduğumuz şey, tüm bu güçlerin ortaya çıktıkça kesişmesidir (Bornstein ve Davis, 2010: 13). Bugün tüm dünyada sosyal girişimlerin, çok çeşitli sektörlerde sosyal değişim çabalarına öncülük ettiği görülmektedir (Steyaert & Hjorth, 2006). Ne var ki, Dacin ve Tracey (2011), bu alana yönelik akademik literatürün henüz gelişmekte olduğunu ifade etmiştir.

Nitekim bugün hala, sosyal girişimciliğin fikir birliğine varılmış bir tanımının olmaması dikkat çekicidir (Zahra vd., 2009). Daha da ileri gidildiğinde özellikle de kadın sosyal girişimcilerin (Mair ve Marti, 2006), katılımlarına yönelik yeterli bilginin olmadığı, kadınların bu alandaki katkılarının gözardı edildiği (Teasdale vd., 2011: 57) görülmektedir. Temel girişimcilik teorileri, sadece erkeklere dayalı olduğu ya da kadınlar ikincil planda görüldüğü için bu alan zayıf bırakılmıştır (Aktaran Matthew, 2014: 3).

Bu kapsamda bu çalışmanın üzerine kurgulandığı sorular: "Kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller nelerdir?", "Sosyal girişimleri gerçekleştirmede kadınlara engel olan etmenler nelerdir?", "Sosyal girişimleri gerçekleştirmede kadınlara yardımcı olan etmenler nelerdir?", "Kadınların sosyal girişimciliğini belirleyen etmenler, sosyal girişimciliğin sonuçları itibariyle karşılanmış mıdır?" şeklinde tasarlanmıştır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler üzerine yapılan teorik açıklamalara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise dünyada ve Türkiye'de sosyal girişimcilik literatürüne yönelik bir bakış açısı sunulmuştur.

Üçüncü bölümde ise, araştırmanın sorusu, amacı ve yöntemi ile araştırmanın evren ve örneklemine; veri toplama araçlarına; verilerin analizine değinilmiştir. Bu bölüm araştırmanın bulguları ve tartışma kısmıyla sonlandırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Sosyal Girişimcilik Kavramı

Sosyal girişimcilik en yalın haliyle amacı sosyal değer üretmek olan girişim faaliyetlerinin genel adıdır (Peredo ve McLean, 2006). Ashoka vakfının kurucusu Bill Drayton'un "sosyal girişimcilik" terimini benimsemesinden bu yana neredeyse otuz yıl geçmiş olmasına rağmen, terimin ne zaman ve nerede, hangi kapsamda kullanılacağı konusunda hala ciddi tartışmalar sürmektedir (Light, 2005: 1).

Bu bölümde sosyal girişimcilik kavramı tanımlanacak, sosyal girişimciliğin konumu ile giderek artan önemine değinilecek ve kronolojik bir çerçeve çizilecektir.

1.1.1. Sosyal Girişimciliğin Tanımı

Sosyal girişimcilik; değişen, gelişen ve akademik olarak kendine tanım arayan, bu nedenle üzerine yapılan tartışma ve araştırmaların giderek arttığı, nispeten yeni bir kavramdır (Light, 2005: 1). Akademik olarak gelişmesi, Amerika'da Roberts Vakfı'nın Yeni Sosyal Girişimciler (Emerson and Twerksy, 1996) adlı çalışmanın ve İngiltere'de bir düşünce kuruluşu tarafından yayınlanan Sosyal Girişimcinin Yükselişi (Leadbeater, 1997) başlıklı raporun yayınlanması ile başlamıştır (Tan ve Williams, 2005: 353-365).

Sosyal girişimcilik "ne olduğu" ve "ne yaptığı" üzerine tanım aranırken çok fazla kavram kargaşasının da ortasında kalarak kapsayıcı bir anlam atfedilmiş, her türlü sosyal faaliyetlerin bünyesinde toplandığı genel bir başlığa dönüşmüştür. Dolayısıyla bir kavram için kapsayıcı olmanın olumlu bir çağrışımı olsa da gündemi giderek daha fazla meşgul eden bu kavramın itibarına zarar gelmemesi, karşıladığı beklentileri sınırlayabilmesi (Martin ve Osberg, 2007: 2) açısından ortak kabul görmüş bir tanımının yapılması önem arz etmektedir. Bu sınırlama kim ya da

kimlerin sosyal girişimci olarak adlandırıldığı ya da ne tür örgütlenmelerin sosyal girişim olarak tanımlanacağı konusunda da açıklık getirecektir.

Öncelikle, kavramın anlaşılması için yaygın olarak kullanılan bir benzetmeye başvurulabilir. Sosyal girişimcilik, Konfüçyüs tarafından "Bir kişiye iyilik yapmak istiyorsan ona balık verme, balık tutmayı öğret." anlayışının bir adım daha ileri taşınmasıdır. Yani sosyal girişimciliğe göre asıl iyilik, balık tutmayı öğretmek de değil; balık endüstrisinde bir devrim yaratmaktır. Bu haliyle sosyal girişimcilik iyilik yapmayı geliştirip daha da ileri götürür, daha çok insana ulaşmayı, ulaştığı insanların desteklerini almayı, başka insanları da o iyiliğe katmayı ve nihayetinde bu konuda sürdürülebilir etki bırakmayı hedefler (Denizalp, 2009: 7).

En yalın haliyle girişimcilik faaliyeti ile sosyal problemlere çözüm arama biçimi olan sosyal girişimcilik, literatürde kendisine ortak kabul görmüş bir tanım arayışı bugün hala devam eden bir kavramdır. Çeşitli akademisyenler, gönüllüler ve sosyal girişimciler sosyal girişimciliği bir meslek, akademik bir alan ya da bir hareket olarak karakterize etmektedir (Davis, 2010: 1).

Sosyal girişimciliğe yönelik ortak bir tanım belirlemeden önce girişimciliği yeni bir kavram haline getiren "sosyal" kelimesi ile nitelemek karmaşa yaratacaktır (Martin ve Osberg, 2007). Nitekim Arthur vd., sosyal ve girişim kelimelerinin bir araya getirilmesini oksimoron, Bull ise problemli olarak değerlendirmektedir (Aktaran Aslan vd., 2012: 71). Dolayısıyla öncelikle, "sosyal" ve "girişimcilik" terimlerini ayrı ayrı incelemek gerekir.

Sosyal; toplum bilimi, toplumla ilgili, toplumsal anlamlarına gelen bir sıfattır (TDK, 2019). Dolayısıyla bir girişimciliğin "sosyal" olması açıkça kar maksimizasyonu için değil "toplumsal" konular için başlatılmış olması ile ilgilidir. Bir sosyal girişim ile hedeflenen fayda bireysel bir kar olmadığı gibi ulaşılan sonuçlar da toplumun ötesine giderek tüm dünyada karşılık bulur. İçine doğduğu toplumun ne kadar ötesine geçtiği de aslında o sosyal girişimin özgecilik derecesi hakkında fikir verir (Tan vd., 2005: 353-365). Kümbül Güler "sosyal" kavramı ile sosyal girişimciliğe katılmak istenen düşünceleri şu şekilde özetlemiştir (2008: 66):

- Sosyal çıktı: sosyal girişimciliğin çözüm getirmek üzere harekete geçtiği sosyal bir problem söz konusu olmalıdır. Bu problemden hareketle sosyal girişimcilik probleme müdahale edebilecek sosyal bir sonuç elde edecektir. Çevre kirliliği, işsizlik sorunu, sağlık problemleri örnek olarak verilebilir.
- Sosyal sermaye: sosyal girişimciliğin finansmanı güven, işbirliği gibi çeşitli ilişkilere ve bağlantılara dayanmalıdır.
- Sosyal amaç: sosyal girişimciliğin amacı kar elde etmek değil sosyal bir problemi çözmek olmalıdır.
- Sosyal girişimciler toplum girişimcileri olmalı: içinde bulundukları toplumun sorunlarına temas eden ve kalkınması için çabalayan girişimci kişiler olmalıdır.
- Sosyal sektör: kamu ve özel sektörde değil üçüncü sektör olarak incelediğimiz kar amacı gütmeyen sektöre temas etmelidir.

Girişimcilik ise "bir işe girişme, teşebbüs etme" (TDK, 2019) anlamlarına gelmektedir. Kelime kökü Fransızca "entreprendre" fiilidir ve Fransızca'da "risk alan/görevi üstlenen" anlamına gelmektedir (Filion, 2011: 1). Girişimcilik kavramı da benzer şekilde, zengin içeriği dolayısıyla tanımının yapılmasında tartışmaların olduğu bir kavramdır. Bu noktada Shapero'nun yaptığı genel tanıma bakmak faydalı olabilir: Girişimcilik, fırsatları görüp değerlendirebilme, inisiyatifi ele alabilme, girişim esasına uygun şekilde hedeflenen sosyal, kültürel veya toplumsal kesime ulaşabilme, doğabilecek riskleri ve başarısız olma ihtimalini göze alabilme süreçlerinin toplamıdır (Aktaran Okandan ve Görgülü, 2012: 12).

En çok atıf yapılan tanım genellikle sosyal girişimcilik eğitiminin babası olarak kabul edilen Greg Dees tarafından ileri sürülmektedir. Dees, bu konuda girişimcilerin toplumda ekonomik değişimi-dönüşümü teşvik eden "yaratıcı yıkımı" sağladığını iddia eden Jean-Baptiste Say ve Joseph A. Schumpeter'in düşüncesinden ilham almaktadır. Dees'e göre sosyal girişimler sosyal değişim için de aynı şeyi yaparak toplumun sorunlarını çözme kapasitesini artıran insan ve kaynak kombinasyonları yaratmaktadır (Dees, 2010: 1).

Sosyal Girişimciler Avrupa Araştırma Ağı (European Research Network on Social Enterprise)'nın yaptığı tanıma göre ise sosyal girişimler, çok çeşitli paydaşları

bir araya getiren, ortak bir dinamik yaratan, bağımsızlıklarına büyük önem veren ve ekonomik riskleri üstlenen, toplumun ihtiyaç duyduğu mal ve hizmeti -kar amacı gütmeyerek- doğrudan sunan oluşumlardır (Defourny ve Nyssens, 2008: 204). Sosyal girişimleri, Sosyal İşletmeler Girişimi (Social Business Initiative) kapsamında ele alan Avrupa Birliği ise ana hedefi, mal sahipleri ve hissedarlar için kar elde etmek değil sosyal etkiye ulaşmak olan ve sahip olduğu her türlü sermayeyi bu sosyal hedeflere ulaşmak için kullanan, hesap verebilir, şeffaf ve yenilikçi bir yaklaşımla yönetilen oluşumlar olarak tanımlamaktadır.

TÜSEV ise sosyal girişimciliği sosyal sorunların çözümünde girişimcilik esaslı veya serbest piyasa bazlı yöntemler benimseyen ve sistematik değişimi hedefleyen kuruluşlar olduğunu söylemektedir (sosyalgirisim.org). Sistematik değişim burada üzerinde durulması gereken bir kavramdır, zira Ersen vd.nin de (2010: 7) belirttiği üzere sosyal girişimler; fark edilerek, çözülmek üzere harekete geçilen sorunlara karşı uzun vadeli, "sistematik değişim" hedeflerler. Dolayısıyla sürdürülebilir sosyal fayda sağlayan; etkili sosyo-ekonomik yapılar, ilişkiler, kurumlar ve organizasyonların yaratılmasıdır (Fowler, 2000: 649).

Başka bir tanıma göre ise sosyal girişimcilik, sosyal refah yaratmak için yeni bir girişim başlatarak veya var olan yönetimlerde yenilikçi tutumlar sergileyerek fırsatları keşfetme süreci olarak tanımlamıştır (Zahra vd., 2009: 519). Yenilikçiliğin yanı sıra, hedef kitle ile yakın temas, sosyal girişim oluşumlarında, köklü sosyal sorunları çözmek için uygun stratejiler ve sistemsel gelişim sağlar (Prabhu, 1999: 144).

Sosyal girişimciliğin merkezi itici gücü, ele alınan sosyal bir problem ve bu problemi çözmek için ihtiyaç duyulan kaynakları etkili biçimde harekete geçirip kullanacak örgütlenme kabiliyetidir (Austin vd., 2012: 372). Başka bir bakış açısına göre ise sosyal girişimcilik, aynı anda hem finansal hem de sosyal yatırım getirisi elde etme sanatıdır (Seelos ve Mair, 2004: 2). Süreç boyunca üretilen kârların belirli bir dezavantajlı grubun yararına kullanılması esastır (Hibbert vd., 2002: 288). Çünkü toplumsal değişime yol açma, topluma kalıcı ve dönüştürücü yararı olan potansiyel bir faydayı kazandırma çabası söz konusudur (Martin ve Osberg, 2007). Sonuçta

sosyal girişimcilik, geleneksel girişimciliğin yeteneklerini toplumu geliştirme misyonuyla birleştirmektedir (Lateh, 2018: 3).

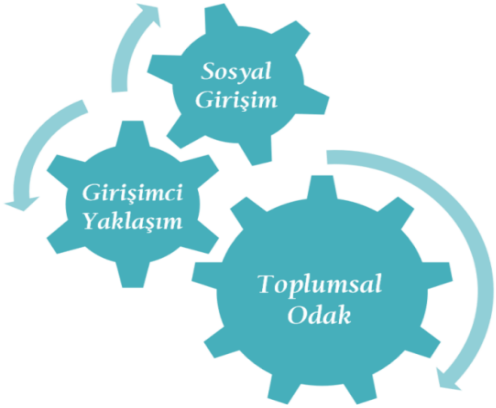
Dünyada öne çıkan belli sosyal girişimcilik örneklerinden yola çıkılarak tespit edilmiş üç temel sosyal girişimcilik özelliğini; sosyal girişimcilerin -bizzat sahip olmadıkları- kaynakları yaratıcı bir şekilde bir araya getirmesi, bir sosyal problemin hedeflenmesi ve nihayetinde sistemde bu sosyal probleme yönelik dönüşüm gerçekleşmesi şeklinde sıralanmaktadır (Mair ve Marti, 2006: 38).

1.1.2. Sosyal Girişimciliğin Bileşenleri

Belirtildiği üzere ortak bir tanım birliğine varılamaması ve tartışmaların devam etmesi dolayısıyla sınırları keskin bir tanım vermek mümkün değildir. Bugüne dek ileri sürülen tanımları tablolar halinde derleyen çalışmalar[1] zaten literatürde mevcut olduğu için bu çalışmada yeniden bir derleme yoluna gidilmemiştir.

Bu noktada genel olarak tanımlar incelendiğinde girişim faaliyeti, sosyal amaç ve sosyal girişimci olmak üzere üç unsurun sosyal girişimlerin temel bileşeni olduğu görülmektedir. Nitekim Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Raporu Analizi'nde de (2010: 9) bu üç unsur ortak paydalar olarak ele alınmıştır.

Şekil 1: Sosyal Girişimlerin Ortak Paydaları



Kaynak: (Ersen vd., 2010: 9)

[1](Abu-Saifan, 2012: 24), (Aktaran Çiçek ve Türkmenoğlu, 2018: 58), (Aslan vd., 2012: 76), (Dacin vd., 2010: 39), (Ercan, 2017: 14), (Kümbül Güler, 2008: 69), (Hervieux vd., 2010: 47), (Matthews, 2014: 205), (Seelos ve Mair, 2004: 2), (Weerawardena, 2006: 23), (Zahra, 2009: 521).

1.1.2.1. Girişimcilik

Belirtildiği üzere sosyal girişimler ticari kuruluşlar gibi bir "girişim" olarak ancak sosyal amaç güderek ortaya çıkarlar (Aktaran Kayalar ve Arslan, 2009: 58). Yani sosyal girişimler, kamu hizmetinin ya da piyasanın, ihtiyaçları karşılamada yetersiz kaldığı gözlemlenen-keşfedilen bir noktada bu eksikliğe karşı sorumluluk duyarak (Sharir ve Lerner, 2005: 7) müdahale etme girişiminde bulunurlar (Aktaran Austin vd., 2012: 371). Dolayısıyla sosyal girişimcilikte toplumun ihtiyacı olan bir faydayı keşfederek buna yönelik harekete geçme girişiminde bulunmak bu kavramın ilk bileşeni olarak kabul edilebilir. Bununla birlikte herhangi bir sosyal girişim, asıl amacı olan sosyal etki yaratma misyonunu sürdürmek için kar amacı güden faaliyetlerde bulunabileceklerini belirtmek geleneksel girişimcilik ile karıştırılmaması noktasında önemlidir. Kendi başlarına ayakta kalabilmelerine imkân veren bu faaliyet sosyal girişim olma kimliklerine zarar vermezken varlıklarının tamamiyle gönüllü bağışlara ya da bir takım sosyal bağlantılara bağlı olmaması, alternatifleri olması açısından da önem arz etmektedir (www.sogla.org). Buna paralel şekilde ticari faaliyetlerin etkin bir araç olarak kullanıldığı sosyal girişim örnekleri söz konusudur (Ersen ve diğerleri, 2010: 10). Sosyal girişimler için önemli olan sosyal gelişmeler ile bu hizmetlerin bedelleri ve sonuçları, piyasalar için kar sağlayan araçlar değildir. Bu araçlar, sosyal girişimciliği sosyal kılar (Dees, 1998: 3).

Girişimcilik yalnızca ekonomik kalkınmada değil, sosyal kalkınmada da başarılı sonuçlara ulaşmak için kullanılan önemli bir araçtır. Kadınlara, çocuklara, engellilere, kırsal alanda yaşayanlara, çevre problemlerine ve yoksulluğa dönük girişimcilik çalışmaları ile sosyal kalkınma sağlanır (Akdemir, 2009).

1.1.2.2. Sosyal Amaç

İkinci bileşen olarak birçok araştırmacı sosyal girişimciliğin temelde -piyasanın işine yaramayan- **"**sosyal amaç" gütme misyonuna dayandığını kabul etmektedir (Mort vd., 2003: 79). Toplumun ihtiyacı olan faydayı keşfederek "balık endüstrisinde devrim yaratma" yani toplumsal bir inovasyon sağlama isteği ikinci bileşenidir.

Öyle ki sosyal girişimciliğin yegâne varlık sebebini "sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmak" şeklinde açıklamak oldukça yerinde olacaktır (Seelos ve Mair, 2005: 244). Bu anlayışta kişisel bir zenginlik hedefi söz konusu değildir. Nihayetinde sosyal bir varlık olarak sosyal girişimciliğin, toplumdan soyutlanmış bir yapı ile amacına ulaşması mümkün görünmemektedir.

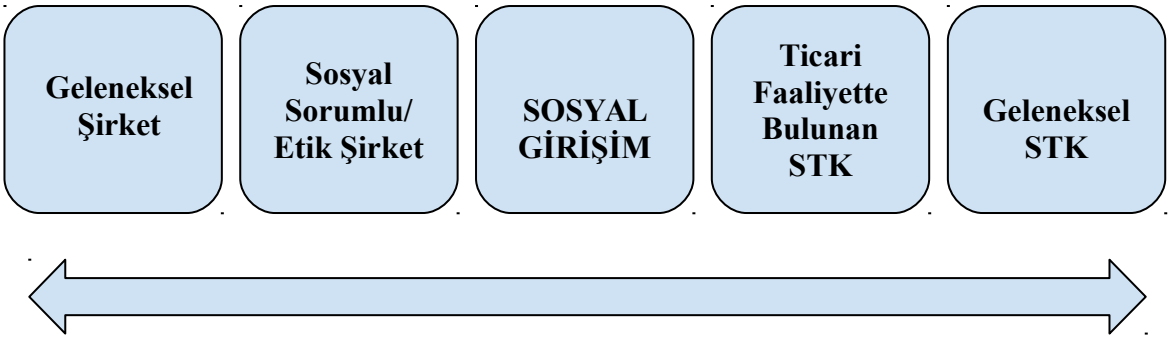
1.1.2.3. Sosyal Girişimci

Üçüncü bileşen ise girişimcilik yaklaşımını sosyal bir amaçla birleştiren unsur olan sosyal girişimcilerdir. Bornstein (1998: 47), sosyal girişimciyi, güçlü etik değerleri olan vizyonerliğini ve problem çözme yaratıcılığını birleştirerek yeni bir fikri uygulamaya koyan ezber bozucu kişi olarak tanımlamaktadır. Bu başlık "Sosyal Girişimci Kavramı" başlığında detaylı olarak açıklanacaktır.

1.1.3. Sosyal Girişimciliğin Konumu ve Diğer Sektörlerle Olan İlişkisi

Sosyal girişimciliğin konumuna dair tartışmalar ise, tanımına yönelik tartışmalar ile birlikte devam etmektedir. Öncelikle evrensel sorunlara çözüm getirme çabasında olduğu ve bu çaba büyük ölçüde başarılı sonuçlar verdiği için hem kamu hem özel hem de kar amacı gütmeyen üçüncü sektör, sosyal girişimciliği ilgi çekici bir alan ya da ortak olarak görmektedir (Coşkun ve Sarıkaya, 2016: 73). Bununla birlikte sosyal girişimcilik bu sektörlerin içinde (Besler, 2010: 15) ya da bu sektörlerle işbirliği halinde ortaya çıkabildiği gibi onların karşısında da yer alabilmektedir (Austin vd. 2006: 371). Şekil 2, bu oluşumların arasındaki geçişi açıklamak adına özetleyicidir.

Şekil 2: Ticari ve Sosyal Girişimler



Kaynak: (Ersen vd. 2010:8)

Açıkça özel sektör girişimciliğini ve sosyal girişimciliği birbirinden ayıran temel farkın, özel sektörün önceliği ekonomik servet yaratmak iken sosyal girişimciliğin önceliğinin sosyal değer yaratmak olduğu söylenebilir (Mair ve Marti, 2006: 39). Bu sosyal girişimlerin başarı ölçütünün kar değil, toplumda yaratılması hedeflenen pozitif etki olduğu şeklinde de ifade edilebilir. Bu ölçüt aynı zamanda sosyal girişimleri özel sektörün aksine hissedarlara karşı değil topluma karşı sorumlu yani hesap vermek durumunda kılar (Ersen vd, 2010: 10).

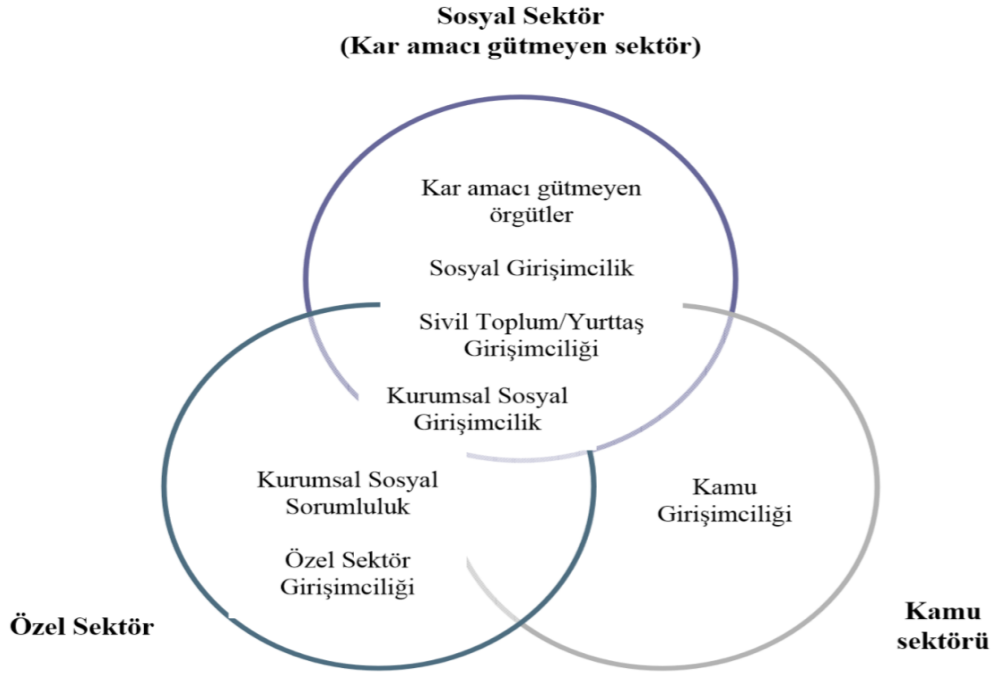
Ancak özel sektöre ait yöntemler kullanması ve kar amacı gütmeyen sektöre benzer amaçlar gütmesi bakımından bu iki sektörün kesişiminde bulunduğu söylenebilir (Ersen vd., 2010: 8). Dees (1998), sosyal girişimciliği tanımlarken özel sektörde uygulanabilen bir faaliyet olduğunu belirtmiştir. Nitekim özel sektörde, şirketlere itibar sağlayan ve sosyal sorumluluk kapsamında ortaya çıkan faaliyetler bu ilişkiye bir örnektir.

Benzer şekilde sosyal girişim ve kâr amacı gütmeyen örgütler arasında da bulanık bir sınırdan bahsedilmektedir. Sosyal girişim, kar amaçlı ve kâr amaçlı olmayan faaliyetleri melez bir şekilde birleştirmektedir (Dart, 2004: 415). Geleneksel bir sivil toplum örgütünden farklı olarak sosyal girişimcilik, girişimcilik davranışını kullanır. Boschee ve Mcclurg'a göre (2003: 5) daha önemli bir ayrım ise sosyal girişimlerin, kar amacı gütmeyen örgütlerin aksine "kendi kendilerine yeterlilik" ve "sürdürülebilirlik" misyonları olan "bağımsız" oluşumlar olmasıdır. Yani kar amacı gütmeyen örgütler için devlet sübvansiyonları ve bağışlar gibi örgütü ayakta tutan esas unsurlar, sosyal girişimler tarafından da kullanılan araçlar olsalar da sosyal girişimlerin merkezinde değildir. Bu araçlar sosyal girişimcilikte "kazanılmış gelir" ile bir kombinasyon oluşturarak sosyal girişimlere bağımsız olma şansı verirler. Çünkü "kendi kendine yeterlilik" ancak kazanılmış gelire dayanarak elde edilebilir ve sosyal girişimciliğin nihai hedefidir. Bu durum, Kathleen Buescher tarafından şu şekilde ifade edilmiştir "*Kendi gelirinizi elde ettiğiniz sürece kendi yönetim kurulunuz ve personeliniz dışında kimseyi mutlu etmek zorunda kalmazsınız. Başkalarının beklentilerini karşılamak zorunda değilsiniz. Bu çok özgürleştirici ve bir kez hissettiğinizde, başka fonların sınırlarına geri dönmek istemezsiniz"* (Boschee ve McClurg, 2003: 5)

Bununla birlikte üçüncü sektörün kar amacı gütmemesi, topluma değer katması ve topluma hizmet etmesi sosyal girişimcilikle olan ortak noktasıdır. Yani sosyal girişimlerin özel sektör ile kar amacı gütmeyen sektör arasındaki boşlukta bir köprü olarak ortaya çıkan yeni bir model olduğunu söylemek yerinde olacaktır (Lateh, 2018: 3).

Kamu yönetimi bağlamında bakıldığında ise gelişmesine ihtiyaç duyulan alanlarda kamu kaynaklarına müdahale ederek sosyal girişimlerin çeşitli kurumların oluşmasında ve gelişmesinde etkili olduğunu, daha çok kamusal ihtiyaçlara yönelik olarak ortaya çıktığını ifade eden çalışmalar söz konusudur (Aktaran Coşkun ve Sarıkaya, 2016: 74). Tüm bu ilişkilerin birbiriyle olan bağlantısını göstermek adına Şekil 3 özetleyici olabilir:

Şekil 3: Sosyal Girişimciliğin Sektörlere Göre Konumlanması



Kaynak: (Kümbül Güler, 2008: 116)

1.1.4. Sosyal Girişimciliğin Önemi

Sosyal girişimciliğin ve girişimcilerin popüler olmasının arkasında birçok neden sayılabilir. Martin ve Osberg (2007: 2), bu durumu sosyal girişimciliğin çekici bir yapı olması ile ilişkilendirmiştir. Bu yaklaşıma göre sosyal girişimcilik, yüksek

vaatlerde bulunması ve pozitif bir amaç gütmesi dolayısıyla giderek artan miktarda yatırımı, yeteneği ve dikkati de üzerine çekmektedir. Martin ve Osberg bu popülaritenin bir diğer nedenini ise girişimleri ile başka insanların hayatlarını büyük ölçüde değiştiren bu insanların, neden ve nasıl girişimci olabildikleri ile onlara bu motivasyonları sağlayan nedenler ve koşullar ile ilgili olduğunu ifade etmektedir (2007).

Thomas ve Reddy ise dünya çapında sosyal girişimcilik faaliyetlerinin ve sosyal girişimcilik üzerine yapılan araştırmaların artmasının nedenlerini şu şekilde sıralamıştır (2013: 207);

- Sosyal girişimciliğin, piyasa dinamiklerini ve fırsatlarını değerlendirerek yatırımlardaki finansal getirileri en üst düzeye çıkaran mevcut ekonomik düzene alternatif olması
- Sosyal girişimciliğin farklı yapılardaki işletmelerin benimsemesi gereken sürdürülebilir kalkınma ihtiyacına karşılık veriyor olması
- Sosyal girişimciliğin, ikinci dünya savaşından beri toplumların sahip olduğu farklı dinamiklerin bu toplumları birbirine olan bağlayıcı değil ayrıştırıcı özelliğinden etkilenmemesi

Siyasi bir amaç gütmedikleri ve siyasi örgütlenmelerden bağımsız çalıştıkları halde geniş kitlelere temas edebiliyor olmaları, başka bir deyişle güçlerini tarafsızlıklarından alıyor olmaları sosyal girişimciliğin ilgi çekici olmasının bir diğer nedeni olarak ele alınabilir (Koç, 2009: 37).

Nitekim Dees, tüm dünyada çevre problemleri, yoksulluk, kadın ve çocuk hakları, engelliler gibi insanların sahip olduğu ortak problemler için girişimsel faaliyetlerin tam zamanı olduğunu, çünkü devletlerin ve gönüllü faaliyetlerin beklentilerini karşılamadığını belirtmiştir (1998: 1). Dünyada savaş sonrası dönemde refah devletinin büyümesi sosyal ilerlemenin bir sembolü olarak görülmüşse de bu sosyal devlet; esnek olmayan, yavaş, bürokratik, bireyi dışlayan ve güçsüzleştiren bir yapı olduğu yönünde eleştiriler almaktadır. Sosyal girişimler bu olumsuzlukların üstesinden gelme, refah sunmanın yeni yollarını bulma noktasında önem taşırlar, çünkü yaptıkları iş zaten tam olarak budur (Leadbeater, 1997: 9).

Ayrıca eğitimde, sosyal hizmetlerde ve toplum gelişiminde devletin yükünü paylaştığı ve dolayısıyla devlet harcamalarının azalmasını sağladıkları (Lasprogata vd., 2003: 71) için sosyal girişimcilik faaliyetleri talep edilen oluşumlara dönüşmektedir (Zahra vd., 2009: 520). Çünkü sosyal grişimler kaynakları ihmal edilen toplumsal sorunlara yönelirlerken faaliyetleri ile yeni endüstrilerin yaratılması, yeni iş modellerinin geliştirilmesini de sağlarlar (Hussain vd., 2014: 563)

Benzer şekilde sosyal sektör kurumları da yeterince etkin çalışmamakta dolayısıyla sosyal girişimciler gelecek yüzyıl için umut vaat etmektedir (Dees, 1998: 1). Sosyal girişimcilik, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını bugünkünden daha iyi bir şekilde karşılayabilmesini sağlayacak bir potansiyele sahiptir (Seelos ve Mair, 2005: 246).

Sonuçta tüm dünyada çözülmeyi bekleyen sorunların üstesinden gelmenin en etkili yolu olan sosyal inovasyon, sosyal girişimlerin ve girişimcilerin varlığı ile mümkündür (Koç, 2010: 211).

1.2. Sosyal Girişimci Kavramı

En yalın hali ile sosyal girişimci, sosyal girişimcilik faaliyetini yürüten kişidir. Dees (1998: 1), sosyal girişimciliğin kavram olarak yeni gelişim gösterse de sosyal girişimcilerin tarih boyunca her zaman var olduklarını belirtmiştir. Bu bölümde sosyal girişimcilik kavramı tanımlanacak devamında da sosyal girişimcinin özellikleri belirtilecektir.

1.2.1. Sosyal Girişimcinin Tanımı

Sosyal girişimciler hem kendi toplumlarına hem de dolaylı olarak tüm dünyaya önemli katkıları olan önemli aktörlerdir. Aslında karmaşık ve kalıcı hasarları olan toplumsal sorunlara temas ederek sosyal değer yaratırlar. Küreselleşmenin ve özgürleşmenin bir sonucu olarak hükümetlerin piyasanın eline bıraktığı ya da yetersiz kaldığı için bırakmak zorunda kaldığı sosyal hizmetler sunma girişiminde bulunan bu kişiler (Vial, 2016), ortaya çıkan sonuçlara odaklanmaktan ziyade sosyal sorunların temel nedenleri ile mücadele ederek sosyal değişimi yaratan aracılar (Yahya ve Mutarubukwa, 2017) ve hızlandırıcılar (Urbano vd., 2010: 62) olarak

görülmektedir. Özel, kamu ve kar amacı gütmeyen sektörlerde bulunabilirler (Johnson, 2000: 101).

Sosyal girişimcilik alanının öncüsü olan Dees, sosyal girişimciyi sosyal misyon tutkusu, iş disiplinini, yenilikçilik ve kararlılığın kombinasyonu olarak tanımlamıştır (1998: 1). Reeni ise (2006: 257), sosyal girişimcinin sosyal koşulları iyileştirerek sosyal değer yarattığını ifade etmiştir. Sosyal girişimciler de, tıpkı işletme girişimcileri gibi yeni organizasyonlar kurarlar, yeni hizmetler organize ederler ve geliştirip yayarlar (Sharir ve Lerner, 2005: 7).

Schwab Sosyal Girişimcilik Vakfı sosyal girişimciyi, girişimcilik heyecanı ve geleneksel metotları ortadan kaldırma cesareti ile sosyal dönüşüm gerçekleştiren kişiler olarak tanımlamaktadır (www.schwabfound.org). Sosyal girişimci, bu dönüşüm ile dezavantajlı toplulukları ve nihayetinde tüm toplumu büyük ölçüde olumlu etkilemektedir (skoll.org).

Çeşitli açılardan marjinalleş(tiril)miş gruplara yönelik faaliyetler sunan bu sosyal girişimciler, bireylerin kendi kendilerine yeterliliklerine vurgu yapar. (Okandan ve Görgülü, 2012: 15). Ayrıca aksaklıklara karşı bu güne dek akla gelmeyen ya da cesaret edilmemiş yaklaşımlar benimseyen sosyal girişimciler; yaratıcı, kararlı, duyarlı ve gerçekçi tutumları ile toplumun güvenini kazanırlar (Denizalp, 2009: 8).

Dees (1998: 4), değişim ajanları olarak sosyal girişimcilerin üstlendikleri rolü şu şekilde sıralamıştır:

• Sosyal değer yaratma ve sürdürme misyonu benimseme. Bahsedildiği üzere bir sosyal girişimci için sosyal misyon esastır. Ne kâr ne de müşteri memnuniyeti; sosyal değer yaratmanın göstergesi değildir. Sosyal girişimciler uzun vadeli sosyal yatırımı, etkisi sürdürülebilir kalıcı iyileştirmeleri amaçlarlar.

• Bu misyona hizmet etmek için yeni fırsatları tanıma ve durmaksızın takip etme. Nüfusun büyük bir kısmı şahit oldukları sosyal problemler karşısında memnuniyetsizliklerini belirtmekten öteye gidemezken bu sosyal problemler sosyal girişimciler için müdahale edebilecekleri, sosyal fayda yaratabilecekleri bir fırsattır. Benzer şekilde, bu süreçte karşılaşılan bir engel de vazgeçmek için bir neden

değildir. Bu engelin üstesinden nasıl gelinebileceğine yönelik sorulara cevap bulmak sosyal girişimcilerin işlerinin bir parçasıdır.

• Sürekli yenilik, adaptasyon ve öğrenim sürecine dâhil olma. Schumpeter'in belirttiği gibi, yenilikçi olmak birçok şekilde mümkündür ve tamamen yeni bir şey icat etmeyi gerektirmez; mevcut bir fikri yeni bir yöntemle veya yeni bir duruma uygulamak da mümkündür. Bu da sürekli keşfetme ve öğrenme sürecinin hem bir parçası hem de bir sonucudur.

• Eldeki kaynaklarla sınırlı kalmayarak cesurca hareket etme. Sınırlı kaynaklar sosyal girişimcilerin vizyonları için bir engel değildir. Sosyal girişimciler, salt hayırseverlik yöntemlerinden özel sektörünün ticari faaliyetlerine kadar tüm kaynak seçenekleri ile iletişim kurma ve bu kaynakları aktarma konusunda yeteneklidir ve herhangi bir norma ya da geleneğe bağlı değildir. Başarısızlıktan kaynaklanabilecek zararı azaltmak için hesaplanmış riskler alır ve olumsuz yönleri bu doğrultuda yönetirler.

• Hesap verebilirliği artırma. Sosyal girişimciler, hizmet etmeyi amaçladıkları kişilerin ve faaliyet gösterdikleri toplulukların ihtiyaçlarını ve değerlerini doğru bir şekilde değerlendirdiklerinden emin olurlar. Yatırımcı değerleri ile toplumun ihtiyaçları arasında bir uyum oluşturmak, mücadelenin önemli bir parçasıdır. Mümkün olduğunda, sosyal girişimciler bu sorumluluğu güçlendirmek için piyasaya benzer geri bildirim mekanizmaları yaratırlar. İlerlemelerini, sadece büyüklükleri, çıktıları veya süreçleri açısından değil, sosyal, finansal ve yönetimsel sonuçlar açısından değerlendirir. Bu bilgileri gerektiğinde rota düzeltmeleri yapmak için kullanırlar.

Barendsen ve Gardner (2004: 48), ise sosyal girişimcilerin kullandığı üç önemli stratejiye dikkat çekmektedir:

- Sosyal girişimcilerin zorlukları fırsata çevirme, pozitif olma yetenekleri vardır.
- Sosyal girişimciler yaşadıkları topluma-dünyaya karşı vicdani sorumluluk duymaktadırlar.
- Sosyal girişimciler çalışmalarını düzenli olarak değerlendir

1.2.2. Sosyal Girişimcinin Özellikleri

Sosyal girişimci; mevcut sistemin müdahale etmediği ya da edemediği sosyo-ekonomik kökenli sorunlara yönelik çözümlerini; vicdani bir sorumlulukla iş disiplini, kararlılık ve yaratıcılık gibi kişisel özelliklerini harmanlayarak sunmayı hedefleyen kişidir. Belirtilmelidir ki sosyal girişimcilere ait özellikler bulundukları ülkelerin mevcut yasal düzenlemelerine, ekonomisine, toplumsal yapısına ve ülkenin üçüncü sosyal girişimciliğe yönelik hem kültürel hem de tarihi geleneklerine bağlıdır (Wronka-Pospiech, 2016: 43).

Babson Koleji'nde Girişimcilik Çalışmaları Başkanı Bygrave, sosyal girişimcileri karakterize eden on özelliği şu şekilde sıralamıştır: (Dees vd., 2002: 6)

- Hayalperest. Sosyal girişimcilerin kendileri, örgütleri ve toplumla ilgili vizyonları vardır ve daha da önemlisi, bu hayalleri hayata geçirecek yeteneklere sahiptir.
- Kararlı. Oyalanmayarak ve ertelemeyerek, hızlı karar verirler. Başarılarındaki kilit faktör, bu hızdır.
- Çalışkan. Bir plan yaparlar ve plan doğrultusunda olabildiğince hızlı hareket ederek sadece gerekli düzenlemeleri yaparlar.
- Belirleyici. Sorumluluğu üstlenirler ve aşılamaz bir engelle karşılaşmadıkça vazgeçmezler.
- Fedakâr. İşlerini odaklandıkları tek şey haline getirirler ve sosyal ilişkilerine çok fazla zaman ayırmazlar. Haftanın 7 günü boyunca günün yarısını yorulmadan çalışarak geçirirler.
- İşlerine Bağlı. Yaptıkları işten keyif alırlar ve tamamen kendilerini o işe adarlar. Misyonu zor olan işleri severler.
- Detaycı. Bir işi bağlatmanın ve büyütmenin detaylara yani en kritik ayrıntılara özen göstermekle ilgili olduğuna inanırlar.
- İnançlı. Bir işverene bağlı olmaktansa kendi emekleri ile inşa ettikleri kadere inanırlar.
- Kâr elde ederler. Kar sosyal girişimciler için amaç değil araçtır. Örgütlerinin varlığını sürdürebilmek adına onu sadece kullanır ve ayakta kalırlar.

- Bölüştürücü. Çalışanlar arasında sorumlulukları dağıtırlar ve herkesin yaptığı işi sahiplenme içgüdüsü ile yapmasını beklerler.

Denizalp (2009: 9), Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi adlı çalışmasında Sosyal Girişimcinin Sahip Olması Gereken Kişisel Özellikleri şu şekilde sıralamıştır:

- Toplumsal sorunların farkında olmak
- Güçlü ve başarılı olma isteği
- Mücadelecilik ve azim
- Sorumluluk ve risk alabilme arzu ve yeteneği
- Yaratıcılık ve fırsatları sezebilme yeteneği
- Planlı çalışma ve araştırma yeteneği
- Başkalarıyla çalışabilmek
- Eksikliğini, sınırlarını bilmek ve tavsiyelerden yararlanabilmek
- Zor şartlarda ağır çalışmalara hazır olmak
- Kendini geliştirme arzusu
- Başkalarını etkileyip onları da çalışmaya katabilmek

Zahra vd. (2009: 523), "Bir Sosyal Girişimcinin Tipolojisi" adlı eserinde sosyal girişimci karakterini sosyal yaratıcı (Bricoleur), sosyal yapısalcı ve sosyal mühendis olmak üzere üç farklı başlık altında incelemiştir. Her ne kadar bu girişimciler sosyal sorunların peşinden gitme tutkusunu paylaşsalar da, sosyal ihtiyaçları keşfetme, sosyal fırsatları takip etme ve sisteme etki etme süreçleri konusunda büyük farklılıklar bulunmaktadır.

- Sosyal Brikolör (Bricoleur), Hayek'in çalışmalarından esinlenerek geliştirilmiştir. Brikolaj, Fransızca kökenli olup, çeşitli bileşenlerin çabayla ve doğaçlama olarak bir araya getirilmesi ile yeni bir çıktı üretilmesi anlamına gelmektedir; Brikolör ise bu üretim işinin öznesidir (www.merriam-webster.com). Brikolör'ün karşılığı olarak "Yaptakçılık" gösterilse de (Horsanalı vd. 2008: 629) iki kelime de Türk Dil Kurumu'nun Türkçe Sözlüğü'nde yer almamaktadır. Weick, Brikolaj tanımlamasını, bir sosyal girişimcinin, eldeki kaynaklar ne olursa olsun görevini yapmak durumunda

olması, görevini tamamlaması anlamında kullanılmıştır (1993: 35). Yani ele alınması gereken problemler genellikle ya farkedilmez ya da yanlış anlaşılırken Sosyal Brikolör yerel sorunları tespit edebilme meziyetine sahiptir. Küçük ölçekli yerel sosyal ihtiyaçları karşılamak üzere hareket ederler. Yerel-sosyal dengenin ve uyumun sağlanmasında önem taşırlar. Sahip oldukları kaynaklar ve uzmanlık bilgisi ile yerel yasalar ve düzenlemeler bu girişimcilerin sınırlarıdır. Sosyal Brikolör'ü diğer sosyal girişimcilerden ayıran şey, ne dışsal ne de özel kaynak arayışına girmemeleridir. Zaten ellerinde olan kolayca ulaşılabilen kaynaklarla çalışabildikleri için (Weick, 1993) dışarıya da bağımlı değildir. (Zahra, 2009: 523)

- Sosyal yapısalcılar, Kirzner'in çalışmalarından esinlenerek geliştirilmiştir. Hükümetlerin, özel sektörün veya kar amacı gütmeyen sektörün sunmadığı sosyal ihtiyaçları/mal ve hizmetleri ele alır, onlar için alternatif yapılar oluştururlar. Yani sosyal ihtiyaçlar karşısında diğer oluşumların başarısız olduğu alanları fırsata çevirerek bu alanlarda yenilik tahsis ederler. Sosyal dokuyu onarırlar, daha geniş yapılardaki sosyal ihtiyaçları giderir ve sosyal uyumun korunmasına yardımcı olurlar. Bu sosyal girişimci karakterini öne çıkaran -Sosyal Brikolör'lerin aksine- uzmanlık alanı değil ihtiyaç duyulan mal ve hizmeti görme yetenekleridir. Bu nedenle "amaç ve araçlarla ilgili beklentilerdeki sistematik değişimleri" inşa ederler. Bu tür boşlukları sosyal yöntemlerle doldurmak hayati bir girişimcilik işlevidir. Organizasyonu işletmek için profesyonel gönüllüler ve çalışanlara duyulan ihtiyaç, bu girişimcilerin sınırlarıdır. Bu unsurlar arasında sürdürdüğü karmaşık ve gelişen ilişkiler ağını etkin bir şekilde yönetmeleri gerekir (Zahra, 2009: 523).

- Sosyal mühendisler, Schumpeter'in çalışmalarından esinlenerek geliştirilmiştir. Bazen çözülmesi güç, sosyal ihtiyaçlara mevcut kurumlar aracılığıyla çözüm bulmak mümkün değildir. Sosyal mühendisler, mevcut sosyal yapılar içindeki sistemik problemleri tanır ve bu problemlere devrimci bir değişim getirirler. Bu sosyal girişimciler, daha önce bahsedilen diğer iki sosyal girişimci tipolojisinden önemli ölçüde farklıdır. Çünkü mevcut ve baskın olan kurumlarla mücadele ederek ve onları sosyal olarak daha verimli olanlarla değiştirmek üzere çözüm ararlar. Ulusal ve uluslararası düzeni

zorlayacak kalıcı yapılar inşa etmek isteyen çok büyük ölçekli girişimler hedeflerler. Ortaya koydukları reformların ideolojik yapıları genellikle mevcut kurumların çıkarları için bir tehdit oluşturabilir veya huzur bozucu-gayri meşru olarak görülebilirler. Dolayısıyla toplumun desteği bu girişimciler için önemlidir. Sonuç olarak hareket etme kapasiteleri, kaynakları bir araya getirme ve meşruiyet elde edebilmelerine bağlıdır (Zahra, 2009: 523).

1.3. Sosyal Girişimciliğin Kronolojik Gelişimi

Sosyal girişimcilik kavramsal olarak akademik literatürde kendine yeni yeni yer buluyor olsa da şüphesiz tarih boyunca sosyal girişimci kimliklerinin farkında olmadan sosyal sorunlara girişimcilik faaliyeti ile çözüm arayan birçok örnek söz konusu olmuştur. Nitekim çeşitli hayır kurumlarının, özellikle köklü dinlere dayananların, özünde sosyal misyon olan birçok ekonomik faaliyette bulundukları görülmektedir (Aktaran Çiçek ve Türkmenoğlu, 2018: 57). Bakıldığında 1883'te William L. Garrison tarafından çıkarılan kölelik karşıtı ilk gazete American Anti-Slavery Society ile 1889'da Jane Adams tarafından kurulan yoksul insanlara yardım üreten ve bunu Amerika'da yaygınlaştıran Hull House tarihe geçen ilk sosyal girişim örneklerindendir (Barendsen ve Gardner, 2004: 43-44).

Sosyal girişimlerin dünya çapında yaygınlaşmaya başlaması ise Bangladeş'te, 1971 yılındaki bağımsızlık savaşı sonrasına tekabül etmektedir. Dünyanın en fakir ülkelerinden birinde, böyle bir dönemde sırasıyla ortaya çıkan Köy Bankası (Grameen Bankası) ve Bangladeş Kırsal İlerleme Komitesi (BRAC) elde ettiği sonuçlarla, dünyada devrim niteliğinde öne çıkan iki sosyal girişimcilik örneğidir (Bornstein ve Davis, 2010: 14). Grameen ve BRAC, Bangladeş'te, ülkenin yetmiş bin köyünün hemen hemen her birinde, on milyonlarca Bangladeşlinin hayatına dokunan on binlerce personelin çalıştığı ulusal ölçeğe ulaşmış başarı örnekleridir.

Bangladeş'teki banka örnekleri ve ortaya çıkış tarihleri itibariyle sosyal girişimlerin 20. yüzyılın sonlarında çeşitli ihtiyaçlara karşılık olarak yaygınlaşmaya başladıkları söylenebilir. Bununla birlikte 1990'ların başında Harvard ve Yale üniversitelerinde yapılan çeşitli proje ve eğitim programları da sosyal girişimlerin bilinirliğini ve yaygınlığını artmaya başlamıştır (Thomas ve Reddy, 2013: 4).

1.3.1. Dünyada Sosyal Girişimcilik ve Örnekleri

Bugün sosyal girişimcilik, Birleşik Krallık'tan Hindistan'a; Kuzey Amerika'dan Rusya'ya pek çok ülkede benimsenmiş durumdadır (Ersen vd. 2010: 11). Birçok ülkede sosyal girişimlere yönelik yasal düzenlemeler hala yapılmamış olsa da bu konuda yapılan çeşitli çalışmalar da söz konusudur. Örneğin Amerika'da Düşük Kârlı Limited Şirketi (Low-Profit Limited Liability Company, L3C) kurulmuştur. Bu oluşum kâr amacı güden ve gütmeyen tüzel kişiler arasındaki açığı kapatmak üzere ortaya çıkmıştır (Sobhani ve Gasnier, 2012: 2). Amerika'da sosyal girişimlere destek veren ilk kuruluş ise ASHOKA'dır. Grameen ve BRAC örneklerinin sosyal girişim olarak nitelendirilmeleri 1980'lerden sonra, Ashoka'nın desteği ile olmuştur (Bornstein ve Davis, 2010: 18).

Arlington-Virginia merkezli, küresel bir organizasyon olan Ashoka, Amerikalı Bill Drayton tarafından sosyal bir vizyonu olan girişimcilere hem maddi hem manevi destek sağlamak üzere kurulmuştur. İlk üyesini 1981'de Hindistan'dan seçerek başlayarak Ashoka, geniş kapsamlı toplumsal değişime dair fikirleri olan dünyanın önde gelen sosyal girişimcilerini destekleyen ilk ve en önemli kuruluştur. Bugün her kıtada doksandan fazla ülkede 3500 üye ile sosyal girişimciler ağını genişleterek büyümeye ve etkisini artırmaya devam ettirmektedir (www.ashoka.org). Ashoka tüm dünyada gönüllü kişiler, vakıflar/dernekler ya da özel şirketler tarafından finansman sağlamakta ve hükümetlerden fon kabul etmemektedir. Adını yaklaşık 2.200 yıl önce yaşamış olan ve birçok tarihçi tarafından tarihin en iyi niyetli ve pratik yöneticileri arasında sayılan bir Hint imparatorundan almıştır (Bornstein ve Davis, 2010: 19).

Avrupa Birliği'nde, sosyal girişimlere çeşitli destekler sunmak üzere Work Integration Social Enterprises (WISE) kurulmuş, Finlandiya'da 2003'te ve Polonya'da 2006'da kabul edilen Sosyal Girişim Yasaları yine Avrupa'da bu konuda atılan önemli adımlar olmuştur; İngiltere'de ise Topluluk Çıkarı Şirketi (Community Interest Company, CIC) kurulmuştur (Sobhani ve Gasnier, 2012: 2). Bir şirket özelliklerini taşırken aynı zamanda "hayır kurumu" olarak değerlendirilern Topluluk Çıkarı Şirketi, melez bir oluşumdur. Yani bir şirket olmanın tüm gerekliliklerini yerine getirirken sosyal fayda üretmek için kurulmuş olan şirket mevzuatına da

uymak durumundadır. Her yıl faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin topluma yararını ortaya koyan belgeyi ibraz etmesi gerekir (Community Interest Companies, 2019). Paydaşların kar payına sınır koyarak şirketin varlıklarının korumayı hedefler ve paydaşların yetkilerini ve gücünü sınırlayarak hesap verilebilirliği öne çıkarır (Aktaran Low, 2006: 383). Bununla birlikte şirketin faiz ve vergi ödemelerinde de sınırlamalar yapılır (CIC Assosication, 2019). Bir kuruluşun Topluluk Çıkarı Şirketi olmaya uygun olup olmadığına karar vermek, bu şirketleri denetlemek ve insanların şirket kurmalarına yardımcı olmak için rehberlik etmek üzere Topluluk Çıkarı Şirketleri Düzenleyici Ofisi kurulmuştur (The Regulator of Community Interest Companies, 2019).

Son yıllarda dünyada yaşanan gelişmelere bakacak olursak sosyal girişimciliğin geliştirilmesi yolunda Avrupa Parlamentosu 2009'da Sosyal Ekonomi Yönergesi yayınlamış, Avrupa Komisyonu tarafından 2011'de Sosyal İşletme Girişimi başlatılmış, Ocak 2014'te Strazburg'da Sosyal Girişimcilik Konferansı düzenlenmiş ve yine 2014 yılının Kasım ayında Roma'da Avrupa Komisyonu'nun desteklediği "AB'de Büyüme İçin Sosyal Ekonominin Potansiyelini Ortaya Çıkarmak" (Unlocking the Potential of the Social Economy for EU Growth) başlıklı bir konferans düzenlenmiştir (European Commission vd., 2014). Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi tarafından yürütülen GECES (www.ensie.org) ve G7 Özel Çalışma Grubu gibi grupların çalışmaları ise devam etmektedir.

Avrupa Komisyonu'nun 2015 verilerine göre, Avrupa Birliğinde Sosyal Girişimcilik faaliyetleri Finlandiya'da aktif nüfusun % 7.5, Birleşik Krallık'ta % 5.7, Slovenya'da % 5.4, Belçika'da % 4.1, İtalya'da % 3.3, Fransa'da % 3.1'ni kapsamaktadır. Sosyal girişimlerin gelişim derecesi Avrupa Birliği ülkeleri arasında önemli ölçüde farklılık göstermektedir: İtalya, Fransa ve Birleşik Krallık gibi ülkelerde sosyal girişimler bir çok açıdan ülke sistemine ve piyasalara entegre olmuş durumdadır. Bu ülkeler, sosyal girişimlerin ortaya çıkmasına tam olarak olanak sağlayan bir politika çerçevesine sahiptir. Bulgaristan, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Romanya ve Slovenya gibi ülkelerde ise, sosyal girişimler genellikle daha görünmezdir ve faaliyetleri izole edilmiştir (European Commission ve OECD, 2016: 3).

Çeşitli akademik çalışmalarda[2] bahsi geçen ve sosyal girişimcilik alanında çalışmalar yapan Ashoka ve Schwabfound gibi oluşumların desteklediği dünyadan bazı sosyal girişimcilik örnekleri ise aşağıda sıralanmıştır.

- **Bangladeş - Grameen Bankası**

Yoksullar Bankası (Grameen Bankası), kurucusu Bangladeşli Ekonomi Profesörü Muhammed Yunus'un layık görüldüğü Nobel Barış Ödülü ile sosyal girişimcilik alanında özel bir öneme sahiptir. 1974'te Chittagong Üniversitesi ekonomi Profesörü Muhammed Yunus'un öğrencileri ile birlikte yoksul bir köye düzenledikleri saha gezisinde gözlemledikleri, bu girişimin çıkış noktasıdır. Yunus, bambu tabure yapıp satarak geçimini sağlayan bir kadınla yaptıkları röportajda bambu alacak parası olmadığını ve aracıdan borçlanarak malzeme aldığını, tüm bu işlerden kazandığı paradan aracılara geri ödeme yapıldığında elde kalan miktarın bir kaç kuruştan ibaret olduğunu öğrenmiştir. Köyde bu şartlarda çalışan daha birçok insan olduğu ve bu insanların daha avantajlı oranlarda borç alabilselerdi gerçek bir gelir sağlayabileceklerini fark etmiştir. Bir ekonomi profesörü olarak Yunus, bizzat öğretiyor olduğu bu bilim dalına dair, bu köyde yolunda gitmeyen bir şeyler olduğunu görerek bu durumdan vicdani bir sorumluluk duymuş ve çok az paralar kazanabilmek için, yine bir o kadar az olan bütçeleri bile temin edemeyen köylülere ihtiyaç duydukları miktarı önce bireysel olarak karşılamaya başlamıştır. Kendi başına harekete geçerek küçük bir meblağ ile bile sadece hayatta kalmalarına yardım etmekle kalmayıp, aynı zamanda kendilerini yoksulluktan kurtarmaları için gerekli olan kişisel inisiyatif ve girişim kıvılcımını yaratmanın mümkün olduğunu keşfetmesi, bu girişim için atılan ilk adımlardır. Yunus, daha sonra mikro kredi fikrini şekillendirmeye başlayarak harekete geçmiştir (www.grameen.com). Yoksullar için mikro kredi fikri başta krediyi verecek bankalar tarafından makul karşılanmamış; aynı şekilde talep dahi edilmeden kendilerine sunulan bu kredi köylüleri de şaşırmıştır. Nihayetinde yoksulların yaşamlarında fırsat eşitliğini sağlamaya yönelik başarılı adımlar atılmaya başlandığı gözlemlenmiş, büyük işletmeler gibi, büyüdükçe gelişerek yoksulluğu büyük çapta azaltmanın mümkün olduğunu göstermiştir (Bornstein ve Davis, 2010: 17).

[2] (Bornstein ve Davis, 2010, 14), (Denizalp, 2009: 19), (Tüsev, 2014: 2), (Kümbül Güler, 2008: 142), (www.schwabfound.org), (www.ashoka.org)

Sonuç olarak, 1983 yılında, güven ve dayanışma ilkeleri üzerine Grameen Bank kurulmuştur. Bu girişim ile ilgili olarak değinilmesi gereken önemli noktalardan biri, Muhammed Yunus'un dikkate aldığı insanı değerlerdir. Burada dikkat çeken temel fikir, sahip oldukları ya da olmadıkları maddiyata bakılmaksızın kredinin bir insan hakkı ve her insanın kredi verilmeye değer olduğudur. Yunus bu krediyi verirken teminat şartı koşmamış, krediyi bir gruba vererek grup içindeki insanların birbirlerine olan ahlaki sorumluluklarını yerine getireceklerine inanarak onlara şans vermiştir. Ayrıca Yunus, bu konuda kadınlara öncelik vermektedir. Bu girişimin sonunda bu kadın girişimcilerin güvenilirlikleri ve başarıları kanıtlanmış; sosyal statüleri yükselmiş, erkeklere bağımlılıkları azalmış, çocuklarına sağladıkları koşullar iyileşmiştir (Letts vd., 2003: 140). Bugün Grameen Bank'ın borçlularının %97'si kadındır ve kredilerin %97'sinden fazlası geri ödenmektedir. Bu da diğer bankacılık sistemlerinden daha yüksek bir geri kazanım oranıdır. Grameen yöntemleri ABD, Kanada, Fransa, Hollanda ve Norveç dâhil 58 ülkede uygulanmaktadır (www.grameen.com).

- **Banglades - Kırsal Kalkınma Kurulu**

1972 yılında Bangladeşli bir icra direktörü olan Fazle Abed tarafından, Kurtuluş Savaşı'nın ardından kurulmuştur. BRAC, bir yardım örgütü olarak Bangladeş'teki yoksulluk döngüsünü kırmaya odaklanarak kırsal kalkınmaya yönelik kapsamlı, yerel olarak örgütlenmiş yaklaşımların geliştirilmesine öncülük etmiştir. Kadınlarla ve diğer ezilen gruplarla çalışmaya odaklanmış ve kendi finansal sürdürülebilirliğine katkıda bulunan projeler geliştirmede son derece başarılı olmuştur (Letts vd., 2003: 140). Örneğin yoksul kadınların inek yetiştirme işi ile kar edemediğini fark eden Abed, bu soruna çözüm olarak önce ineklerin yetiştirilme koşullarını iyileştirmiş ve sonra modern bir mandıra kurmuştur (Kümbül Güler, 2008: 146).

- **Hindistan - Aravind Göz Hastanesi**

Dr. V, 1976'da, 58 yaşında devlet hizmetinden emekli olduktan sonra, göz bakımı konusunda çalışmalarına devam etmeye karar vermiştir. Ailesinin desteğiyle, kendisine ulaşan tüm hastalara göz bakımı sağlamaya yönelik, kar amacı gütmeyen bir kurum olan Aravind Göz Hastanesi'ni kurmuştur. Göz hastalıklarının hızla artmasının Hindistan'da endişe yarattığı ve ülkenin artan nüfusun, yetersiz altyapısı, kişi başına düşen gelir, salgın hastalıklar ve eğitim sorunu gibi nedenlerle hükümetin sağlık ihtiyaçlarını karşılayamadığı bir dönemde ortaya çıkmıştır. Dr. Venkataswamy ülkenin sağlık alanındaki çalışmalarını destekleyebilecek ve kendi kendine yetebilecek alternatif bir model oluşturmak istemiştir. Hastane bugün, ameliyatlarının %75'ini ücretsiz sağlayarak ancak yine de kâr etmeyi başararak varlığına devam etmektedir. Bugün yalnızca Hindistan değil, tüm dünya için bir model teşkil etmektedir. "Hepimiz yaptığımız işte daha cömert ve daha az bencilce davranarak insanlığa hizmet edebiliriz. Tanrı'ya hizmet etmek için 'dindar' bir kişi olmak zorunda değilsiniz. İnsanlığa hizmet ederek Tanrı'ya hizmet ediyorsunuz" şeklinde de görüşlerini ifade etmiştir (www.aravind.org).

- **Mısır - Sakem**

1977 yılında, Dr. İbrahim Abouleish tarafından Kahire'nin 60 km kuzeydoğusunda, Mısır çölünün el değmemiş bir bölümünde başlatılmıştır. Girişim biyodinamik tarım yöntemlerini kullanarak çöl arazisi canlandırmayı amaçlayarak zorlu bir tarımsal işletme geliştirmiştir. Mısır'ın, kurak çöl topraklarında sürdürülebilir tarım için sulama gerektirmeden başarılı bir model sergileyen biyodinamik tarım yöntemleri ile SEKEM, dünya çapında lider bir sosyal işletme olarak kabul edilmektedir (www.sekem.com).

- **Kenya - Yeşil Kemer Hareketi**

1977'de Wangari Maathai ve Kenya'daki Ulusal Kadın Konseyi tarafından kurulmuş, çevreyi korumak ve geçim kaynaklarını iyileştirmek için topluluklara, özellikle de kadınlara destek veren bir çevre örgütüdür. Çevre koruma için topluluk bilincini harekete geçiren bir yaklaşım benimsemiştir. Toprağı korumak, fidan dikmek, yağmur suyunu depolamak için kadınları birlikte çalışmaya teşvik etmektedir (www.greenbeltmovement.org).

- **Çek Cumhuriyeti - White Circle of Safety**

Çeşitli suçlardan mağdur olup yasal olarak destek bulamayan kişilere destek amacıyla 1991 yılında kurulmuştur. Mağduru yasal ve manevi olarak desteklemenin yanı sıra, halkı ve çeşitli otoriteleri, suçların yasal durumları ile ilgili bilgilendirmekte, suç oranlarının azaltılmasına yönelik çalışmalar ve uluslararası kuruluşlarla işbirliği yapmaktadır (www.bkb.cz).

- **İspanya - La Fageda**

1982 yılında psikiyatrist Cristóbal Colón tarafından kurulmuştur. Cristobal Colon 10 yıl boyunca ruh sağlığı bozuk hastalarla çalıştıktan sonra bu hastaların gerçek bir işte çalışarak ve bir şey üreterek de tedavi edilebileceği sonucuna varmıştır. Bugün dünyanın büyük gıda üreticileri ile rekabet eden ve bunu yaparken zihinsel olarak dezavantajlı grupları istihdam eden önemli bir şirket konumundadır. Ayrıca bölgedeki şehirlere ve kasabalara da yeniden ağaçlandırma yapmaktadır (www.schwabfound.org).

- **ABD - Peer Forward**

1993 yılında düşük gelirli olup burs alamayan ancak üniversite eğitimi almak isteyen ve gençlerin Amerika'daki yüksek eğitimde adaletsizlikten muzdarip olmamaları için kurulmuştur. Çeşitli süreçler sonunda bu gençlere üniversite eğitimi alabilmeleri için şans tanınmaktadır (www.peerforward.org).

- **ABD - Geri Dönüşüm Bankası**

2004'te New York'ta geri dönüşümü ve çevre dostu alışkanlıkları teşvik etmek, bireylerin geri dönüşüme katılmasını ve sürdürülebilir bir yaşam tarzını benimsemesini sağlamak amacıyla kurulmuştur. Belirlenen amaçlar doğrultusunda atılan her adımda bireyler belli mağazalarda harcayabilecekleri belli puanlar kazanmaktadırlar (www.recyclebank.com).

- **Hırvatistan - Green Osijek**

Başlıca faaliyetleri ekolojik hayatı, kültürel ve doğal mirasını korumak ve bu konudaki bilinci artırmaktır. Yasa ile korunma altına alınmış olmasına rağmen kirlenmeye ve zarar görmeye devam eden Kopački bölgesinde terk edilmiş bir evi restore ederek turizme kazandırmış ve kalkınmasını sağlamıştır. Elde edilen gelir yine çevrenin korunması için kullanılmaktadır (Tüsev, 2014: 3).

- **İtalya - L'apeBianca**

Farklı alanlarda (turizm, sağlık, güzellik, tasarım, yiyecekler gibi) organik, ekolojik ve sürdürülebilir ürünlerin servis edildiği ve satın alınabileceği bir paylaşım yeridir. Kentliler tarafından kurulmuştur ve çalışanlar arasında engelli vatandaşlara yer vererek istihdam sağlarken piyasada kendine yer bulamayan üreticiler için de belirli günlerde burada kurulan pazar yerlerinde satış alanı sunulmuştur (Tüsev, 2014: 2).

1.3.2. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik ve Örnekleri

Türkiye'de sosyal girişimcilik kavram olarak yeterince tanınmıyor olmakla birlikte sosyal sorumluluk başlığı altındaki faaliyetler sivil toplum kuruluşları ve gönüllülük çalışmaları ile sürdürülmektedir (TOG, 2013: 12). Osmanlı İmparatorluğu'nda 20.00 kadar vakıf varken bunlardan Cumhuriyet'e miras kalanlar 5000 kadardır (Çizakça, 2006: 28). 2018 verilerine göre Türkiye'de 5636 vakıf (Vakıflar Genel Müdürlüğü, 2018) ve 116734 faal dernek (Dernekler Dairesi Başkanlığı, 2019) bulunmaktadır. Türkiye'de gerek sosyal girişimciliğin gerekse kâr

amacı gütmeyen örgüt faaliyetlerinin ve özel sektörde gönüllülük çalışmalarının gelişme gösteren alanlar olarak görülmekle birlikte henüz "emekleme aşamasında" olduklarını söylemek de mümkündür (Besler, 2010: 44).

Sosyal girişimcilik özelinde bakıldığında ise 1872'de Darüşşafaka'nın kurulmasında öncü olan Yusuf Ziya Bey, 1862 kadın hastalıkları ve çocuk ölümleri için özel bir hastane kuran Prenses Zeynep Kâmil [sic.], Cumhuriyet döneminin radyosunu kuran Mesut Cemil bilinen ilk örnekler arasında sayılabilir (Denizalp, 2009: 23).

Bugün Türkiye'de sosyal girişimciliğe yönelik yasal bir düzenleme bulunmamaktadır. Dolayısıyla sosyal girişimcilik olarak yürütülen çalışmalar çeşitli tüzel kişilikler altında faaliyet vermektedir. Örneğin sadece kadınlara yönelik spor salonu olarak çalışan "B-Fit" bir işletme, balıkçılık sektöründe aktif olarak çalışan kadınları desteklemek üzere kurulan "Türkiye'nin Kadın Balıkçıları" bir dernek, yardımseverlik koşusunu Türkiye'ye tanıtmak üzere yola çıkan "Adım Adım" online bir platform ve "Nilüfer Kadın, Çevre ve Kültür Oluşumu" ise bir kooperatif olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Bahsi geçen örneklerin yanı sıra ülkemizde sosyal girişim çizgisinde çalışan oluşum sayısı fazladır. Ek olarak gelişen altyapı ve sosyal girişimcilik ağı ile potansiyel mali, beşeri ve teknolojik kaynaklar Türkiye'de bu alanın güçlü yönleri olarak ele alınmaktadır. (Ersen vd., 2010: 36). Fakat yasal düzenlemesinin olmaması sosyal girişimciliğin sektörel olarak gelişmesine engel olmaktadır (Ersen vd., 2010: 31).

5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu'nun il özel idaresinin görev, yetki ve sorumluluklarını düzenleyen 6. maddesinin a bendi itibariyle sosyal girişimlerin özendirilmesinde Türkiye'nin yasal bir enstrümana sahip olduğu söylenebilir. Dünyada ilk sosyal girişimcilik örneklerinden biri olan Gremen Bank'ın kullandığı bir yöntem olan yoksullara mikro kredi düzenlemesini, il özel idaresinin görevleri arasında sayan kanun maddesi şu şekildedir: "Gençlik ve spor, sağlık, tarım, sanayi ve ticaret; Belediye sınırları il sınırı olan Büyükşehir Belediyeleri hariç ilin çevre düzeni plânı, bayındırlık ve iskân, toprağın korunması, erozyonun önlenmesi, kültür, sanat, turizm, sosyal hizmet ve yardımlar, yoksullara mikro kredi verilmesi, çocuk yuvaları ve yetiştirme yurtları; ilk ve orta öğretim kurumlarının arsa temini,

binalarının yapım, bakım ve onarımı ile diğer ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkin hizmetleri il sınırları içinde yapmakla görevli ve yetkilidir." (Resmi Gazete, 2005: 9285)

Türkiye'de, Ashoka, İmece, Impact Hub İstanbul, SOGLA, Koç Üniversitesi KUSİF gibi bu alanda çalışan birçok kurum bulunmaktadır. British Council, 2009-2010'da sosyal girişimcilik alanında İngiltere ve Türkiye arasında ortaklıklar oluşturmak üzere bölgesel bir proje uygulamaya başlamıştır. Proje, toplumsal değişime katkıda bulunmalarını sağlamak için bir platform yaratmayı amaçlamış ve Türkiye'nin yanı sıra Ukrayna, Sırbistan, Gürcistan ve Hırvatistan'da uygulanmıştır (sosyalgirisim.org).

Çeşitli akademik çalışmalarda[3] bahsi geçen ve sosyal girişimcilik alanında çalışmalar yapan Ashoka ve Schwabfound gibi oluşumların desteklediği Türkiye'den bazı sosyal girişimcilik örnekleri ise aşağıda sıralanmıştır.

- **AYDER**

Alternatif Yaşam Derneği, Türkiye'deki engellilere ve bütün dezavantajlı gruplara yönelik "engellilik" olgusuna alternatif çözümler öneren, yenilikçi ve sürdürülebilir projeler üreten bir oluşumdur (ayder.org.tr). Toplumsal farkındalık yaratma amacı ile engelli bireylerin toplumsal hayata uyum sağlama sürecini hızlandırmayı amaçlamaktadır (Okandan ve Görgülü, 2012: 21). AYDER, Türkiye'de engellilere yönelik ihtiyaçlara karşı, ülke çapında bu problemleri iyileştirme gayesiyle 2002 yılından beri faaliyetlerini sürdürmektedir. Toplum içinde gönüllülük bilincini geliştirmek ve engellilere dair algıyı değiştirmek için engelli gençlerin sosyal ortamlarda yaratıcı bireylere dönüşmelerini sağlayan bir oluşumdur. Dernek, benzer sorunlara çözüm arayan diğer oluşumlara örnek teşkil etmektedir. (Bahadırlı ve Gül, 2012: 64)

- **GENÇTUR**

[3] (Müftügil Yalçın, 2015: 12), (İnci, 2016: 108), (Sobhani ve Gasnier, 2012), (www.ashoka.org), (www.schwabfound.org),

GENÇTUR**,** gençlerin bireysel, sosyal ve kültürel gelişimlerine destek olacak etkinliklere katılmaları için olanaklar oluşturan ve var olan olanaklara ulaşmalarını sağlayan bir sosyal girişimdir (genctur.com.tr). 1979 yılından itibaren topluma özgü ve yenilikçi hizmetler sunan kurumlardan biri olarak hizmet etmektedir (Okandan ve Görgülü, 2012: 21). Türkiye'de daha sosyal girişimcilik olmadığı zamanlarda kurulmuş ve çokça sosyal girişimciye model olmuştur. Gençlere, farklı kültürlerle kaynaşma imkânı sağlamakta ve bunu desteklemek için faaliyetler yürütmektedir (2012: 94).

- **AKUT**

Nasuh Mahruki tarafından yurtiçi ve yurtdışındaki doğal afetler için gönüllü müdahale ekiplerini organize etmek ve arama-kurtarma ile ilgili tecrübesini kullanmak üzere kurulmuştur. AKUT, doğal afetlere ve hayati tehlike oluşturan diğer acil durumlara etkili tepkiler verebilmek için yerel tabanlı gönüllü arama kurtarma ekipleri ağı oluştururken yaptığı çalışmalar ile gönüllülük, liderlik ve sivil girişimi teşvik etmektedir. Yani örgüt, kriz zamanlarında hayat kurtarmanın yanı sıra gönüllülük ve toplum sorumluluğunu da desteklemektedir. Bununla birlikte ülke genelinde vatandaşlar ilk yardım ve travma bakımı gibi beceriler konusunda eğitilmektedir. AKUT şu anda altı şehirde, her biri deprem kurtarma, dağ kurtarma veya başka bir alanda uzmanlığı olan ekiplere sahiptir ve bu ekipler topluluklarının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde toplanmaktadır. İstanbul'da dört yüz gönüllü, kırsal alanda ise daha küçük gruplar vardır (www.ashoka.org)

- **Teyit.org**

Türkiye'de medyaya olan güvenin azalması ve yüksek internet kullanımı sebebiyle sosyal medya, ülkedeki başlıca haber kaynağı haline gelmiş; insanların %64'ü Facebook'u, %30'u ise Twitter'ı günlük haber kaynağı olarak takip etmeye başlamıştır. Bu kanallarda herkesin paylaşım yapabilmesi ise yayılan yanlış bilgiler açısından halkın aldığı kararların doğruluğunu etkilemektedir. Teyit.org, dijital ve sosyal medya kanallarındaki bilgilerin raporlanması ve paylaşılmasında artan yanlış bilgilendirme oranını Türkiye'de dijital okuryazarlığı artırmak için bir fırsat olarak kullanmaktadır. İki yıldan kısa bir sürede, artan yanlış bilgilendirme kültürünü ve

sosyal medya kanallarındaki tezahürlerini ele almada kilit bir platform haline gelmiştir. Daha sonrasında organizasyonun gönüllüsü haline gelen 300'den fazla gazeteci, 1000 gazetecilik öğrencisi ve sivil toplum aktivisti yetiştirmiştir. Teyit.org, yanlış bilgilendirme konusunda halkın daha duyarlı hale gelmesi ve haberlerin doğruluğunun kontrolünü daha sistematik bir seviyeye getirmek için çalışmaya devam etmektedir (www.ashoka.org).

İKİNCİ BÖLÜM

2.KADINLARIN SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliği

Bu bölümde kadın sosyal girişimcilerin araştırılması için bir temel oluşturmak adına dünyada kadın sosyal girişimciliği mevcut literatür bağlamında incelenecektir.

2.1.1. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliğinin Öne Çıkan Özellikleri

Kadın sosyal girişimciliğine yönelik literatür taraması, özellikle de ABD'deki kadın sosyal girişimciliği göz önünde bulundurulduğunda araştırmaların yetersizliği bakımından şaşırtıcıdır (Herrema, 2017: 19). Nitekim Matthews (2014), kadın sosyal girişimciliğine yönelik araştırmaların azlığı nedeniyle araştırma hacminin halen erken çocukluk döneminde olduğunu ifade etmektedir (Aktaran Herrema, 2017: 20).

Mevcut araştırmalardaki yetersizlik nedeniyle, kadınların ağırlıklı olarak erkek normlarını destekleyen bir mesleği nasıl seçtiklerine yönelik bilginin olmadığını (Ahl, 2006; Ogbor, 2000) aktaran Herrema (2017: 6), sosyal girişimci kadınların kökleşmiş sosyo-kültürel normlarla nasıl başa çıktıklarını ve bu süreçte toplumsal cinsiyetin nasıl bir rol oynadığını, değişime karşı olan direnç ile nasıl mücadele ettiklerini araştırdığı bir çalışma ortaya koymuştur.

Matthews (2014) ise, hem mesleki hem de toplumsal cinsiyet kimliklerinin, kadınların sosyal girişimcilik faaliyetlerinde sıklıkla iç içe geçmiş olduğunu ifade etmekte dolayısıyla kimliğin; kadın sosyal girişimcilerin yaşamındaki rolünün incelenmesi gerektiğini belirtmektedir. Bununla ilgili olarak, kadın sosyal girişimciliği üzerine yaptığı nitel araştırmada katılımcıların bir kadın ve bir sosyal girişimci olmayı, tecrübelerine dayanarak nasıl tanımladıklarını; bu kimliklere ne anlam yüklediklerini araştırmıştır.

Ganiger (2013) ise, Hindistan'da yaptığı bir araştırmada kadın girişimci sayısının giderek ve gelişerek arttığını ifade etmiş ve bu kadınların yalnızca kar amaçlı değil, aynı zamanda toplumsal faydaya odaklandıklarını ifade etmiştir. Bu çalışma, kadın sosyal girişimcilerin karşılaştığı zorlukları ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Teasdale vd. (2011: 73), çalışmasında, İngiltere'de sosyal girişimlere liderlik yapan kadınların, erkeklere göre daha az olduğunu fakat kar amacı gütmeyen sektörde örgütleri başlatan ve yönetenlerin cinsiyet dengesinin daha eşit olduğunu tespit etmiştir.

Mennerick ve Najafizadeh (2003) çalışmalarında Sovyet sonrası Azerbaycan'da 1991'den günümüze sosyopolitik, ekonomik ve ideolojik geçişin kadınların toplumdaki yerini ve refahını nasıl etkilediğini açıklamıştır. Bu geçişin bir sosyal girişimci olarak kadınların sosyal ve ekonomik sorunlarla başa çıkmalarına, kadınların kimliğini yeniden tanımlamalarına ne gibi katkıları olduğunu tartışmaktadır. Yazarlar, işsizlik oranının yükselmesi ve sosyal hizmetlerin kısıtlanması gibi olumsuz sonuçları olsa da bağımsızlık ve ulusal kimlik, demokrasi ve serbest piyasa ekonomisinin, Azerbaycanlı kadınlar için yeni bireysel özgürlükler getirdiğini ifade etmektedir. Kadınların karşılaştığı sorunların çözülmesindeki yetersizlik, kadın savunuculuk dernekleri, Azerbaycanlı kadınların transit döneminin sorunlarını çözmede yardımcı olmak ve sosyal ve politik yaşamda kadın rollerini şekillendirmek için kadınların sosyal girişimciliğinin bir örneği olarak ortaya çıkmıştır.

2.1.2. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliğinin Altyapısı

Matthews (2014), araştırmasında görüşülen kadınların paylaştığı hikâyelere dayanarak, Sosyal Etkileşimler, Motivasyon (Empowerment) ve İmaj olmak üzere üç ana tema ve alt temalar belirlenmiştir. Bu temalara yönelik bilgiler özetle aşağıdaki gibidir:

- Sosyal etkileşimler başlığında, öncelikle kadınların sosyal girişimcilik anlayışlarını şekillendirmeye yardımcı olan çocukluk ve yetişkinlik deneyimleri ile kişisel ve profesyonel yaşamlarındaki önemli

deneyimler ele alınmıştır. Daha sonra sosyal varlıklar olarak kadınların kendi kişisel ve profesyonel dünyalarına yönelik tecrübelerini, diğer kadınlar ve erkeklerle karşılaştırdıkları tespit edilmiştir. Geliştirilen üçüncü alt tema olarak sosyal bakış açısı ise kadınların; topluma, kendi çalışma alanlarına ve meslektaşlarına yönelik görüşlerinden oluşmaktadır. Dördüncü alt tema "ırk" tır. Kadınların etkileşime girdikleri aile, arkadaş çevresindeki insanlar ise beşinci alt tema olan "sosyal ilişkiler"i oluşturmaktadır. Sosyal etkileşimler başlığının altıncı ve son teması olarak kadınlar için sosyal ağlar, Echoing Green ve Ashoka gibi daha büyük destek sistemleri ele alınmıştır.

- İkinci ana tema olan motivasyon (empowerment) ise, beş alt temadan oluşmaktadır. Bu başlıkta, kadınların gelişimini engellemenin yanı sıra aynı zamanda gelişimlerini güçlendiren deneyimler ele alınmaktadır. Bunlardan ilki, katılımcıların kadın olmalarından kaynaklı olarak yaşadıkları güç veya otoritenin "baskı"sıdır. İkinci alt tema olan otonomi, kadınların kendi kendilerini yönetme ve dünyalarını kadın sosyal girişimci olarak tanımlama yeteneklerini ifade etmektedir. Üçüncü alt tema olarak ise kadınların örgütlerini kurmanın ve yönetmelerinin arkasında aile bireylerinin, dinin ya da profesyonel tecrübelerinin gelişmesine aracı olduğu "amaç"lar tespit edilmiştir. Bilgi ve dönüşüm kavramları ise dördüncü ve beşinci alt tema olarak geliştirilmiştir.
- Son tema olan imaj ise, kadınların kendilerini nasıl kadın sosyal girişimciler olarak gördüklerini temsil etmektedir. Kadınların çoğu zaman başarılarını tartışmakta "mütevazı" olmaları ve aynı zamanda kadınların "güçlü" imajları iki alt tema olarak ele alınmıştır

Herrema (2017, 239-244) ise, kadınların kökleşmiş sosyo-kültürel normlarla nasıl başa çıktıklarını ve bunlarla nasıl mücadele ettiklerini araştırdığı çalışmasında katılımcıların karşılaştığı sosyo-kültürel normlar ve bu normlarla mücadelede kullanılan yaratıcı dalgalanma süreci (process of creative churn) olmak üzere, bulgularını iki başlıkta özetlemiştir. Sosyo-kültürel normlar şu şekildedir:

- Katılımcıların özellikle sosyal girişimcilik alanında, erkekleri destekleyen toplumsal cinsiyet normları ile düzenlenmiş bir sistemde yaşadıkları tespit edilmiştir. Bazı kadınlar için yaş, eğitim düzeyi, ekonomik sınıf, ırk ve din faktörü de bu normlara dâhil olmuşsa da cinsiyet normlarının uluslararası, ulusal ve yerel düzeyde geçerli olduğu görülmüştür.
- İkinci bir norm ise kapitalist, piyasaya dayalı normlardır. Katılımcıların sosyal girişimlerine başladıklarında, kapitalist piyasaya normlarına dayandırılmış yerleşik kültürel beklentileri karşılama çabasına girdikleri tespit edilmiştir.
- Üçüncü olarak rasyonel-doğrusal normlar tespit edilmiştir. ABD kültürel normları, bireylerin çıktıları kontrol edebileceği inancını teşvik etmekte ve sonuçları rasyonel ve doğrusal bir ilerleme ile izlemektedir.
- Son olarak, katılımcılar bireyci bir toplum içinde ve bireyci normlarla yerleşik yaşadıkları gözlemlenmiştir

Gömülü normlar karşısında, bir sosyal girişimci olarak kadınların yaratıcı dalgalanma sürecinde kullandığı faktörler ise üç tema altında incelenmiştir (2017, 239-244):

- İlk tema olan yaratıcılık kadın sosyal girişimcilerin, sosyal değişim için çabalarken yoğun bir şekilde kullandıkları önemli bir özellik olarak tespit edilmiştir. Bu tema altında şartları göz önünde bulundurma, hayal etme ve bu iki unsuru birleştirme (meshing) şeklinde üç ayrı başlığa ayrılmıştır
- Yaratıcı dalgalanma (creative churn) ise cinsiyet normları, önyargılar ve görünürlükden piyasaya dayalı normlar ile iyi performans arasındaki gerilimlere kadar katılımcıların mücadele ederken kullandığı bir unsur olarak ele alınmıştır.
- Büyüme ise sosyal girişimcilik sürecinde katılımcıların gösterdiği bir gelişim olarak ele alınmıştır. Örneğin katılımcıların cinsiyet normlarına ilişkin sınırlayıcı inançları bırakmaya başladıkları, yeni beceriler edindikleri, belirsizlik içinde çalışmayı, esnekliği

birleştirmeyi ve hatta başarısız olmayı öğrenerek kaosu yönetmeyi öğrendikleri gözlemlenmiştir.

Ganiger (2013: 41) ise, Hintli bir kadın olmanın, kendisinin bir zorluk olduğunu; kırsal bölgelerde yaşayan kadınlar için ise bu zorlukların daha da katlandığını ifade etmektedir. Toplumda kadınların yalnızca erkeklere yardımcı olabileceği kanısı hâkimdir. Ganiger, çalışmasında bu zorlukları şu şekilde sıralamıştır:

- Aile bağları, sosyal tabular ve istismar
- Yükseköğrenim, gelişim ve özgüven eksikliği
- Finans eksikliği
- Zorlu rekabet ve risk koşulları
- Yasal ve sosyal düzenlemeler

Görülmektedir ki sosyo-kültürel normlar dünyada kadınların karşılaştıkları esas ve müşterek problemlerden biridir.

2.1.3. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliğinin Odaklandığı Alanlar

Kadınları ilgili olduğu alanlara bakıldığında oldukça çeşitli olduğu görülmektedir. 2011 yılında Amerikan Forbes dergisinin yayınladığı bir listede sosyal girişimcilerin yaklaşık yüzde 30'unun kadınlardan oluştuğu ve bu kadınların çoğunlukla eğitim ve insan hakları ile ilgili alanlarla meşgul olduğu tespit edilmiştir. Kadınlar yaptıkları bu çalışmalar ile Amerika'da devlet okulları için yeterli finansman sağlanması, öğretmen kalitesinin artırılması, öğrenciler arasındaki başarı eşitsizliğinin azaltılması ve yükseköğrenim maliyetlerinin dengelenmesi gibi eğitim alanındaki sorunlara odaklanmışlardır. İnsan hakları alanında yapılan çalışmalar ise ifade özgürlüğü, oy kullanma ve ayrımcılık gibi meselelerden oluşmaktadır (Forbes, 2012'den Aktaran, Matthews, 2014: 2). Listede yer almamış olsa da kadın sosyal girişimcilerin giderek daha fazla katkıda bulundukları bir diğer alan; iklim değişikliği, yeşil alan ve su kirliliği gibi konulara olan ilgileri nedeniyle "çevre"dir (Matthews, 2014: 2).

Nitekim Matthews, Amerika Birleşik Devletleri özelinde ele aldığı nitel araştırmasında, katılımcıların; eğitim, insan hakları ve çevrecilik konusunda çalışmalar yaptığını tespit etmiştir (2014: 61).

2.1.4. Dünyada Kadın Sosyal Girişimciliğinde Öne Çıkan Örnekler

Çeşitli akademik çalışmalarda[4] ve elektronik kaynaklarda[5] bahsi geçen ve sosyal girişimcilik alanında çalışmalar yapan Ashoka ve Schwabfound gibi oluşumların desteklediği dünyadan bazı kadın sosyal girişimci örnekleri ise aşağıda sıralanmıştır.

- **Florence Nightingale**

Modern hemşireliğin kurucusu olan Florence Nightingale, tarihin en büyük sosyal girişimci örneklerinden biri olarak kabul edilir. Nightingale, 1820 yılında zengin bir İngiliz ailenin çocuğu olarak doğmuştur (Shiller, 2007). Ailesinin, ondan evlenip bir "eş" ve "anne" olmasını bekledikleri sırada hemşire olmaya karar verdiğini açıklayarak tüm karşı çıkmalarına rağmen hemşirelik sanatı için kendini eğitmek üzere mücadeleye başlamıştır (Small, 1998). Ailesinin beklentilerinin yanı sıra, yaşadığı dönemde hemşirelik, kabul görmeyen işler yapan bir meslek olarak görülmektedir (Bornstein, 2007: 40). Florence Nightingale'nin en ünlü katkısı, Kırım Savaşı'da yaralanan askerlerin korkunç koşulları hakkındaki raporların İngiltere'ye ulaşması ile başlamıştır. 1854'te Nightingale; teyzesi, onun eğittiği otuz sekiz hemşire ve on beş Katolik rahibe Osmanlı imparatorluğuna gönderilmiştir. Nightingale, Kırım Savaşı sırasında hemşirelerin yöneticisi ve eğitmeni olarak görev yapmıştır. Yaralı askerler için yaptığı çalışmalarıyla "lambalı kadın olarak" tanınmıştır. Sadece zamanını ve kaynaklarını vermekle değil, iyi bir disiplinle çalışarak ve kesin bir irade göstererek toplumun bakış açısıyla mücadele etmiş, hayallerini gerçekleştirmeyi başarmıştır. Nightingale bugün hemşireliği yüksek saygı duyulan bir mesleğe dönüştürmüştür (Bornstein, 2007: 44).

---

4 (Bornstein, 2007).

5 (Aitman, 2017).

- **Shiza Shahid**

Shiza Shahid, dünyanın her yerindeki kız çocuklarının eğitimi için çalışan bir organizasyon olan Malala Fund'un kurucusudur. Shahid, Pakistan'ın başkenti İslamabad'da doğmuş ve gönüllülük çalışmalarına çok erken yaşlarda başlamıştır. 18 yaşında Stanford Üniversitesi'nde bir burs kazanarak dört yıl için Amerika'ya yerleşmişse de ülkesinin ve özellikle, ülkesindeki kadınlarının karşılaştığı sorunlarla ilgilenmeyi hiç bırakmamıştır (Aitman, 2017). 2007 yılında Taliban'ın Pakistan'ın kontrolünü ele geçirmesi ve kızların okula gitmesini önleyen resmi bir emir vermesiyle Shiza ülkesinde yaşanan şiddeti yakından takip etmiştir. Bu süreç boyunca, karşısına Pakistan'da eğitim alma konusundaki mücadelesini gizlice bloglayan 11 yaşındaki bir kız çocuğu Malala hakkında bir New York Times belgeseli çıkmasıyla harekete geçmiştir. Shahid, onlara seyirci kalmak istemeyerek 2009 yılında Malala ile temasa geçip nasıl yardım edebileceğini sormuş ve Malala ile diğer 26 genç kız için İslamabad'da bir kamp düzenlemeye başlamıştır. 2012 yılında Malala'nın Taliban'ın bir üyesi tarafından vurulmasıyla Shahid, medyada olayın duyulmasını da sağlayarak bu konuya küresel olarak ilgi çekmiş ve daha yakından ilgilenmeye başlamıştır. Malala'nın ailesi ve Shahid bir fon oluşturma fikrini ortaya koyarak tüm dünyada kız çocuklarının eğitim alabilmesi için küresel bir harekete dönüştürmüştür. Malala Fund bugün Dünya Bankası'ndan Angelina Jolie ve America Ferrera'ya kadar birçok ismin de destek verdiği önemli bir oluşum haline gelmiştir (Clifford, 2014). Malala Fonu bugün tüm dünyada kız çocuklarının haklarını savunarak, başarı hikâyelerini ön plana çıkararak ve yerel eğitim çalışmalarına yatırım yaparak faaliyet göstermektedir. Çalışmaları öncelikle Hindistan, Pakistan, Afganistan, Nijerya, Ürdün ve Lübnan'ı kapsamaktadır (www.malala.org).

- **Pamela Hawley**

Pamela Hawley, Universal Giving'in Kurucusu ve CEO'sudur. Mexico'da ailesi ile gittiği bir tatilde şahit olduğu yoksulluk Hawley'in hayatını değiştirmiş ve 12 yaşından itibaren gönüllü çalışmalara başlamıştır. Bu çalışmalar Hindistan'ın kırsal kesimlerinde mikrofinansla çalışmak, Guatemala'da sürdürülebilir tarım, El Salvador'da deprem kurtarma çalışmaları ve Kamboçya'da bilgisayar eğitimine

kadar çeşitlilik göstermektedir. Universal Giving ile dünyanın her yerinden insanların, dünyanın her yerinden insanlara yardım edebileceği web tabanlı bir platform oluşturmuştur. Bu platform ile bağışların doğrudan ilgili yerlere gittiğini garanti eden şeffaf bir sistem kurmuştur. Ayrıca şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk projelerini dünya çapında ölçeklendirmelerine de aracı olmaktadır. Gönüllülüğün gündelik hayatın parçası olduğu bir dünya yaratmayı hedeflemektedir (entrepreneurship.duke.edu).

- **Veronica Khosa**

Tateni Home Care Services'in kurucusudur. Khosa, Güney Afrika'da ebe olan büyük annesi tarafından büyütülmüş bir hemşiredir. 1991'de çalıştığı hastanedeki AIDS hastalarının -yeteriz sağlık hizmetleri dolayısıyla- ne ilaç ne de herhangi bir destek verilmeksizin evlerine yollandıklarına şahit olmuştur. Kronik hastalığı olan insanlar için evde bakımın eksikliğinin, ülkesinde ciddi bir sorun olduğunun farkı varmış ve önce emekli hemşireleri yardım etmesi için teşvik etmiştir. Fakat hastalarından birinin evinde yalnız başına susuz kalmasına, bir bardak su isteyebildikten hemen sonra ölümüne şahit olmuştur. Evde bakım eksikliğinin gençler için bir iş ve bu işin de hastalar için bir ihtiyaç olduğunu görerek evde bakım eğitimi veren bir sistem geliştirmiştir. AIDS Hastalarının hastalıklarının başkaları tarafından öğrenilmesini istememeleri dolayısıyla bu merkezden çekinmeleri ya da bağışçıların bağış yaptıkları insanların AIDS hastası oldukları için bağış yapmak istememeleri gibi zorluklarla karşılaşmışsa da model başarısı dolayısıyla hükümet tarafından desteklenmeye başlamıştır (Bornstein, 2007: 192-202). Bugün Tateni Home ulusal ve uluslararası sağlık politikalarını etkileyen ve kronik hastanın hayatını değiştiren ev tabanlı bakım hizmeti sunan bir merkezdir. Khosa'nın yıktığı anlayış sağlık hizmetinin yalnızca uzmanlar tarafından sağlanabilir olduğudur. Sağlık sisteminin ölümcül hastalığa sahip milyonlarca insanı tedavi edemediği bir ülkede, Veronica, aileye ve arkadaşlarına hastalara bakım yapmayı ve hatta onları iyileştirmeyi öğreten ev tabanlı bir sağlık hizmeti geliştirmiştir. Yani kurduğu sistem ile yalnızca hastalıkları tedavi etmekle kalmayıp bir istihdam alanı da yaratmıştır (www.ashoka.org).

- **Servane Mouazan**

Servane Mouazan, kadın sosyal girişimciliğini destekleyen Ogunte ve Impact Women Network'ün kurucusudur. Amaç dünyayı sosyal fayda sağlayan kadınların birbiriyle iletişim içinde olmasını, bunun teşvik edilmesini sağlamak ve çalışmalarını destekleyerek dünyanın daha iyi ve daha adil bir yer haline gelmesine katkıda bulunmaktır. Çalışmaları, Güney Amerika'dan Avrupa'ya kadar geniş bir coğrafi bölgeyi kapsamaktadır (servanemouazan.co.uk).

2.2. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliği

Bu bölümde kadın sosyal girişimcilerin araştırılması için bir temel oluşturmak adına Türkiye'de kadın sosyal girişimciliği mevcut literatür bağlamında incelenecektir.

2.2.1. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliğinin Alt Yapısı

Türkiye'de kadın sosyal girişimciliğinin, dünya literatüründe olduğu gibi oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu konuda öne çıkan iki makale dışında başka bir araştırmaya rastlanmamıştır. Büyükaslan ve Kızıldağ (2017), Türkiye'deki kadın sosyal girişimcilerin profillerini incelemiş ve sonucunda bu profillerin literatürdeki sosyal girişimci özellikleri ile benzerlik gösterip göstermediğini araştırmıştır. Çiçek ve Türkmenoğlu (2018) ise, ikincil verilerden yola çıkarak kadın sosyal girişimcileri ele aldığı çalışmasında öne çıkan örneklerin yaşam öykülerini incelemiştir.

2.2.2. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliğinin Öne Çıkan Özellikleri

Büyükaslan ve Kızıldağ (2017), Türkiye'deki kadın sosyal girişimcileri inceledikleri çalışmasında sosyal girişimci kadınların ortak özelliklerini; farkındalık, kararlılık, kolektif liderlik, sebatkarlık, yenilikçi, enerjik, sosyal sorumluluk, yaratıcılık, kendine güven, mücadeleci, empati kurma ve bilinçli olma şeklinde sıralamıştır. Bu çalışmada kadın sosyal girişimcilerin, sosyal girişimcilik literatüründe geçen ortak özelliklere sahip oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte bazı sosyal girişimci kadınların, çeşitli travmalar ya da olumsuzluklar yaşadıkları tespit edilmişse de genel olarak kadınların aynı kariyer aşamalarına sahip olmadıkları

gözlemlenmiştir (2017: 19). Çiçek ve Türkmenoğlu (2018), kadın sosyal girişimcileri ikincil verilerden yola çıkarak ele aldığı çalışmalarında, kadın sosyal girişimcilerin birçok zorlukla karşı karşıya kaldıklarını ifade etmekte ve kadınların tüm eleştiri ve zorluklara karşı oldukça cesur bir şekilde direnç gösterdiklerini tespit etmiştir (2018: 70).

Meydanoğlu (2016), ise Türkiye'deki kadın sosyal girişimcilere yönelik ortak özellikleri şu şekilde sıralamıştır:

- İlk adımı atma cesareti. Sosyal girişimci kadınların hiçbir destek olmadan, büyük riskler alarak sonu tahmin edilemez adımlar attıkları görülmektedir. Bunu sorumluluk duygusuyla yaptıklarını ifade eden Meydanoğlu, bu durumu başarılı sosyal girişimcilerden biri olan Tülin Akın'ın şu sözleri ile desteklemektedir: "Bu fikir benim aklıma geldiyse ve başka kimsenin aklına gelmediyse, onu gerçekleştirmek için çalışmak benim sorumluluğumdur".
- Yokluktan gelen yaratıcılık. Kadın sosyal girişimcilerin sosyal girişimciliğe yönelik faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere harekete geçtikleri mevcut koşulların yetersiz ve zorlayıcı olduğu görülmektedir. Fakat bu durum bir engel yaratmamış ve kadınların yaratıcı çözümler bulması ile sonuçlanmıştır
- Kadın kadının kurdu değil kız kardeşidir. Çalışma alanları ne olursa olsun kadın sosyal girişimcilerin birbirini güçlendirmesini kilit bir strateji olarak kullandıkları görülmektedir.

2.2.3. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliğinin Odaklandığı Alanlar

Türkiye'de kadın sosyal girişimcilere yönelik kesin verilere ulaşılamamış olup bu alanda öne çıkan olan bir kurum olan Ashoka'nın desteklediği sosyal girişimciler ele alınmıştır. Ashoka'ya bağlı olarak faaliyet gösteren 42 sosyal girişimciden 18'inin yani %43'ünün kadın olduğu tespit edilmiş olup kadınların belli alanlara odaklandıkları görülmektedir. Kadın hakları alanına faaliyet gösteren kadın sosyal girişimciler %43 ile çoğunlukta olup geri kalanları çevre, eğitim, insan/çocuk hakları, ekonomik kalkınma ve sivil toplum katılımı gibi alanlarda faaliyet göstermektedir (ashoka.org). Nitekim Çiçek ve Türkmenoğlu (2018: 70) yaptıkları

çalışmada kadınların, çoğunlukla kadınlar gibi dezavantajlı gruplar üzerinde sosyal bir etki yaratmak üzere çalıştıklarını ifade etmiştir.

2.2.4. Türkiye'de Kadın Sosyal Girişimciliğinde Öne Çıkan Örnekler

Çeşitli akademik çalışmalarda[6] bahsi geçen ve sosyal girişimcilik alanında çalışmalar yapan Ashoka ve Schwabfound gibi oluşumların desteklediği Türkiye'den bazı kadın sosyal girişimci örnekleri ise aşağıda sıralanmıştır.

- **Hülya Denizalp**

Hülya Denizalp, çekirdek bir ekip ile kurulmuş olan GENÇTUR'un kurucularından biridir. 30 yıldır devam ettiği gönüllü çalışmalara üniversite yıllarında başlamış, endüstri tasarımı öğrencisi olduğu sırada Uluslararası Gönüllü Çalışma Kampları'nda liderlik ve gönüllü çalışmalar yapmıştır. GENÇTUR ile kendini geliştirmek isteyen orta sınıf gençlere yeni seçenekler sunarak Türkiye'de alanında birçok ilkin başlamasını sağlamıştır. Avrupa Gönüllü Kuruluşlar Birliği'de 4 yıl başkan yardımcılığı görevini yapmış ve bu sırada Avrupa'da ilk defa EYF ile işbirliği geliştirerek "STK Yönetişim eğitimini" düzenlenmiştir. 17 Ağustos 1999 depremi sonrasında da TEGV'in deprem bölgesindeki çalışmalarında gönüllü olmuş ve sonra İnsan Kaynakları ve Koordinasyon Merkezi'ni kurarak, 2 yıl yönetmiştir. Sosyal girişimcilik alanında eğitimler veren Denizalp 2002 yılında kendi sosyal girişimci kimliğinin de farkına varmasına aracı olan Ashoka Türkiye temsilciliğini kurmuştur. Ulusal Gönüllülük Komitesi, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, Yaşayarak öğrenme merkezi, Doğu Batı Kampı, İMECE gibi oluşumların kurulmasında da önayak olan Denizalp Sosyal Girişimciliğin annesi olarak tanımlanmakta olup sosyal girişimcilerin desteklenmesi, sosyal girişimciliğin tanıtılıp, yaygınlaştırılması için çalışmalarına devam etmektedir (hulyadenizalp.net).

- **Şengül Akçar**

Şengül Akçar, 1986 yılında kadınların ekonomik durumlarını ve yaşam kalitelerini iyileştirmek ve yerel kalkınmada liderliklerini güçlendirmek amacıyla Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı'nı (KEDV) kurmuştur. Akçar'ın bu alana

[6] (Müftügil Yalçın, 2015: 12), (Burcu, 2016: 108), (Sobhani ve Gasnier, 2012), (Çiçek ve Türkmenoğlu, 2018), (www.ashoka.org), (www.schwabfound.org).

yönelmesi Kamu Yönetimi Yüksek Lisans eğitimi sırasında hazırlamış olduğu bir proje için tekstil atölyelerini ve gecekondu bölgelerini gözlemlemeye başlaması ile olmuştur. 12 Eylül döneminin yarattığı siyasi ve sosyal boşluk ile sivil toplumun yeterince temsil edilemediği bir dönemde edindiği bu tecrübeler ile "dar gelirli kadınlar" üzerinde çalışmaya başlamıştır (Okandan ve Sönmez, 2012: 126). Dar gelirli bölgelerde kadınlara ve çocuklara yönelik çalışmalar yapan KEDV, kadınların bireysel ve toplumsal yaşamlarını iyileştirme çabalarını desteklemek, temel ihtiyaçları etrafında organize olarak, kapasitelerini geliştirebilecekleri platformlar yaratmak ve çocukların erken çocuk eğitimi olanaklarından yararlanabilmelerini sağlamak üzere faaliyetlerini yürütür. Yerel kadın gruplarına yönelik bireysel ve kolektif kapasite geliştirme ve ekonomik güçlendirme programları uygular, bu gruplara Kadın ve Çocuk Merkezleri kurarak erken çocukluk eğitim hizmetleri sunmaları için destek verir. KEDV, bu faaliyetleriyle her yıl yaklaşık 3000 çocuk ve kadına eğitim ve diğer kapasite geliştirme olanakları sunmaktadır (www.kedv.org.tr).

- **Bedriye Hülya**

2006 yılında Türkiye'de B-fit Spor ve Sağlık Yaşam Merkezleri'ni kurmuştur. Schwab Sosyal Girişimcilik Vakfı tarafından 2013 Yılı Sosyal Girişimci Ödülü'ne layık görülmüş ve yarattığı eki dolayısıyla da Amerikan eski başkan yardımcısı Joe Biden tarafından Türkiye'nin Steve Jobs'u olarak tanımlanmıştır. Yüksek lisans yapmak için Amerika'ya gittiği sırada sadece 30 dakika spor yapma sistemine dayanan spor merkezleri ile tanışmış ve uzun süre spor salonlarında kalmaktan hoşlanmayan biri olarak bu sistemin oldukça etkili ve hızlı olduğunu görmüştür. 2004'te Türkiye'ye döndükten sonra, altı kız arkadaşı ile birlikte bu sistemi Türkiye'de uygulamak için çalışmalara başlamıştır. Nihayetinde, Bedriye Hülya ve beş kadın arkadaşının her yaş ve gelir grubundan kadına spor yapma alışkanlığı kazandırmak ve daha sağlıklı, mutlu bir yaşam sürdürmelerini sağlamak amacıyla 2006 yılında B-Fit kurulmuştur (b-fit.com.tr). B-fit, kültürel ve toplumsal engeller nedeniyle, spor salonlarına gidemeyen kadınlar için tasarlanmıştır. Bu spor salonları sadece kadınların egzersiz yapması için değil, aynı zamanda yaşamın birçok yönünü paylaşmasına yardımcı olmaktadır. Kadınların yeni arkadaşlar edinebileceği, yeni şeyler öğrenebileceği ve sorunlarını, deneyimlerini paylaşıp kendilerine zaman ayırabileceleri bir alan olarak şekillenmiştir. Kadınlar kendilerini daha iyi, sağlıklı ve

kendine güvenli hissetmelerinin yanı sıra aileleriyle daha iyi iletişim kuran ve işlerinde daha üretken olan kadınlara dönüşmelerine aracı olmuştur. Kadınların, kendileri için zaman ayırdıkça kendilerini daha mutlu hissetmelerini, bu yol ile sosyal bir hayata sahip olmalarını ve toplumda da değerli bir birey olarak birlikte olmalarını sağlamıştır (Çiçek ve Türkmenoğlu, 2018: 63). Çalışanların ve müşterilerin yalnızca kadınlardan oluştuğu merkez bugüne dek 500'den fazla kadını istihdam etmiş ve 250'den fazla kadının girişimci olmasını yardımcı olmuştur (b-fit.com.tr).

- **Tülin Akın**

2012 yılında Junior Chamber International tarafından En Başarılı Girişimci seçilmiş, 2013 yılında ASHOKA tarafından verilen Sosyal Girişimcilik Ağı Ödülünü kazanmıştır. Türkiye tarım arazisi ile, bölgesinde kilit bir role sahip olduğu halde tarım sektörü yapısal sorunlara sahiptir. Tülin Akın, çiftçilerin yaşadıklarını problemler karşısında büyük şehirlere göç ettiklerini görmüş ve üniversite eğitimi sırasında 2004 yılında kurduğu bir web sitesiyle gerçek bir dönüşüm yaratmıştır. Bu web sitesi ile temel amacı verimliliği artırmak ve çiftçilerin işlerini kolaylaştırmak üzere onları hava durumu ve tarım-hayvancılık alanındaki yeni teknolojiler hakkında ücretsiz olarak bilgilendirmektir. Tarım sektörü ile teknolojinin bir araya gelmesini sağlayan Akın, Türkiye'de tarım sektörünün sistematik zorluklarını şirketler ve kamu kuruluşları ile lobicilik yaparak ele almaktadır. Tülin Akın kurduğu platform ile bugüne dek üç milyon çiftçinin ekonomiye katılımına destek vermiştir (ashoka.org).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE ÖRNEĞİNDE KADIN SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİNİ İNCELEMEK: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde sırasıyla araştırmanın sorusu, amacı ve kullanılan yöntem ile araştırmanın evren ve örneklemi, veri toplama tekniği, verilerin analizi, bulgular ve tartışma başlıkları ele alınmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Sorusu, Amacı ve Yöntemi

Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler, dünyada her geçen gün daha fazla dikkat çeken, hem pratiklerinin arttığı hem de akademik literatürde kendisine daha fazla yer bulmaya başlayan kavramlardır (Light, 2005: 1). Sosyal girişimcilik en yalın haliyle amacı sosyal değer üretmek olan girişim faaliyetlerinin genel adıdır (Peredo ve McLean, 2006). Çeşitli sosyal kaygıların çıkış noktası olan sosyal girişimcilik, devletlerin müdahale etmediği-edemediği alanlarda ortaya çıkarak geniş kitlelere ulaşabilmesi dolayısıyla önem taşımaktadır (Koç, 2009: 37). Sosyal girişimciler ise toplumdaki ihtiyaçları tespit edip meseleye ilişkin sorumluluk alan (Betil, 2010: 24) daha da ileri giderek bir dönüşüm gerçekleştirecek bağımsız ve sürdürülebilir bir sistem (Abu-Saifan, 2012: 25) kuran kişilerdir. Bununla birlikte bu kavramların, özellikle de kadın sosyal girişimcilerin (Mair ve Marti, 2006), faaliyetlerine yönelik yeterli bilginin olmadığı, kadınların bu alandaki katkılarının gözardı edildiği (Teasdale vd., 2011: 57) gözlemlenmektedir. Oysaki konumlarındaki birçok dezavantaja rağmen kadın, toplumun sosyal dönüştürücü unsurlarından biridir (Okandan ve Sönmez, 2012: 117). Bununla birlikte kadınların özel sektör girişimciliğinden ziyade sosyal girişimci olma yönünde eğilim gösterdikleri bilinmektedir (Haugh, 2005: 3). Dolayısıyla kadınların çeşitli nedenlerle kısıtlanmış sosyal girişimcilik gücünün, insanlığın ihtiyacı olan bir kapasite olarak bugün büyük

ölçüde atıl durumda olması ve konu hakkındaki bilgi birikiminin geliştirilmesine yönelik ihtiyaç bu araştırmanın yapılmasında önemli bir etkendir.

Bu bağlamda bu çalışmanın soruları aşağıdaki gibidir:

1. Kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller nelerdir?
2. Sosyal girişimleri gerçekleştirmede kadınlara engel olan etmenler nelerdir?
3. Sosyal girişimleri gerçekleştirmede kadınlara yardımcı olan etmenler nelerdir?
4. Kadınların sosyal girişimciliğini belirleyen etmenler, sosyal girişimciliğin sonuçları itibariyle karşılanmış mıdır?

Çalışmanın amacı ise; kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüllerin ve sosyal girişimcilik süreçleri boyunca karşılaştıkları kolaylaştırıcı ve engelleyici etmenlerin tespit edilmesi ve sonuç itibariyle kadın sosyal girişimcilerin kanaatlerine göre amaçlarına ulaşıp ulaşamadıklarının belirlenmesidir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden betimsel fenomenolojik analiz yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle nitel araştırmalar sosyal davranışların neden ve nasıl geliştiklerine yönelik soruların araştırılması amacıyla yapılmaktatır; başka bir deyişle nitel araştırmalar "ilişkilerin anlamını ve türünü keşfetmek için gözlemlerin sayısal olmayan bir biçimde incelenmesi ve yorumlanmasıdır (Akman, 2014: 14). Nitekim sosyal bilimlerin öznesi insandır ve bu durum; araştırmanın doğa bilimlerindeki konular kadar ölçülebilir ve genellenebilir olmasına imkân vermemekte, dolayısıyla doğa bilimlerinde kullanılan nicel araştırma yöntemlerinin sosyal bilimler için yeterince uygun olmamasına sebep olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Elde edilen verilerin sayısal analizleri bazen mümkün olsa da asıl amacın araştırma konusunun betimsel ve gerçekçi bir tablo ortaya koymak olduğu öne sürülmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 411). Bu noktada nitel araştırmaların analiz sürecinde, toplanan veriler içerisinde saklı kalmış bir bilgiyi keşfetme çabası olduğu söylenebilir (Özdemir, 2010: 328). Nihayetinde araştırma konusunu; içinde bulunduğu durum ve koşullar ile birlikte, öznel verilere dayanarak doğal ortamında

açıklama gerekliliği sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemlerini gündeme getirmiştir (Gürbüz ve Şahin. 2016: 408).

Nitel araştırmalar, hem yapılan çalışmanın kendine has karakter özellikleri taşıyor olması hem de farklı disiplinlerde o disiplinlere hâkim yöntemler kullanılıyor olması dolayısıyla genel bir tanım yapılması güçtür. Ancak bu araştırmaların bazı ortak özellikleri vardır. Yıldırım ve Şimşek (2013) bu özellikleri şu şekilde sıralamıştır; doğal ortama duyarlılık, nicel araştırmalardan farklılık, bütüncül olma, araştırmaya katılan bireylerin algı ve tecrübelerinin belirleyiciliği, esnek ve tümevarımcı olma ve sonuç olarak nitel verilere ulaşma.

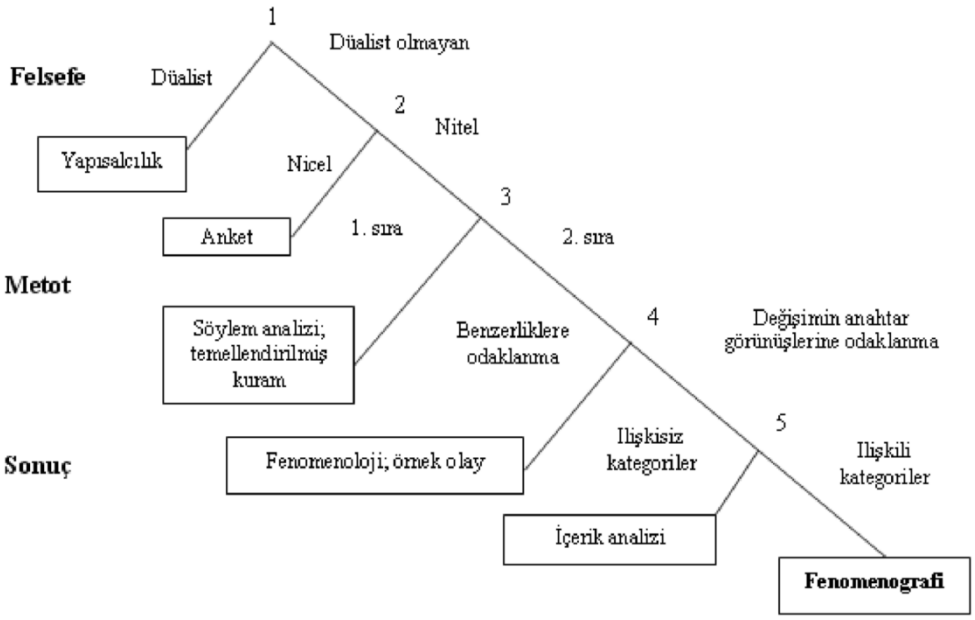
Nitel araştırma yöntemi olarak bu çalışmada kullanılan fenomenoloji (olgubilim) Edmund Husserl öncülüğünde gelişmiş olsa da kavramın kökenleri aslında 18. Yüzyılda Kant, Hegel, Herder gibi isimlerin felsefe metinlerine dayanmaktadır (Moran, 2002).

Bir kavramı açıklarken ilk etapta kavramın etimolojik boyutlarına göz atmak anlaşılırlığı sağlamak adına önemlidir. Fenomenoloji Yunanca fenomen anlamındaki "phainomenon" ile "konuşma" anlamındaki "logos" sözcüklerinin bir araya gelmesi ile oluşur. *Phainomenon* kendini göstermek, açığa çıkarmak anlamına gelen bir fiildir. Kendini açığa vuran, ışığa getirilebilen şeklinde kullanılır ve Yunanca "varolan" anlamıyla özdeşleşmektedir. *Logos* ise hakkında konuşulan şeyi anlaşılır kılma, gösterildiği biçimde "görünür kılma" ya da betimleme şeklinde anlaşılmalıdır. Burada Fenomenolojik yöntemin kendilerini gösterdikleri biçimiyle dolaysız (ilk) verilere yani fenomenlere (olgulara) dönmeyi, betimlemeyi amaçladığı çıkarımı yapılabilir (Schrag, 2005: 207). En yalın haliyle "görünenlerin betimlenmesi" olarak tanımlanabilir (Aktaran Yıldız ve Bütüner, 2012: 80).

Hussefl tüm deneyimlerin esas koşulunun kişisel algı olduğunu ve bu algının dünyayı inşa ettiğini fakat aynı zamanda da bu algının kendisini gizleyerek anlaşılması kolay olmayan bir yapıya dönüştüğünü ifade etmiştir (Moran, 2002: 61). Fenomenolojik yöntem, tam olarak bu noktada kişilerin kendi dünyalarında, tecrübelerine yükledikleri anlamları ortaya çıkarabilmek için geliştirilmiştir (Titchen ve Hobson, 2005: 123). Yani insan bilincinin anlaşılmasına yönelik bir çaba söz

konusu olduğundan, fenomenoloji en yalın haliyle bilincin bilimidir (Gödelek, 2006: 22) ve varlığın anlamını ortaya çıkarmaya çalışır (Schrag, 2005: 206). Sonuçta fenomenolojik araştırma ile çeşitli fenomenlerin ilgili katılımcılar tarafından nasıl anlaşıldığını nitel olarak açıklamak ve sonuçları ortaya çıkan kategorilere göre sistematik olarak incelemek amaçlandığı söylenebilir (Ashworth & Lucas, 1998: 426).

Şekil 4: Fenomenolojik Veri Analizi



Trigwell, şekilde verilen beş özelliği aşağıdaki gibi açıklamaktadır (Aktaran Yıldız, 2012: 81):

- Fenomenolojik araştırma düalist yaklaşımı reddeder çünkü realite, birey ve fenomen arasındaki ilişkide ortaya çıkar.
- Fenomenolojik araştırma, nitel araştırma gelenekleri içinde yer alır.
- Fenomenolojik araştırmada araştırmacının değil; katılımcıların ne algıladığı esastır.
- Fenomenolojik araştırmada bir fenomenin tecrübe edilmesi katılımcıların temel farklılıklarına dayanır, araştırmada bu farklılıkların temaları belirlenmeye çalışılır.
- Fenomenolojik araştırmada belirlenen temalar uygun kategorilerle ilişkilendirilir.

Fenomenoloji; transandantal, yorumlayıcı ve varoluşçu olmak üzere üç başlıkta incelenmektedir (Yılmaz ve Şahin, 2017: 148). Bu çalışmada ise, Giorgi'nin (2012) tanımladığı, kişilerin tecrübelerinin açıklanmasına dayanan "betimleyici fenomenolojik araştırma" deseni kullanılmıştır (Denscombe, 2007).

3.1.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki kadın sosyal girişimciler, örneklemi ise olasılıklı olmayan tekniklerden, amaçlı ve kartopu teknikleri ile seçilen kadın sosyal girişimciler oluşturmaktadır. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan olasılıklı olmayan örnekleme tekniği, araştırma sorularına uygun ve bilgi bakımından zengin birimlere odaklanmaktadır (Aktaran Baltacı, 2018: 245).

Ashoka'ya bağlı olarak faaliyet gösteren 42 sosyal girişimciden 18'inin yani %43'ünün kadın olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu çalışmaya katılan 13 kadın sosyal girişimci (Ashoka ile ilişkisi bulunmayan katılımcılar ile birlikte) önemli bir istatistik oluşturmaktadır.

3.1.3. Veri Toplama Aracı

"Türkiye Örneğinde Kadın Sosyal Girişimciliğini İncelemek: Nitel Bir Araştırma" adlı bu çalışmada, nitel araştırma veri toplama tekniği olan yarı-yapılandırılmış sorulara dayanan görüşme (mülakat) tekniği kullanılmıştır.

Nitel araştırma yöntemlerinde en sık kullanılan veri toplama teknikleri; gözlem, görüşme (mülakat) ve yazılı dokümanların incelenmesi teknikleridir (Yıldırım, 1999: 10). Bu çalışmada kullanılmış olan görüşme tekniği en yalın haliyle cevabı aranan sorular çerçevesinde (Özden ve Duru, 2016: 103) en az iki kişi arasında sözlü olarak gerçekleştirilen (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012: 150) iletişim sürecidir. Somut verilere ulaşmak amacıyla yapılan görüşmede olay tespit etmek, bilgi vermek ve teşvik etmek üç temel işlevdir (Rummel, 1968: 57)

Görüşme yöntemi, görüşmecinin kontrol düzeyine göre adlandırılmış olmakla birlikte yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olmak üzere üç kategoride incelenir. Bu çalışmada da kullanılmış olan yarı-yapılandırılmış görüşme

tekniği görüşmecinin önceden belirlediği sorular ve konu başlıkları rehberliğinde gerçekleşir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 185). Dolayısıyla görüşme yapılandırılmamış görüşmenin aksine belli başlı sınırlar çerçevesinde gerçekleşirken yapılandırılmış görüşmenin aksine de ihtiyaç duyulduğunda derinleşme şansı tanır. Bu araştırmada sosyal girişimciliğin teorik çerçevesi hazırlandıktan sonra Türkiye'de kadın sosyal girişimcilerle iletişime geçilerek yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde araştırma sorusuna cevap arayan nitelikte ve "Bir sosyal girişimci olarak karşılaştığınız engeller nelerdir?" örneğinde sorulardan oluşan görüşme formu kullanılmıştır. Formun ilk bölümünde kadın sosyal girişimcilerin yaş, medeni durum, çocuk sahibi olma, eğitim durumu, çalışma alanı bilgilerinden oluşan kişisel bilgi formu kullanılmıştır. İkinci bölümünde ise çalışmanın sorularına uygun şekilde açık uçlu sorular yöneltilmiştir.

Görüşmeler boyunca, katılımcı rızası alınarak not alma tekniği ve ses kayıt cihazı birlikte kullanılmıştır. Katılımcı gizliliğini tesis etmek adına yüz yüze görüşülen katılımcılara gönüllü katılım formu imzalatılmıştır; elektronik ortamda görüşülen kişiler mail yolu ile bilgilendirilmiştir. Daha sonra ses kayıtları yazıya aktarılarak analize hazır hale getirilmiştir.

Katılımcılar, isimleri ve çalıştıkları kurumlar gizli kalacak şekilde kodlanarak değerlendirilmiştir. Buna göre kadın sosyal girişimciler "K" olarak kodlanmış, her katılımcının kodunun yanına K1, K2, K3 şeklinde katılımcı sayısı kadar numara verilmiştir.

Tablo 1: Görüşme Sürelerinin Katılımcılara Göre Dağılımı

KATILIMCI KODU	GÖRÜŞME SÜRESİ
K1	00.54.00
K2	00.45.00
K3	02.25.00
K4	00:53:00
K5	00:52:00
K6	01:02:00
K7	00:39:00
K8	00:36:00
K9	00:44:00

K10	00:39:00
K11	00:55:00
K12	00:41:00
K13	01:25:00
Toplam: 13 KİŞİ	Görüşme Süresi: 12:30:00

3.1.4. Verilerin Analizi

Giorgi, betimleyici fenomenolojik araştırma deseni için belli adımlar sıralamıştır (2012: 5-6): Birinci adımda araştırmacı öncelikle bütünsel bir bakış açısı geliştirebilmek için tüm verileri okur. Çünkü fenomenolojik yaklaşım bütünseldir ve araştırmacı, verilere yönelik genel çerçeveye hâkim olmak durumundadır. İkinci aşamada verileri baştan okuma-incelemeye geçilir ve bu kez araştırmacı tarafından işaretleme, temel özellik tanımlama işlemleri yapılır. Önce çıkan, işaretlenen verilerden "anlam birimleri" oluşturulur ve bu birimlerin henüz teorik olarak değerleri yoktur. Üçüncü aşamada ise, bir önceki aşamada tanımlanan anlam birimlerinin yapısal temaları ortaya konur. Buna "serbest imgesel varyasyon" denir ve bu aşama analizin kalbidir. Dördüncü aşamada doğrudan ve psikolojik olarak daha hassas ifadeler gözden geçirilir ve serbest yaratıcı varyasyon sayesinde araştırmanın temel yapısı yazılır. Son olarak temel yapı, araştırmanın işlenmemiş verilerini "netleştirmek ve yorumlamak" için kullanılır.

Bu doğrultuda verilerin analizi şu şekilde gerçekleşmiştir: İlk aşamayı verilerin toplanması süreci, ses kayıtlarının çözümlenmesi, okunması ve mevcut çalışmanın (anlam birimlerinin) tespit edilmesi oluşturmaktadır. İkinci aşamada araştırma soruları doğrultusunda başlıklar halinde düzenlenmesi, yani ana başlıkların oluşturulması; son aşamayı ise ana başlıkların belli kriterlere göre "temalar" altında kategorize edilmesi oluşturmaktadır.

Ana başlıklar: "öncüller", "engeller", "kolaylaştırıcılar" ve "çıktılar" olarak belirlenmiştir. Bu süreç örnek olarak oluşturulmuş tabloda gösterilmiştir:

Tablo 2: Kadınların Sosyal Girişimciliğe Yönelmesinde Etkili Olan Öncüller Örnek Kod Tablosu

(1) Pasaj	(2) Kategori	(3) Tema
"Kendi hayatımı anlamlı kılmak istediğim için böyle bir yol çizdim"(K7)	Anlam Arayışı	Öncüller

Tablo 3: Sosyal Girişimleri Gerçekleştirmede Kadınlara Engel Olan Etmenler Örnek Kod Tablosu

(1) Pasaj	(2) Kategori	(3) Tema
"Etrafındaki insanlar konuyu bilmiyor ve sen çok yalnızsın, bu yalnızlık ara ara 'ben ne yapıyorum! diye insanı sorgulatıyor." (K7)	Olgusal Bulanıklık	Engeller

Tablo 4: Sosyal Girişimleri Gerçekleştirmede Kadınlara Yardımcı Olan Etmenler Örnek Kod Tablosu

(1) Pasaj	(2) Kategori	(3) Tema
"Bakış açısı senin gibi olan kişilerle çalışmak insan ve dayanışma gücü açısından çok önemli"(K13)	Beşeri Sermaye	Kolaylaştırıcılar

3.1.5. Araştırmanın Bulguları ve Tartışma

3.1.5.1. Kadınların Sosyal Girişimciliğe Yönelmesine Etkili Olan Öncüller

Sosyal girişimciler hakkında yapılan araştırmaların genelleme ve karşılaştırma yapmak için yeterli olmadığı görülmektedir. Kişilerin sosyal girişimcilik faaliyetlerine yönelik motivasyonlarının oldukça çeşitli ve karmaşık olup (Spear, 2006: 404, Humbert, 2012: 6), GEM Sosyal Girişimcilik Raporu (2011) veya Schwab'ın Sosyal Girişimde Liderlik Vakfı raporu (2014) gibi yapılan bazı çalışmalar da sosyal girişimcilerin genellikle kişisel liderlik özelliklerine vurgu yapmaktadır (Wronka-Pospiech, 2016: 43). Sosyal girişimcilerin yenilikçi, risk alabilen, üstün liderlik özellikleri gibi kişisel özellikleri onları sosyal girişimci yapan özellikler olarak kabul edilmektedir ve bu özellikleri açıklayan çeşitli çalışmalar da literatürde mevcuttur. Fakat sosyal girişimleri başlatmadaki motivasyonları henüz araştırılmış değildir (Kraus vd., 2014: 290, Certo ve Miller, 2008: 270, Çiçek ve Türkmenoğlu, 2019: 57). Nitekim Koç (2009: 39), bu kişilerin kendi kaynaklarını kendi faydaları için harcamak yerine bir menfaat beklemeksizin başka insanların hayatlarına temas edecek problemlere kanalize etme motivasyonlarının üzerinde durulması gereken bir konu olduğunu belirtmiştir.

3.1.5.1.1. Özgecilik

Özgecilik; özgeci olma durumu, diğerkâmlık (TDK, 2019) anlamına gelmektedir. Çıkar gözetmeksizin başkalarının iyiliği için özveride bulunmayı bir ilke olarak benimseyen ahlak, tutum ve görüş şeklinde açıklanabilir. İngilizce karşılığı "altruism" olan kavramın bazı yurtiçi kaynaklarda "elcilik", "elsever" olarak incelenmektedir (Topses, 2012: 62). "Özgecilik" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Kendimi bildim bileli dünyayı değiştirmek istiyorum. İnsanlar dünyayı değiştirmek istemeli. Genç bir kızdan duymuştum bunu bir seferinde ve yalnız değilim diye sevinmiştim. Çünkü dünyayı değiştirmek istemek bir güçtür.*

Bazı insanlar var sadece kendi hayatlarını daha güzel hale getirmek için çabalıyorlar. Bir de dünyayı kendine dert edinen insanlar var…"(K3)

İfadeden anlaşıldığı üzere kadın sosyal girişimciler, dünyayı kendine dert edinen; yani derdi yalnızca kendilerinin değil başkalarının da hayatları olan insanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada özgecilik kapsamında ele alabileceğimiz; başka insanlar için çaba sarf etme ve endişe duyma davranışlarının ayrıştırıcı özellikler olduğunu belirtmek gerekir. Nitekim K6 kodlu katılımcının da bu davranışlar sonucunda, toplumsal problemleri kişisel problemleri kadar benimseyerek çözme çabası içine girdiği görülmektedir:

"*Toplumda bir yara vardı, ben de onu düzeltmek için mücadele verdim. Bu işe girme nedenim buydu" (K6)*

Bir davranışın özgeci olduğunu söyleyebilmek için, o davranışın ödül beklentisi ile değil; bilinçli olarak, gönüllülük esası ile yapılması ve başka bir kişinin sıkıntısını azaltmak, ortadan kaldırmak ya da bu kişiye fayda sağlamak niyetiyle yapılması gerekmektedir (Boston vd., 1981: 291). Nitekim K5 kodlu katılımcı ifadesinden de anlaşılacağı üzere bu kişilerin bir sosyal girişim başlatma motivasyonları kişisel menfaatler değil, başka insanlara faydalı olabilme umududur:

"Çabalarım sadece bana değil başkalarına da yarayacak diye devam ettim hep. Asla günün birinde -daha sonra ulaşmış olduğum- belli mevkilerde olacağımı planlamadım. Bu benim motivasyonum değildi. Şimdiki gençlerde böyle stratejik hareketler görüyorum ama ben hiçbir adımımı bir sonraki basamaktaki menfaatler için atmadım."(K5)

Jonathan ve Freedman, -ödül beklentisi ile yapılmamış da olsa- başkasına fayda sağlayan bir eylem sonucunda kişinin kendisini iyi hissetmesinin özgeci davranışı artırdığını ifade etmektedir (Aktaran Topses, 2012: 62). Bununla ilgili katılımcının ifade ettiği sözler dikkat çekicidir:

"Dünya meselelerini dert edinmek muazzam bir zenginlik yaratır. Orada kendinizi unutursunuz. Ayrıca oradaki başarılar o kadar sevinç vericidir ki… Düzenlediğimiz bir gezi için çocuklarımız ilk kez uçağa bindiler, biz onların on misli sevindik. Araba alsanız kendinize bu kadar sevinmezsiniz, o kadar güzel bir duygu ki. Biz bunu hayır işi olarak değil insanlık görevi olarak yaptık." (K3)

Burada evrim psikolojinin incelediği bir noktaya dikkat çekmek gerekir (Tekeş ve Hasta, 2015: 58); evrimsel bakış açısı bazı özelliklere sahip kişilerin hayatta kalma ihtimalinin bu özelliklere sahip olmayan kişilerden daha yüksek olduğunu söylemektedir. Yani kişiler hayatta kalmalarını sağlayan özellikleri gen yolu ile sıradaki nesile aktarırken diğerleri doğal seçilim ile yok olmaktadır. Fakat evrimsel bakış açısının bu anlayışının aksine özgecilik, kişinin kendisi için çeşitli bedelleri olan davranış ve tutumları kapsamaktadır. Dolayısıyla kişinin birincil amacı olan hayatta kalma anlayışını ikinci plana atma pahasına başkalarının ihtiyaçlarını gözetmesi ve bu davranışın doğal seçilime uğramadan günümüze kadar gelmiş olması evrimsel bakış açısına göre şaşırtıcıdır. Evrimsel bakış açısı bu konuyu "karşılıklı özgecilik kuramı" ile açıklanmaktadır. Bu kuram en yalın haliyle, özgeci davranışın; nihayetinde kişiye de fayda sağlayan sonuçları olacağı yönündedir.

Nihayetinde kişi, sosyal girişim ile aracı olduğu faydaya doğrudan temas etmese de bu faydanın toplumsal bir meseleye iyi geleceği, dolayısıyla uzun vadeli sonuçlarının kişinin de ihtiyaç duyduğu/duyabileceği bir meseleye karşılık vereceği ihtimali söz konusudur. Kişinin, içinde bulunduğu toplumla birlikte kalkınacağı göz önünde bulundurulduğunda karşılıklı özgecilik kuramı kadın sosyal girişimciler açısından anlam ifade etmektedir.

Bununla birlikte Demir (2017, 43), özgeci davranışı, insanın toplumsallığından, içgüdüsel bileşkesinden ve empatik sinerjisinden çıkan bir çeşit "kazan-kazan" bahisi olarak açıklanmaktadır. İçgüdü; bir canlı türünün akıl ve düşünceden bağımsız olarak doğuştan gelen bilinçsiz hareket ve davranışları ifade etmektedir (TDK, 2019). Bu noktada sosyal girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirme

sebeplerini kesin gerekçelerle açıklamayarak dürtüsel-içgüdüsel olduklarını ileri süren katılımcı ifadelerinin dikkat çekici olduğunu belirtmek gerekir:

> " *Doğuştan gelen bir şey var buna inanıyorum."(K13)*
>
> *"Bu benim çocukluğumdan gelen dürtüsel bir şey aslında."(K7)*
>
> *"Bu şekilde içten gelen, bulaşıcı, insanı iyi hissettiren, hatta sağlığa bile iyi geldiği kanıtlanmış, mutluluk ve haz veren bir şey."(K11)*

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Özgecilik", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.2. Toplumsal Değişim Arzusu

Toplumsal değişim; toplumun herhangi bir dönemdeki düzenine özgü yerleşik özdeksel ve tinsel öğelerinde yeni özelliklerin oluşması anlamına gelir (TDK, 2019). Sosyoloji alanında oldukça sık kullanılan bir terim olan sosyal değişim, kültürel değişimden farklı olup (Sağ, 2003: 12), "toplumsal yapının, toplumsal ilişkiler ağının ve bu toplumsal ilişkileri belirleyen toplumsal kurumların değişmesidir" (Tezcan, 1981: 163). "Toplumsal Değişim Arzusu" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"...Hayatı değiştirmek ve dönüşmek fikri ile buna yönelik umudumun ve cesaretimin olması önemli etkenler arasındaydı." (K5)*

Yapılan görüşmelerde "değiştirmek ve dönüştürmek" temalı ifadelerin oldukça sık tekrarlandığı gözlemlenmiştir. K5 kodlu katılımcının, ifadesinden de anlaşıldığı üzere, umut ve cesaret gibi kişisel heyecanlar ile birlikte, kişilerin değişim ve dönüşüm arzusunda oldukları görülmektedir.

"...Mutlaka bu okulu bitirecek ve dünyayı değiştirecek bir şeyler yapacaktım..."(K3)

Eyüpoğlu ve Perşembe (2010: 116), insanı değişim arayışına iten temel nedeninin, insan gücünün sınırlı olması ve dolayısıyla insanın kendini muhtaç hissetmesi ile ilişkilendirmiştir; burada muhtaç olmak, temel insani gereksinimler ile ilgilidir ve iktisatlı/tutumlu olmak, israf etmemek gibi iktisadî kavramların yanı sıra başkalarını da düşünebilmek, diğerkâm ve hoşgörülü olmak gibi sosyal psikolojik durumları da içerir. Dolayısıyla kadın sosyal girişimcilerin dünyayı/hayatı değiştirmek, sistemi dönüştürmek, toplumda fark yaratmak temalı ifadelerinin içgüdüsel bir ihtiyaçla ilgili olabileceği söylenebilir. Benzer katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"İnandığımız ve yapmak istediğimiz şey bir sistem dönüştürmekti."(K4)

"Kendi yapım, kendi vicdanım ve mücadele ruhumdan dolayı toplumda bir fark yaratmak bir şeyleri değiştirmek istedim hep."(K6)

Sonuçta sosyal konulara duyulan ilgi ile birlikte sosyal değişim isteği, sosyal girişimcilerin harekete geçmeleri noktasında önemli bir motivasyon olarak görülmektedir. Ayrıca olması planlanan ya da hayal edilen değişimin büyüklüğü oranınca sosyal girişimci kişinin faaliyetlerinde tutkulu ve bir o kadar etkin olduğu söylenebilir (Miller vd., 2010: 729).

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Toplumsal Değişim Arzusu", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.3. Anlam Arayışı

Anlam arayışı, insanın varlığını anlama gayretini ifade eden temel ve eşsiz bir güdüdür (Akıncı, 2005: 7). İnsan, içinde bulunduğu belirsizlikten kurtularak varlığını anlamlandırma ve hayattaki konumunu tayin etme eğilimindedir (Aktaran Bahadır,

1999: 188). Kendini ve varoluşunu sorgulamak, bununla ilgili atılan en önemli adımlardan biridir (Bahadır, 1999: 189). Camus'un Başkaldırma Felsefesi adlı eserinde de bahsettiği gibi bu arayışa giren tek varlık insandır (1995: 28). Psikoloji, psikiyatri, felsefe gibi alanlarda çeşitli yaklaşımlar altında incelenmekte olup, evrensel bir olgu (Bahadır, 1999: 189) olarak kabul edilmektedir. "Anlam Arayışı" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Üniversitede bir aile işimiz vardı ve lisans eğitimin bitince bu işte -duygusal bir bağ var tabi- çalışmaya başladım. Fakat bana yetmemeye başladı… …Yani kendi hayatımı anlamlı kılmak istediğim için böyle bir yol çizdim. Başkasının kar etmesi için çalışmak -yani kendi işim bile olsa tek amacımın kar olması fikri- bana göre değildi." (K7)*

Katılımcının da ifade ettiği üzere hayatı anlamlı kılma isteği bir sosyal girişim başlatma noktasında önemli bir etkendir. Anlam arayışı, bir yetişkin sorgulaması gibi görünse de (Sezer, 2012: 224) daha önce kazanılmış değer ve kişisel tecrübelere bağlı olduğundan (Cüceloğlu, 1998: 118) öznel bir tabiata sahiptir (Aydın vd., 2015: 44). Dolayısıyla kişinin içinde bulunduğu durum ve koşulların bu arayışta önemli bir etken olduğu görülmektedir. Nitekim katılımcı, salt kar odaklı bir iş yürütüyor olmanın kendisini bu arayışa iten koşullar arasında olduğunu ifade etmektedir. İhtiyacın bir dışavurumu olarak anlam arayışının (Kartopu, 2013: 69) kadın sosyal girişimciliğinde tezahür ettiği görülmektedir. Sosyal girişimcilik faaliyetinde bulunmak ise kadın sosyal girişimciler açısından, bu arayışta tatmin sağlayan bir unsur olarak kabul edilebilir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Anlam Arayışı", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.4. Bireysel Koşulların Zorlaması

Yapılan görüşmelerden; kadın sosyal girişimcilerin içinde bulundukları koşulları iyileştirmek ya da ortadan kaldırmak için çabalarken, aslında planlanmadık biçimde, sistemsel bir dönüşüm başlattıkları anlaşılmaktadır. Yani harekete geçtikleri

meselelerin, öncelikle bu kişilerin içinde bulundukları mevcut koşullarla doğrudan ilgili olduğu görülmektedir. "Bireysel Koşulların Zorlaması" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Benim zaten gönüllülüğe başlama nedenim kendimi yabancı dilimi geliştirmekti. O nedenle bir uluslararası projeye katıldım. Kendimde bulduğum o eksikliği hisseden bir sürü genç olduğunu gördüm, bunlar bilinçli yapılan şeyler değildi. Ben karşıma bir sorun çıktığı zaman hep nasıl çözebiliriz diye kafa yorarım. Neden kadın hakları değil mesela diye ben de kendime sordum çünkü benim kadın hakları ile ilgili tecrübe ettiğim bir sorunum yoktu. Fakat kendimi geliştirme noktasında ekonomik sorunum vardı. Bunu araştırırken sadece benim değil birçok gencin sorunu olduğunu görüp bu gençlerin kendilerini geliştirebilecekleri programlar sunmanın derdine düştüm" (K13)*

İfadeden de anlaşıldığı üzere, katılımcının bir girişimde bulunma sebebi, başlangıçta içinde bulunduğu koşulları daha iyi başka koşullarla değiştirmektir. Daha sonra, bu girişimin sağladığı faydaların aslında benzer koşulda olan başka insanlara da hitap edeceği keşfedilerek bu kez sistematik bir çalışma içine girildiği görülmüştür. Çalışmalar, varılması hedeflenen ciddi bir nokta olmadan ilerlediği halde, sonuçlarının bir sosyal girişim projesine dönüşmesi dikkat çekicidir. Bununla birlikte öncül olarak ele aldığımız bireysel koşullar karşısında, katılımcının problem çözme davranışı gösterdiği görülmektedir. Nitekim Kohler ve Maier, problem çözme davranışının esas unsurunun, kişinin içinde bulunduğu durumu algılama biçimi olduğunu ifade etmiştir (Alver, 2005: 77).

> *"Ben yoğun çalışıyordum ama çocuğumu da ihmal etmek istemiyordum. Kışın anaokuluna gidiyordu ama yazın hiçbir ortamı yoktu. Ne yapacağız diye düşünürken, bir arkadaşım 'Bak, Amerika'da olsaydı gidebileceği bazı kurumlar vardı' dedi. E o zaman biz burada yapalım dedim. Ona başlama nedenim benim bu sıkıntımdı aslında."(K13)*

Kişisel durumların yanı sıra aile yaşantıları ile ilgili meselelere çözüm bulmak amacıyla harekete geçildiğini ifade eden beyanlar da dikkat çekicidir. Aile içinde gelişen durumları, daha iyi koşullara taşımak üzere yola çıkıldığından ve nihayetinde aslında engellerin fırsata dönüştürüldüğü bir çabadan söz edilebilir. Benzer bir ifade ise şu şekildedir:

> *"Annelik… Çocuğumun bir rahatsızlığı var, belli bir yaşa geldiğinde onun arkadaşları yok diye üzülüyordum ve arkadaşları olmalı diyordum. Onun için bir şeyler yapmak istiyordum."(K10)*

Somut problemlerin yanı sıra zorlayıcı koşullar sonucu gelişen duygular da kadınların sosyal girişim başlatmalarında tetikleyici bir faktör olarak tespit edilmiştir:

> *"Çaresizlik... İş ortamımda ve üst yönetimimde birçok insan bu işe girdiğimde başarılı olamayacağımı, kariyerimde ilerleyemeceğimi hatta alay konusu olacağımı ileri sürdü... ...Ben çaresiz durumdaydım. Ya bana başarılı olamayacağım konusunda söylenenlere boyun eğecektim ya da tüm gayretimle 'Bakın, bunu yapmak için çabaladım ve başardım' diyecektim." (K2)*

Katılımcının da ifade ettiği "çaresizlik" duygusunun yanı sıra çevrenin baskısı ile birlikte "başarmaktan başka çarenin olmadığı" bir durumdan kurtulma çabası görülmektedir. Bahsi geçen duyguların yanı sıra mutsuzluk, kızgınlık gibi duyguların da tetikleyici olduğu görülmektedir:"

> *"Kızgınlık… Ben bu eşitlik işinin farkında değildim kadın erkek eşitsizliğinin farkına yurtdışında okurken vardım. Bu farkındalıkla kendi hayatıma baktığım zaman benim de bunun içinden geçtiğimi ve farkında olmadığımı gördüm… (K12)*

Görülmektedir ki çeşitli duygu durumların bir sonucu ya da tepkisi olarak kadınlar; sosyal girişimcilik faaliyeti başlatmışlardır. Problem çözme davranışının,

bireyin tepki vermesi gerektiğini algıladığı durumlar geliştiğinde gerçekleştiği (Alver, 2005: 77) göz önünde bulundurulduğunda kızgınlık, mutsuzluk, çaresizlik gibi duygulardan oluşan bireysel koşullar birer öncül olarak ele alınabilir.

> *"Zaten bankada çalışıyordum ve o işi çok sevmiyordum"(K11)*

> *"İşyerimde mutsuzdum bir an dellendim hadi artık yapalım bunu dedim"(K12)*

Bahsi geçen durumların ve duyguların yanı sıra yine mevcut koşullar kapsamında ele alabileceğimiz memnuniyet duyulmayan işlerden geçimini sağlamak bir öncül olarak tespit edilmiştir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Bireysel Koşulların Zorlaması", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.5. Geçmiş Yaşantı ve Deneyimler

Bireylerin algıları, geçmişteki yaşantı ve deneyimlerine bağlı olarak gelişen tavır, tutum ve varsayımları üzerine kurulmuştur (Garaigordobil, 2008: 115). Nitekim Bertaux ve Kohli, yaşam hikâyesi ile birlikte deneyimlerin, insanların yaşam yörüngelerini ortaya çıkarmada da yardımcı olduğunu öne sürmektedir (1984: 216).

Bununla birlikte girişimcilik literatüründe de kişilerin kişisel/aile geçmişinden etkilendikleri tespit edilmiş dolayısıyla kadın sosyal girişimciler için de önemli bir faktör olabileceği not edilmiştir (Humbert, 2012: 4). Yapılan görüşmelerden yola çıkılarak oluşturulan geçmiş yaşantı ve deneyimler başlığı; sarsıcı deneyimler, dönüştürücü deneyimler, sivil toplum deneyimi ve rol model deneyimi olmak üzere dört alt başlığa ayrılmıştır.

3.1.5.1.5.1.Sarsıcı Deneyimler

Yapılan görüşmelerde şiddet, taciz, tecavüz, aile bireyinin vefatı, uzun dönem hastalık ve doğal afet gibi şiddetli sarsıcı olaylara maruz kalan katılımcılar olduğu

tespit edilmiştir. Bu çalışma, katılımcıların paylaştığı tecrübelerden yola çıkarak katılımcılara travma teşhisi koyma amacı gütmemekle birlikte, bu konu araştırmacının çalışma/uzmanlık alanı da değildir. Katılımcıların ifadelerinden anlaşıldığı kadarıyla, paylaşılan tecrübelerin kişilerin ruhsal dünyasında uzun süren olumsuz etkiler bırakması sebebiyle, bu tecrübelerin sarsıcı deneyimler başlığı altında incelenmesi uygun görülmüştür. "Sarsıcı deneyimler" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Ruh hastası olması olmamız! Karakter özelliği falan da değil. Ben bakıyorum arkadaşlarımda da var bu kafadan kontaklık… Bizlerin travmaları olmasa bu işler çıkmaz. Normal insan, derdi tasası olmayan, hayatından memnun insan bunu yapmaz. Niye yapsın?" (K12)*

Katılımcının ifadesinden anlaşıldığı üzere bu tür sarsıcı tecrübeler kadınların sosyal girişim kurmalarındaki önemli öncüllerden biridir. Hayatlarından memnun olmayan, belki başka bir ifadeyle psikolojik hasarları olan insanların sosyal girişim kurmaya eğilimli olabileceği anlayışı söz konusudur. Kişilerin bahsi geçen durumlara yönelik problem çözme davranışı geliştirdikleri düşünülecek olursa, Gagne ve Skinner'in problem çözme sürecinde bireyin geçmişini en önemli değişken olarak ele aldıklarını belirtmek gerekir (Aktaran Alver, 2005: 77). Benzer bir ifade şu şekildedir:

> *"Zaten kadın konusunda bir araya gelmiş insanların bizzat kendilerinin böyle tecrübeleri olduğuna inanıyorum. Tanık olmak yetmiyor. ...Bu sosyal girişim benim hayatta kalma sebebim oldu. Çok travmatik bir dönem geçirdim, hem aile bireyinin vefatı hem benim şiddet görmem… 'Acaba bu dünyadan göçmek mi lazım' düşüncesine kapıldığım zamanlar oldu. Çocuklarım vardı, onları hatırlayarak durdum ve sonra 'bir şeyler yapmak da mümkündür' dedim. Bu şekilde gelişti, yeniden hayatın başlangıcı oldu benim için."(K8)*

Nietzsche ya da Kierkegaard gibi düşünürler, bu tür acı tecrübelerin kişiler için yaşamın anlamını sorguladıkları bir deneyim olabileceğini ifade etmiştir (Tedeschi vd., 1998: 4). Konuya ilişkin olarak K8 kodlu katılımcının ifadesinden de anlaşıldığı üzere; bu tür sarsıcı bir tecrübenin kişiyi derin düşüncelere sevk ettiği ve akabinde, kendi kanaatince, hayatı yaşamaya değer kılacak bir neden olarak sosyal girişim başlattığı görülmektedir. Bu durumun yanı sıra bu tür problemli alanlarda çalışan kişilerin benzer problemleri tecrübele ettiklerine, başka bir deyişle sarsıcı tecrübenin, kişilerin ilgili alanda çalışma eğilimi göstermelerine sebep olduğuna yönelik bir kanıdan bahsedilebilir:

> *"Ailemde yaşananlar (yani babamın annemle olan ilişkisinde şiddet uygulaması) dolayısıyla içimde hep bu işte sessiz ve suskun kalmama dürtüsü vardı. Ben bir kadın örgütünde çalışmak istiyorum derdim kendi kendime." (K5)*

K8 kodlu katılımcı ifadesi ile benzer olarak, aile içi şiddeti tecrübe etmiş olan K5 kodlu katılımcının ifadesinde bu tür bir tecrübenin, katılımcıyı başkalarının karşılaşabileceği benzer potansiyel problemlerin yaşanmaması noktasında çabalamaya teşvik ettiği görülmektedir. Konuya ilişkin K9 kodlu katılımcının ifadesi aşağıdaki gibidir:

> *"Ben hayatın acımasızlığını, sevgisizliğini, toplumda yok sayılmayı her anlamda yaşadım. Bir anne-baba çocuğundan vazgeçebiliyor. Sen orada sevgisiz büyüyorsun ve böyle büyürken de ben hep sevgi vereceğim diyorsun. Ben ne yaparsam yapayım geçmişte bize yapılanları başkasının yaşamasını istemiyorum, beni bu işlere bu mücadelelere iten şey budur. Geçmişte yaşadığım sıkıntıların hiçbirini gelecekte başka çocuklar yaşamasın diye hep kendimi öne attım belki… Yaşadığı tecrübelerden insanlar kendilerine bir pay çıkartmalı"(K9)*

Yapılan görüşmelerde, katılımcıların tecrübe ettikleri olumsuz gelişmeleri, başkalarının tecrübe etmelerine engel olma çabasında oldukları yaygın olarak görülmektedir.

Nihayetinde -travmaların olumsuz etkilerinin yanı sıra- kişilerin, travma sonrası verdikleri mücadelelerden iyi sonuçlar çıkabileceğini, başka bir deyişle mücadeleden güçlenerek çıktıklarını ortaya koyan çeşitli çalışmalar söz konusudur (İncir ve Boztepe, 2013: 80). Psikoloji/psikiyatri alanında yapılan ve travma sonrası büyüme kapsamında incelenen bu çalışmalardan yola çıkarak kadın sosyal girişimcilerin benzer bir sürecin içinden geçtikleri gözlemlenmiştir. Başka bir deyişle kişilerin bu tür sarsıcı tecrübelerinin sosyal girişim başlatmakla sonuçlandığı ifade edilebilir. Sonuçta bu tür deneyimler, kişinin dünyaya ya da kendisine karşı bakış açısında büyümenin gerçekleşmesine yetecek kadar üzücü olaylar, bir başka deyişle "psikolojik depremler" (Shakespeare vd. 2003: 59) kapsamında incelenebilir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Sarsıcı Deneyimler", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.5.2. Dönüştürücü Deneyimler

Sarsıcı deneyimleri olan kadın sosyal girişimcilerin yanı sıra yurtdışında yaşamak ya da eğitim almak ile yurtiçi-yurtdışı seyahatler sayesinde yapılan gözlemler gibi dönüştürücü deneyimlerin kişileri bir sosyal girişim kurmaya teşvik eden etmenler arasında olduğu tespit edilmiştir. "Dönüştürücü deneyimler" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Yurtdışında kazandığım yüksek lisans programı sırasında aldığım dersler bana farklı bir bakış açısı kazandırdı. Türkiye'de aldığım dersler daha teknik iken orada uzmanlık alanımın sosyolojik yönü ile ilgili dersler de aldım. Hem bu derslerin etkisi, dersler dolayısıyla izlediğim belgeseller hem de oradaki kadın-erkek algısının farklı olması, çalışma sistemi ve kadının sistemin içerisinde görünür ve kıymetli oluşu beni düşünmeye sevk etti. Kıyas yapmaya başladım. Bu*

konuya yönelik kafamda ilk soru işaretleri oluşmaya başladı. Yani yurtdışı tecrübem sırasında kadın erkek eşitliği konusunda farkındalık kazandım diyebilirim."(K2)

Başka bir coğrafyada bulunmak ve farklı modelde eğitim almak dönüştürücü deneyim başlığı altında incelenmiştir. Katılımcı ifadesinden de anlaşıldığı üzere, bu tür bir deneyimin kişiye kıyas yapma şansı vererek farkındalığı artırdığı, kişinin içine doğup büyüdüğü kültürde çeşitli sebeplerle çözülememiş problemlere karşı sorular sormasına aracı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda başka bir katılımcının ifadesi tasdikleyici niteliktedir:

"...Sonra girdiğim farklı kültürler, yurtiçi yurtdışı -Silvan, Urfa, Diyarbakır, Amerika, Danimarka- yani beni giderek farklılaştıran yeni kültürler görmek... Zıtlıkları gördüm. Mesela bir çalışma yapmaya başlamıştık, arkadaşlar o çalışmaya ihtiyaç olmadığını düşündüler. 'Çocuklar, milyonlar var bu imkâna sahip olmayan' dedim. 'Yaa öyle mi' dediler. Görmediği için de etkilenmiyor insan..."(K13)

Dünya üzerinde yaşanan olumlu ya da olumsuz bütün gelişmelerin birçoğu, kişilere temas etmeden ve dolayısıyla kişilerin ufkunun dışında kalarak varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Konuyla ilgili olarak, bahsi geçen olumlu ya da olumsuz gelişmelerin kişilerin hayatlarını doğrudan etkilemiş ya da hala etkiliyor olsa bile bilinçli bir şekilde yüzleşme sağlama noktasında yine bu tür deneyimlerin önem arz ettiği görülmektedir. Nitekim bir problemi kanıksamış olduğunu, yani problemin kendisiyle birlikte hayatı boyunca yaşamış olduğunu ve problemli alandan çıkarak dışarıdan bir gözle bakma fırsatına erişinceye kadar problemi fark etmediğini belirten katılımcı ifadesi dikkat çekicidir:

"Kadın erkek eşitsizliğinin farkına Amerika'da okurken vardım. Bu farkındalıkla kendi hayatıma baktığım zaman benim de bunun içinden geçtiğimi ve farkında olmadığımı gördüm."(K12)

Bu noktada yurtdışı öğrenci hareketliliği programlarını değerlendiren bazı çalışmaların (Kasalak, 2013: 138, Topçu, 2011: 13) bulgularından bahsetmek gerekir. Çalışmalar sonucunda bu tür programların kişilere; farklı kültürleri tanıma, yeni bir sistemi inceleme, yeni bakış açıları edinme, insana verilen değeri gözleme, topluma hizmet uygulamalarını görme, kıyaslama gibi kazanımları olduğu tespit edilmiştir. Çalışma bulguları yurtdışı tecrübelerini temsil eder nitelikte olsa da; benzer kazanımları yurt içinde yaptıkları seyahatlerden elde ettiklerini ifade eden katılımcı ifadeleri oldukça yaygındır.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Dönüştürücü Deneyim", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.5.3. Sivil Toplum Deneyimi

Toplumdaki çeşitli sorunları bağımsız olarak ele alıp kamuoyunu bilgilendirme ve aydınlatma görevi yapan birliklere sivil toplum örgütü denir (TDK, 2019). Sivil toplum kuruluşlarında insan kaynaklarının büyük bir bölümünü gönüllüler oluşturmaktadır (Kurt ve Taş, 2015: 205). Gönüllülük ise bir işi yapmayı hiçbir yükümlülüğü yokken isteyerek üstlenen gönüllü olma durumudur (TDK, 2019) ve topluma karşı hissedilen sorumluluk çerçevesinde (Balabıyık, 2011: 91), kamusal yarar sağlamak amacıyla, bedelsiz olarak (Dekker ve Halman, 2003: 3) gerçekleştirilen faaliyetler olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte sivil toplum kuruluşlarında görev alan herkes gönüllü sıfatını taşımayabilir; bu tür kuruluşlarda profesyonel olarak çalışarak gelir getirici faaliyetlerde bulunan kişiler de bulunmaktadır (Kurt ve Taş, 2015: 204).

Mülakatlardan elde edilen veriler doğrultusunda on bir kadın sosyal girişimcinin, sosyal girişimcilik faaliyeti gerçekleştirmeden önce, gönüllü ya da profesyonel olarak sivil toplum kuruluşlarında yer aldıkları tespit edilmiştir. Bir sivil toplum örgütünde resmen çalışmamış ya da gönüllü olmamış olan iki katılımcının ise çeşitli toplumsal meseleler için yakın çevreleri ile işbirliği yaparak eyleme geçtikleri gözlemlenmiştir. "Sivil Toplum Deneyimi " kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Öğrencilik yıllarımdan beri sivil toplum kuruluşlarında her zaman çalıştım. Hem Türkiye'de hem yurtdışında gönüllülük yaptım. Her gittiğim şehirde, yaşadığım her yerde sivil topluma çok yakındım. Daima bir gönüllü çalışmanın içindeydim ama girişimcilik yoktu." (K4)

Katılımcı, genç yaşlardan itibaren, nerede olduğu fark etmeksizin daima bir gönüllü çalışmanın parçası olduğunu ifade etmektedir. Gönüllülük aracılığı ile bireylerin toplumsal kalkınmaya da katkı sağladıkları ve hayatlarına yön verdikleri göz önüne alındığında (Balaban ve İnce, 2015: 154) sosyal girişimcilik başlatmaya giden yolda bu tecrübenin önemi anlaşılmaktadır.

"Her zaman derneklerde çalıştım. Lisede de böyle aktivieteler yapardık, kollar vardı gezici kütüphane kolunda çalışırdım, köylere giderdik çocuklara kütüphane kurardık onlarla hafta sonumuzu geçirir, birlikte kitaplar okurduk. Ben ortaokuldan beri bu bilinçle büyüdüm." (K12)

"Lisedeyken okulun topluma katkı kulübündeydim. Ne iş yaparsam yapayım hep böyle şeyler yapmaya çalıştım. İlk iş hayatına başladığımda gecekondu merkezinde İngilizce dersi veriyordum çocuklara. Öyle öyle pekişmeye başladı."(K11)

K12 ve K11 kodlu katılımcı ifadelerinde, birbiri ile bağlantılı olarak katılımcıların, ortaokul-lise gibi eğitim dönemlerinin kişilere sivil toplum bilinci sağladığı ve kişileri sivil toplum çalışmalarına teşvik ettiği anlaşılmaktadır.

"13-14'lü yaşlarda kız arkadaşlarımla bir grup kurduk; mahalleyi güzelleştirme, sahipsiz hayvanları sahiplendirme, birbirimizi koruma kollama gibi amaçlar edindik ve bununla ilgili kendimizce bir tüzük bile hazırladık. O zamandan başlayan "bir şeyler yapmalı" içgüdüsü hep vardı."(K1)

Çeşitli sivil toplum kuruluşlarına bağlı olarak yapılan gönüllü ya da profesyonel çalışmaların yanı sıra, katılımcılar; çok küçük yaşlardan itibaren

bilinçsizce, fakat tamamen gönüllülük esasıyla, kamusal fayda sağlayan faaliyetlerde bulundukları görülmektedir. Benzer bir ise aşağıdaki gibidir:

> *"Sosyal girişimciliğiye yönelik bir tecrübem yoktu ama mesela Öğretmen Evine kadınlar giremiyordu, erkeklerin kahvhanesi olmuştu. Sergi ve balo düzenlemesini Öğretmen Evi'nde yapmak istiyoruz diye yetkililere söylediğimizde 'oraya kadınlar gitmiyor, kahve olarak kullanılıyor, nasıl olacak, kadınları ikna edebilecek misiniz' deyince biz de 'bir ilk yaratalım' dedik izin verdiler. Kadınlar geldiler ve çok güzel oldu. Sonra orası kadınların da kullandığı bir yer oldu."*

Katılımcı ifadesinden, bir sivil toplum kuruluşuna bağlı olmaksızın, muzdarip olunan bir duruma yönelik olarak örgütlenme davranışı göstererek tamamen gönüllülük esasıyla bunu çözme girişiminde bulunduğu görülmektedir.

> *"...Bir dönem hem çalışma hayatı, hem bu tür gönüllü çalışmalar hem de iki çocukla birlikte çok yoğun geçti. Hayatım boyunca bunları hiç kesintiye uğratmadım ve halen de takip ediyorum. ...Bana göre bir sivil toplum örgütünde var olmak duyarlılık artıran, herkesin bir parçası olması gerektiğini düşündüğüm etkinliklere dâhil olmaktır."(K5)*

Katılımcı bir sivil toplum örgütünde bulunmanın herkesin sorumluluğu olduğunu ifade etmektedir. Yani gönüllüğün kişide sosyal farkındalık ve sorumluluk duygusunu geliştirmesinin (BM Gönüllüleri, 2013: 66) yanı sıra katılımcı, bu tür faaliyetlerin sosyal farkındalık ve sorumluluk duygusunun sonucunda, doğal olarak, gerçekleşmesi gerektiğini ifade etmektedir.

> *"İlk adım sivil topluma girişimdi. Benim hayatımdaki birinci dönüm noktası bir vakıfta tam zamanlı çalışmaya başlamamdır. Ben sivil topluma girdikten sonra kendimi keşfettim."(K7)*

Katılımcının, sivil toplum tecrübesini bir dönüm noktası olarak ifade ettiği görülmektedir. Genel olarak bakıldığında, toplumsal bir ihtiyaca katılımcı olarak çözüm bulma, kendini iyi hissetme, toplumsal sorumluluğu yerine getirme gibi etmenler sivil toplum katılımının nedenleri ve sonuçları kapsamında incelenebilir (Özel Sektör Gönüllüler Derneği, 2009: 5).

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Sivil Toplum Deneyimi", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.5.4. Rol Model Deneyimi

Rol model alma davranışı, önemli olduğu inanılan kimselerin, kişilerin davranış biçimleri ve karar verme süreçleri üzerindeki etkisini açıklayan bir kavramdır (Mutter ve Pawlowski, 2014: 325). "Rol Model Deneyimi" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Liseden başlayan, annemden, ailemden gördüğüm şeyler vardı. Lisedeyken hastanenin bütün yardım işlerini annem yapardı. Yaşlılar, gençler eve gelip hediyelik eşya üretip hastane için satarlardı."(K11)*

Katılımcı ifadesinden kadın sosyal girişimcilere genç yaşlardan itibaren ebeveynlerin davranışının örnek teşkil ettiği anlaşılmaktadır. Nitekim Albert Bandura, kişilerin kendi davranışlarını başkalarını gözlemleyerek ve model alarak geliştirdiğini belirtmektedir (1965: 589). Sosyo-psikolojik temelleri bulunan rol model alma davranışı, taklit etme eylemi olduğu kadar duygu ve düşünsel bir oluşum sürecini de ifade eder (Bilis, 2014: 205). Konuya ilişkin benzer bir katılımcı ifadesi aşağıdaki gibidir:

> *"Benim annem ve babam da toplumsal sorunlarla ilgilenen insanlardı. Mesela annem doktor değildi ama Verem Savaş Derneği üyesiydi. Kendine güvenen ve gayretli bir insandı… Babam da çok teşkilatçı bir insandı. Mühendisti kendisi. Küçücük bir şey verin kocaman bir şey yapardı. Birisi bize*

bir kuş hediye etmişti. Biz buna nasıl bakarız ederiz derken babam kuşu aldı, kuş sevenler derneği gibi bir dernek vardı, üye oldu. Derken kuş üretmeyi öğrendi, kafesler aldı, üzerine düştü, sattı ve paralar kazandı."(K3)

Akarsu, bir çocuğun duygu ve düşüncelerinin; ailesine, arkadaşlarına, yurduna, ulusuna ait duygu ve düşünceler olduğunu söylemektedir (1998:147). Nitekim yukarıdaki ifadede de katılımcının rol model aldığı, çocukluk döneminden itibaren daima toplumsal meselelerle ilgilenen, üretken, teşkilatçı, kendine güvenen ebeveynlerin varlığına vurgu yapılmıştır. Dolayısıyla genç yaştan itibaren bireyler için, itibar ettikleri kişiler olarak anne-baba modelinin sosyal girişimciliğe uzanan yolda önemli olduğu söylenebilir.

"Bir akademisyenle görüşmüştüm. Babası Kars'ın köyünde öğretmenmiş, 'New York'ta beş bin kişiye konferans verdim baba' demiş. Babası da 'Türkiye'ye ne faydası var bunun?' diye sormuş… Bu öğretilen bir şey... Kalkıp Türkiye için çalışmaya başlamış. Senin saygı duyduğun annen, baban, her kimse senin rol modelin... Herkeste anne, baba olmayabilir ama herkeste bi rol model var."(K13)

Marshall; rol model alınan kişilerin, yakın çevreden ve şahsen tanınan kişilerden olabildiği gibi, uzak ve tanınmayan kişiler arasından da seçilebildiğini belirtmiştir (Aktaran Bilis, 2014: 205). Nitekim konuya ilişkin olarak K13 kodlu katılımcı da benzer bir gözlemini ifade etmektedir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Rol Model Deneyimi", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.6. Örgütlenme Gerekliliği

Örgütlenme, teşkilatlanma anlamına gelmektedir (TDK, 2019). Belli hedeflere ulaşmak için, bir araya gelinerek gerçekleştirilen örgütlenme faaliyeti her

geçen gün önemini artırmaktadır (Can, 2002: 77). "Örgütlenme Gerekliliği" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Ben hep dünyayı değiştirmek istedim ve bunun örgütlenerek mümkün olduğuna inandım"(K3)*

Katılımcı dünyayı değiştirmeye, toplumsal sorunlara çözüm bulmaya yönelik amacının ancak örgütlenerek gerçekleşebileceğine inandığını ifade etmektedir. Nitekim insanların amaçlarına ulaşabilmeleri için yetenekli, başarılı ya da haklı olmalarının yetmediğini ifade eden Can, aynı zamanda güçlü olmaları gerektiğine vurgu yapmaktadır; güçlü olmak ise bireysel çabadan ziyade bireylerin güç ve enerjilerini bir araya getirmeleri ile sağlanabilmektedir (2002: 75).

> *"Evet, çok gönüllü çalışma yaptım, sivil topluma baya katkı verdiğimi düşündüm fakat siz gönüllü olduğunuzda kitleleri mobilize etme gücünüz o kadar yok. İnandığımız ve yapmak istediğimiz şey bir sistem dönüştümekti ve bunu ancak beraber, kitleleri mobilize ederek başarabilirdik. Bunu kurgulayarak daha sistematik bir şekilde başkalarını da sürece dâhil edebilmek için bu sosyal girişimi kurduk. Bu yüzden bir sosyal girişimci olarak bunu modellediğinizde aslında mobilizasyon sürecini de kurgulamış oluyorsunuz ve aslında bizi en çok motive eden bu yaptığımız."(K4)*

Sivil toplum tecrübesi olan katılımcı, sistem dönüştürmek gibi büyük bir idealden ve gönüllü olmak ile örgütlenmek arasındaki farktan bahsetmektedir. Nitekim bireysel istekler, kitleler tarafından ifade edildiğinde daha etkili, akılcı ve ulaşılabilir bir konuma gelmektedir (Can, 2002: 75). Bununla birlikte belirtmek gerekir ki kar amacı güden ve gütmeyen ortakları, bağışçıları, gönüllüleri ve çalışanları sosyal fayda üretmeleri yönünde seferber etmek ve onlara ilham vermek sosyal girişimcilerin sahip oldukları bir beceridir (Zahra vd., 2009: 523).

> *"Yetkililerin izni ile çeşitli çalışmalar yaptık ancak yine de düzeltilmesi, müdahale edilmesi mümkün olamayan durumlar oluyordu. Sonuç olarak bu alanda tanıştığım arkadaşlar ile*

doğrudan müdahale edebilmek üzere sorumluluğunu üstlendiğim bir yapı oluşturmak istedik. Olan bitenleri izleyen, raporlayan ve bunun üzerine bir şey söyleyen bir yapı olarak ortaya çıktık." (K1)

Diğer katılımcılardan nispeten farklı olarak bir zaruretten, yani amaçlarını gerçekleştirmek üzere örgütlenme gerekliliği hissetmenin başka bir nedeninden bahsedilmektedir. K1 kodlu katılımcı örgütlenme amacının aynı zamanda çeşitli risk faktörlerinin sorumluluğunu almak üzere kontrolün kendisinde olduğu bir sosyal girişimcilik başlattığını ifade etmektedir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Örgütlenme Gerekliliği", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.7. Merak

Merak, bir şeyi anlamak veya öğrenmek için duyulan istek anlamına gelir (TDK, 2019). Bu kapsamda incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Sivil toplumu merak ediyordum, sivil toplumda çalışmak istiyordum. Ki o zaman Türkiye'de sivil toplum gelişmemiş, hiçbir şekilde tercih edilmeyen, ailelerin çocukları için desteklemediği bir alandı. Fakat söylediğim gibi benim içimde bir merak vardı." (K7)

"Merak" duygusu belirsizlik, yenilik gibi çeşitli çevresel faktörlerin uyardığı bir motivasyon durumudur (Berlyne, 1954: 180). Nitekim katılımcı da ifadesinde, kendisi için yeni ve belirsiz olan bir alana karşı duyduğu meraktan bahsetmektedir. Genel olarak merak ile ilgili açıklamalar değerlendirildiğinde, içsel bir süreç olarak ele alındığı ve merakı gidermeye yönelik faaliyetlerin gerçekleşmesi için ruhsal ve biyolojik bir enerjinin olması gerektiği görülmektedir (Çelik ve Topçuğlu, 2017: 1224).

"Ayrıca o dönem çocuğumun rahatsızlığı hiç bilinmiyordu. Bunun için de bu alanı daha iyi anlama merakı vardı. Bilmediğimiz bir şeye dokunamayız. Amaç biraz daha iyi anlamaktı..." (K10)

Katılımcı mevcut bir problemle başa çıkmak üzere yola çıktığını ve probleme yönelik bir merak duygusu geliştirdiğini ifade etmektedir. Bu noktada merak duygusunu evrimsel bir hayatta kalma dürtüsü ile ilişkilendiren Ganza'nın ifadelerine yer vermek gerekmektedir. Ganza, merakın bireyleri problem çözme konusunda yeni yollar keşfetmek ve bu yolları başarıyla uygulamak konusunda motive ettiğini ifade etmektedir (Aktaran Reio vd., 2006: 117).

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Merak", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.8. Cinsiyete Dayalı Pozitif Önyargılar ve Ayrımcılık

Cinsiyet, kişilerin kadın ya da erkek olarak gösterdikleri biyolojik ve fizyolojik farklılıkları ifade eder (Bayrakdar, 2018: 168). "Cinsiyete Dayalı Pozitif Önyargılar ve Ayrımcılık" kapsamda incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Kadın olduğum için şiddetin başka türlüsüne maruz kaldım... Çok incindim diyebilirim. Bu incinme doğrudan kadın olmakla ilgiliydi. Sorgulamaya başladım. Şiddet ve işkence yaşadığım zaman, artık eskiden yaşadığım aile içi şiddet için de hesap sorabileceğim kimse kalmamıştı çünkü babamı ve eşimi zaten kaybetmiştim." (K8)

Katılımcı, kadın kimliğine sahip olmasından kaynaklı olarak, hem aile içinde hem de çeşitli kamusal alanlarda edindiği tecrübelerin kendisine telafisi olmayan zararlar verdiğini ifade etmektedir. Günümüzde kadınların yaşadığı ayrımcılık, başta erkek-egemen kültür olmak üzere, çeşitli nedenlere dayanmaktadır (Yatkın, 2013: 186). Bu nedenlerin sonuçlarından yalnızca bir tanesi olan kadına yönelik şiddet ise cinsiyete dayanan, kadına zarar verirken onu inciten, toplumda ya da özel yaşamında

baskı uygulayan ve özgürlüklerini kısıtlayan davranışlardır (Aktaran Subaşı vd., 2003). Kadının şiddete olan bakış açısı yaşadığı toplumun mevcut yasal düzenlemelerine, kültürüne, kadının eğitim durumuna ve sosyo-ekonomik düzeyine göre değişiklik göstermektedir (Subaşı vd., 2003). Bu çalışmada ise cinsiyet ayrımcılığının sonuçları ile mücadele etme maksadının ve bu ayrımcılığın kişide yarattığı sosyo psikolojik durumların, katılımcıyı sosyal girişim kurma yönünde motive ettiği gözlemlenmiştir. Benzer şekilde Humbert, yapılan bir çalışmada ayrımcılığa maruz kalmanın, yani bu tür bir engelin (problem çözme kapsamında) motive edici olabildiğini (2017: 7) ve bunu tecrübe etmiş kadınların geleneksel girişimcilik yerine sosyal girişimci olmaya daha fazla eğilimli olduklarını ifade etmiştir (Haugh, 2005: 3).

> *"Özellikle kadınlar olarak bizler çok verici insanlarız. Kadınların uzun yaşama sebebi olarak da bunu söylerler, hep birine bakıyoruz; çocuğumuza bakıyoruz, annemize, babamıza, toplumumuza... Bu bir hayat tarzı, hayat biçimi... Nereye gidersen git böyle. Bir kurumun başkanı demişti biz çok benciliz; siz kadınlar, çocukların geleceğinden çevrenin geleceğine kadar her şeyi düşünen insanlarsınız. Erkekler daha kar odaklı."(K11)*

Cinsiyetlerin birbirine karşı herhangi bir üstünlüğü söz konusu değildir (Akgün, 2002: 31); kadın ve erkek, biyolojik faktörlerin yanı sıra toplumsal ve kültürel etmenler dolayısıyla farklı düşünce şekilleri geliştirmektedir (Marini, 1990: 95) ve toplumsallaşma sürecinde bazı yargıları içselleştirmektedir (Aktaran Şahin vd., 2013: 112). Sonuçta cinsiyet rollerindeki fikir birliğine varılmış ve klişeleşmiş bu farklılıklar, cinsiyetlerin tutum ve davranışlarında gözlemlenmektedir (Marini, 1990: 95). Bu noktada katılımcı, kadınların doğuştan değilse de çeşitli faktörler altında geliştirdikleri özelliklerine vurgu yaparak bunların "olumlu" sonuçlarına işaret etmektedir. Cinsiyetinin (ya da toplumsal cinsiyetin) bir sonucu olarak katılımcının kendisinde de geliştirmiş olduğu özgecilik, yaratıcılık, yapıcılık temalı olumlu davranışların, yine sosyal girişimcilik kurma noktasında önem taşıdığı söylenebilir.

"Kadın daha yaratıcı bir varlıktır, çünkü doğurgandır. Kadının doğası ve yaratıcılığı tarih boyunca gördüğümüz bir durum. Erkek avlanıp gelir, kadın avı pişirip yenilebilir hale getirir. Yani nesnenin doğasını değiştirir. Büyücü gibi! Sazları kullanarak barınak yapar. Köyde ve kentte, eksikleri kimseye hissettirmeden kapatmanın yolunu bulan yaratıcı güç kadına aittir."(K10)

Doğurganlıkları ile insan neslinin devamını sağlayan ve üretkenlikleri ile her alanda katkıda bulunan kadınların; özelde aile içinde, genelde ise toplumda sahip olduğu yerin önemi tartışılmazdır (Atış, 2010: 1). Konu ile ilgi K10 kodlu katılımcı ise, K11 kodlu katılımcı ile ilişkili olarak kadınların erkeklerden farklılaşan özelliklerini işaret etmektedir. Bu doğrultuda yaratıcılık kapsamında bakıldığında, cinsiyet değişkenine göre yaratıcı düşünce yeteneğini karşılaştıran yaklaşık seksen araştırmanın yarısından çoğunun anlamlı sonuçlar ortaya koymadığını gözlemlenmiştir (Yaşar ve Aral, 2010: 206); Fakat çalışmalarda okul öncesi dönemde, geleneksel cinsiyet rollerinin henüz belirginleşmemiş olması dolayısıyla sonuçların benzer özellikler gösterdiği düşünülmektedir. Bu çalışma özelinde ise cinsiyete bağlı olarak yaratıcılık, kadınları sosyal girişimciliğe yönelmesi noktasında anlamlı bir özellik olarak kabul edilebilir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Cinsiyete Dayalı (Pozitif) Önyargılar ve Ayrımcılık", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.9.Yurttaş Farkındalığı

Yurttaşlık; yurttaş olma, bir yurtta doğup büyüme veya yaşamış olma durumu, vatandaşlık (TDK, 2019) anlamına gelip ortak yaşama ilişkin hak ve yükümlülüklerinin farkında olarak hareket eden kişileri ifade etmektedir (Şahbudak ve Ayan, 2011: 110). "Yurttaş Farkındalığı" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Ben bir kamp yaptım hayatım değişti derim hep. Yabancı dilimi geliştirmek için gittim, 18 yabancı, 2

Türk vardı. Ne yabancılarla ne köylülerle diyalog kurabiliyordum. Yabancılar neyse de aynı dili konuştuğum köylülerle iletişim kuramamak hayatımın akışını değiştirdi. Kendi ülkemin insanı ile diyalog kuramamak ağırıma gitti." (K13)

Katılımcı, ülkesinde yaşadığı bir problemin kendisinde yarattığı üzüntüyü ifade etmektedir. Vatandaşı olduğu ülke için bir şeyler yapma arzusunu taşıyan bu sorumluluğu hisseden başka bir ifade ise aşağıdaki gibidir:

"Tabi para kazanmam da gerekiyordu ama bir yandan da Türkiye'ye daha ne kadar katkıda bulunabilirim diye düşünüyordum… Bu içten gelen bir şey. "(K11)

"Ben, anne babası cumhuriyetin gençliği olan biriyim; annem öğretmen, babam subay. İkisi de Atatürk'ün genci ve müthiş ideallerle bu yola baş koymuşlar, biz de vatana millete hayırlı evlat olalım diye yetiştik. Aksi aklımıza bile gelmezdi kardeşlerimde de bu var."(K13)

Katılımcı anne-babası dolayısıyla "vatana hayırlı evlat" olma bilinci ile yetiştirildiğini, bu ideal ile büyütüldüğünü ifade etmektedir. Bendix, "yurttaş" kavramına ilişkin iki farklı anlayıştan bahseder (Aktaran, Şahbudak ve Ayan, 2011: 109): Birinci anlayışa göre, yurttaşlık bir görev, sorumluluk ve gururla kabul edilmiş bir yüktür. İkincisi anlayış ise yurttaşlığı bir statü, yetki veya hak olarak kabul etmektedir. Bendix'in, hayatın çekirdeğini oluşturduğunu belirttiği birinci anlayışın katılımcı ifadelerinin temasını oluşturduğu söylenebilir. Konuyla ilgili aşağıdaki ifade dikkat çekicidir:

Bir akademisyenle görüşmüştüm. Kars'ın bir köyünde öğretmen olan babasına, 'New York'ta beş bin kişiye konferans verdim baba' demiş. Babası da 'Türkiye'ye ne faydası var bunun?' diye sormuş… Buun üzerine kalkıp Türkiye için çalışmaya başlamış."(K13)

Vatandaşı oldukları ülke için çalışma ve çabalama arzusu ile buna yönelik manevi duyguların, sosyal girişim faaliyetlerini gerçekleştirme gerekçesi olarak katılımcılar tarafından sıklıkla tekrarlandığı söylenebilir.

Sonuçta bu açıklamalar ve bulgular ışığında "yurttaşlık duygusu", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.1.10. Dışsal Teşvik

Teşvik; isteklendirme, özendirme anlamına gelmektedir (TDK, 2019). Yapılan görüşmelerde kadın sosyal girişimcileri doğrudan bir sosyal girişim kurmaya değilse de, ilgili alanda çalışmalar yapmaya, tesadüfen ya da bilinçli olarak, teşvik eden ya da destekleyen kişiler olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Çalıştığım iş yerinde bir vakfa destek verilecekti, bununla ilgilenebilecek birini ararlarken benim bu konularla ilgili olduğumu düşünüp bana ulaştılar. Zaten yaptığım işi çok sevmiyordum. Bizim genel müdür bunu fark etti ve 'sen bir şirket kur seninle öyle çalışalım' dedi " (K11)*

Görülmektedir ki katılımcının ilgi ve alakasının keşfedilmesi, daha sonra da katılımcıya yakın kişi veya kurumların destek vermesi katılımcıyı bu sektörde bir iş kurmaya yönlendirmiştir.

> *"Benimle aynı fikirleri paylaşan çalışma arkadaşım da yol gösterdi, ben sahiplendim, geliştirdik ve ortaya böyle bir sosyal girişim çıktı. Onun desteği olmasaydı bu kadar ilerlemeyebilirdi."(K2)*

İlgili alanda ortak çalışmalar yürütüldüğü, benzer dünya görüşüne ve ilgi alanına sahip kişilerin ufuk açıcı yönlendirmeler de bulunduğu görülmektedir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "dışsal teşvik", kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2. Kadınların Sosyal Girişimciliğinde Zorlaştırıcılar

3.1.5.2.1.Toplumun Yaklaşımı

Norm; yargılama ve değerlendirmenin kendisine göre yapıldığı ölçüt, uyulması gereken kural, düzgü anlamına gelir (TDK, 2019). Sosyal normlar ise uzun süreden beri yapılarak davranış kalıbı haline gelen, bireyler arası ilişkileri düzenleyen ve denetleyen toplumsal bir olgudur (Eroğlu, 2015: 307). Toplumsal değişimlerin ortaya çıktığı ve hızla ilerlediği durumlarda toplumun gerekli uyumu göstermesi de güçleşir. Dönmezer, bu durumu örf ve adetlerin istikrar unsuru olmaları ile ilişkilendirmiştir. Dolayısıyla hızlı değişimlerin çatışmalara sebep olması kaçınılmazdır (Eyüpoğlu ve Perşembe, 2010: 118). "Toplumun Yaklaşımı" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Acayip şeylerle itham edildik; 'ne çıkarınız var, ne yapmak istiyorsunuz, arkasında kimler var…' Çünkü onlar için düşüncemiz o kadar anlaşılmazdı ki, bunun mümkün olduğunu kabul dahi edemediler."(K3)*

İfadeden de anlaşıldığı üzere salt toplumsal bir fayda için ve çıkar gözetmeksizin gösterilen davranışlar (bilhassa kişisel amaçlarla gerçekleşmeyen gelir getirici faaliyetler) toplum tarafından idrak edilmesi zor, dolayısıyla mücadele edilmesi gereken bir algı olarak kadın sosyal girişimcilerin karşısına çıkmıştır.

> *"Başka bir engel de Türkiye'deki polarizasyon. Bu sosyal girişim çok siyaset üstü duran bir platform. Hiçbir siyasi partiye yakınlığı yok ve hep söylemimizde bu var. Fakat herkesin birbirini bir tarafa konumlama eğilimi var. Özellikle ilk yıllar bununla sürekli mücadele ettik. Bir şüphe duyuluyordu. Yani 'çok büyük bi komünitesin, bunun siyasi bir yani var mı?' diye yaklaşıyor insanlar. Tarafsız*

olduğumuza ikna etmek o kadar uzun sürdü ki. Komünite güçlü bir şeydir; çok insanı ve parayı mobilize edebilirsin. Bunun siyasi ya da maddi bir derdin olmadan yapyığını anlatmak bir zorluktu."(K4)

Katılımcı ifadesinden anlaşılmaktadır ki, sosyal girişimcinin; maddi bir amaç gütmemekle kalmayıp siyasi partilere destek vermeden bir kitleyi sosyal amaçlarla bir araya getirmesi, toplum tarafından güçlükle anlaşılmıştır. Sosyal girişimlerin partiler üstü bir çalışma yürütebileceği fikrinin kabul edilmesi zorlaştırıcı bir faktör olarak görülmektedir. Özellikle sosyal girişimin, arkasında bir kitleyle ilerliyor olması, o kitleyi nasıl yönlendireceği konusunda toplum tarafından şüphe uyandırıcı bulunmaktadır.

"Bir projemizi belediye ile ortak yürütmek istedik. Çok güzel bir proje olduğu halde yetkililer "biz yoğunuz, idare edemeyiz" dediler. Yetkililer hem yeni bir şeye girmeye korktular hem de arkasından siyasi bir şey çıkacak diye de çekinebiliyorlar."(K7)

Katılımcı, yetkili kişi ve kuruluşların da sosyal girişimlere karşı temkinli olduklarını, dolayısıyla kamu kurum ve kuruluşlarında çalışan insanların da sosyal girimlere şüpheyle yaklaştıklarını ifade etmektedir.

"Yani siyasi bir yapımız olsa onun için gelenler olacak fakat biz herkese açığız diyoruz, öyle olunca kaybediyoruz. Kariyer ise bugünün gençliği için önemi ve gönüllülük işine yaramıyor, herkes gönüllü olmanın erdemini anlayamıyor"(K13)

Kişilerin bir parçası olduğu/olacağı ya da işbirliği yaptığı/yapacağı sosyal girişimin siyasi faaliyet yürütüyor olmasından çekinmelerinin yanı sıra, aynı sosyal girişimin siyasi faaliyet yürütmemesinden dolayı sosyal girişimden uzakta durmayı tercih etmeleri bir engel olarak ifade edilmektedir. Buna ek olarak sosyal girişim bünyesinde faaliyet göstermenin ya da gönüllük kavramının, toplumun ilgisini

çekmemesi ve bu tür faaliyetlerin kişilerin hayatlarına uzun vaadede fayda etmeyeceği algısı da bir problem olarak ele alınmaktadır.

Başka bir algı problemi ise sosyal girişimlerin merkezlerine aldıkları meselelerin toplum tarafından algılanış biçimleridir. Konuya ilişkin K1 ve K3 kodlu katılımcıların ifadeleri dikkat çekicidir:

> *"Toplumsal algıyı dönüştürme programı ile çocuk bir mal değildir, nesne değildir, üzerinde tahakküm kuramazsın, eşya gibi alıp satamazsın, istismar edemezsin, ona söz hakkı vermeli, eşit ilişki kurmalı, görüşünü almalısın gibi algıların yerleşmesi çabasındaydık. Bu oldukça zordu çünkü biz böyle bir yapıda büyümedik."(K1)*

Sosyal girişimler; kadın ve çocuk hakları, çevre problemleri, yoksulluk, engelliler, ölümcül hastalıklar gibi farkındalığın gelişmekte olduğu; çeşitli sebeplerle yeterli müdahalenin edilmediği, hatta tabu olan hassas konulara eğilmektedir. Dolayısıyla katılımcı, sosyal girişimlerin toplum nezdinde karşılık bulmasının ve anlaşılmasının, geleneksel toplum yapısı dolayısıyla zor olduğu olduğunu ifade etmektedir.

> *"Bir aile veya bir öğretmen çocuğun haklarını nasıl dikkate almalı bu bilinmiyor. Hiç unutmadığım bir 23 Nisan programında bir kız çocuğu çocuk haklarından bahsediyordu ve biri 'çocuklar dövülebilir mi' diye sordu, kız çocuğu da "hayır dövülemezler ama tabi bir kabahatleri olursa başka' dedi... Mesela bir öğretmen çocuklara çocuk haklarını anlatacaksa tutumunu da değiştirmek zorundadır, hâlbuki bizde; okulda, evde, her yerde şiddet hâkimdir."(K3)*

K1 kodlu katılımcının ifadesi ile bağlantılı olarak, K3 kodlu katılımcı müdahale edilen konunun hassas olmasının, toplumsal yapı nedeni ile görmezden gelinmesinin ya da konuya yönelik bilinçsizliğin zorlaştırıcı faktörler olduğunu ifade etmektedir. Öteden beri toplumun en küçük yapısı olan aileden başlayıp toplumun

her noktasına yer etmiş çeşitli davranış kalıplarının değişime direnç gösterdiği görülmektedir.

> *"Anlatmak başta zordu. Gönüllülük zaten zordu. İnsanlar genellikle korkuyor, utanıyor. Gönüllü olabilir miyim, yapabilir miyim, sözümü tutabilir miyim, söz verdikten sonra devam edebilir miyim diye endişeleniyorlar. Çok az insan geliyordu ve bu beni deli ediyordu. Fakat ben genç insanlar olarak, herkesin yapabileceği bir şeyler olduğunu düşünüyordum… Türkiye'de gönüllülük zaten var, herkesin içinden gelir, bilirsiniz, apartmandaki ilişkilerden sokakta hiç tanımadığı bir insana yardım etmeye kadar bizde bu bir kültürdür "(K11)*

Katılımcı ifadesinden anlaşılmaktadır ki, bir sosyal girişim projesi için gönüllü olmak başlangıçta insanlar için anlam ifade etmemiştir ve çeşitli sebeplerle çekinceli durmuşlardır. Nitekim Balaban da Türkiye'de gönüllü faaliyetlere katılım düzeyinin yüksek olmadığını ifade etmektedir (2015: 151). Fakat gönüllülük kültürünün Türkiye'de, uygulamada yaygın olduğuna inanan katılımcı bunu ortaya çıkarmanın mümkün olduğunu ve bunu ortaya çıkarmak için çabaladığı ifade etmektedir.

> *"Bu engellerin olmaması mümkün değil çünkü giriştiğin iş 'değişim'. Sen toplumsal dönüşümü hedefliyorsun. 'Ben bunu beğenmiyorum, değiştireceğim, böyle gelmiş böyle gitmez' diyorsun. Her şey engel sana! "(K13)*

Katılımcının, değişim hedefleyen kişiler olarak sosyal girişimcilerin, çeşitli engellerle karşılaşmasını olağan karşıladığı görülmektedir. Konu ile ilgili Bornstein'in düşünceleri dikkat çekicidir; "her sosyal girişimci, kariyerlerinin bir noktasında muhalefetle karşılaşır, işinin doğasında bu vardır". Çünkü sosyal girişimcilik ile yapılan iş çoğu zaman kültürel normlara meydan okur ve delice görünür (2007: 47). Sonuçta toplumun yabancı olduğu yeni bir model geliştirmek,

bugüne kadar süregelen kültürün, tecrübenin, bakış açısının bir kenara bırakılmasını gerektirir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "sosyal normlar", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.2. Güvensizlik

Güvensizlik, başkalarına güvenmeyen, itimatsız anlamına gelmektedir (TDK, 2019). "Güvensizlik" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Kooperatif deyince insanlar korkuyordu çünkü zamanında kooperatifler çok yanlışlar yaptılar ve bunlar basına da yansıdı. Bir kooperatifin yaptığı 10 yıl - 15 yılda biten, hatta hiç bitmeyen evler oldu. İnsanlar kredi çekip para yatırıyorlardı ama kimse evine ulaşamıyordu; müteahhit ya batıyordu ya kaçıyordu"(K6) "*

Katılımcı, sosyal girişimin faaliyet gösterdiği tüzel kişiliğin geçmişte basına yansıyan olumsuz haberleri dolayısıyla toplum tarafından itibar görmediğini, insanların çekimser davrandığını ifade etmektedir.

> *"Türkiye'de sivil topluma güven olmadığını ve en büyük zorluğun da bunu aşmak olduğunu gördük. Sivil toplum şeffaf ve hesap verebilir değil ve sivil toplum ile ilgili skandallar var. İnsanlar kesinlikle bağış yapmayız diyor."(K4)*

K6 kodlu katılımcının ifadesi ile bağlantılı olarak toplumun sosyal girişimlerin kaynaklarından biri olan bağışçılığa karşı mesafeli olduğunu ifade etmektedir. Toplumun hem şeffaflığa hem de bağışın verimli bir şekilde kullanılmayacağına yönelik güvensizliği (Çarkoğlu ve Aytaç, 2016: 16) bir engel olarak görülmektedir. Nitekim Yaşama Dair Vakıf'ın 2014 yılında yayınladığı bir

raporunda sivil toplum kuruluşlarına yönelik yolsuzluk iddiaları ve vakaları ile sivil toplumun kar amaçlı/çıkar odaklı olduğu algısı dolayısıyla sivil topluma olan güveninin düşük olduğu tespit edilmiştir (Tüsev, 2014: 12).

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Güvensizlik", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.3. Hukuki Alt Yapı Eksikliği

Toplumu düzenleyen ve devletin yaptırım gücünü belirleyen yasaların bütününe hukuk denir (TDK, 2019). "Hukuki alt yapı eksikliği" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Tabi bu alanlarda yasal düzenlemeler yok. O olmadığı için biz buna evet ya da hayır diyecek kişinin iradesine bağlıyız." (K3)*

Türkiye'de henüz, sosyal girişimlere yönelik herhangi bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. Dolayısıyla katılımcı, sosyal girişimcilerin; tesadüfen iletişime geçtikleri bir yetkilinin, yine tesadüfen verdiği kararlara göre faaliyetlerini şekillendirmek durumunda olduklarını belirtmektedir.

> *"Ben ulaşıp derdimi anlatmayı denedim. Teoride herkes çok ilgili. 'Çok önemli bir konu, mutlaka bir şeyler yapmalıyız' dense de ülkenin durumu o kadar değişken ki düşünün bizim iletişimde olduğumuz kurumunun müdürü sadece yıl içerisinde üç kez değişti. 'Ben birisiyle anlaştım, yardımcı olacaklar' diye düşünüyorsunuz ancak bir dahaki ziyaretinizde başka biriyle karşılaşıyorsunuz. Süreç kendini tekrar ediyor ve ilerleyemiyorsunuz. Sürecin kendinden ve ülkenin dinamik yapısından kaynaklı bir durum var. Bahsi geçen yöneticilere de pay biçmek istemem sorun yapının kendisinde. Teoride destek olsalar da pratikte destek olacak fırsatları olmuyor."(K2)*

Katılımcı muhatap olduğu ve sözlü olarak desteğini aldığı yetkililere, ülkenin değişken gündemi ve dinamik yapısı dolayısıyla tekrar ulaşamadığını, bu sürecin yasal düzenlemelerdeki eksiklikler dolayısıyla her seferinde tekrarlandığını belirtmektedir. Oysa ki sosyal girişimler, kamu politikalarında çeşitli düzenlemeler, değişiklikler sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır (Yahya vd., 2017: 2). Türkiye'de gelişmekte olan bu alanın ekonomik ve toplumsal olarak katkı sunabilmesi için, sosyal girişimler, kamu tarafından desteklenmeli ve benimsenmelidir (TÜSEV vd., 2012: 4).

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Hukuki Alt Yapı Eksikliği", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.4. Siyasi ve İdari Aktörlerin Yaklaşımı

"Siyasi ve İdari Aktörlerin Yaklaşımı" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Mesela bir belediye, Türkiye çapında sürecek bir proje yapmak istedi. Biz o proje için çok uğraştık. Aylarca, defalarca toplantı yaparak ciddi bir mesai harcadık ve çalışmaya başladık. İki ay o grupla çalıştık ve sonra durduruldu. Bana bir sebep söylenmedi. Bir tanıdık aracılığıyla benim siyasi duruşumla, daha doğrusu onlar gibi siyasi durmayışımla alakalı olduğunu öğrendim"(K10)*

Sosyal girişimlerin çalışmalarında karışılaşılan bir engel olarak katılımcının ilgili siyasi veya idari aktörlerlerle aynı görüşleri paylaşmamasının, çalışmaların devam etmesine engel teşkil ettiğine yönelik bir algı söz konusudur.

> *"Yetkililerle bir çatışma oldu… Meselenin soğumasını bekledim, randevu istedik. Genel Müdür tabi car car bir dernekçi kadın bekliyor karşısında fakat beni gördü şaşırdı; ondan yaşça büyüğüm, saçlarım beyaz... …'Biz size kızdık, çünkü siz üç adım önde gidiyorsunuz, bizim yapmamız*

gereken işleri yapıyorsunuz. Bundan dolayı kızdık' dedi... Bakın bu çok büyük bir itiraf, açıkça daha iyi bir iş yaptığımızı söyledi."(K3)

Bağımsız yapılar olarak varlıklarını sürdüren sosyal girişimler, çeşitli sebeplerle kamu idaresi ya da piyasa tarafından karşılanmayan hizmetleri sunan müşterek çıkar alanında faaliyet gösterirler. Siyaseten tarafsız oluşumlar olarak ortaya çıkmalarına rağmen, sosyal girişimcilik faaliyetlerinin bazı idari ve siyasi aktörlerce kendilerine dönük bir tehdit olarak algılanabildiği ileri sürülmektedir. Bu algı dolayısıyla çeşitli çatışmaların yaşandığı görülmekle birlikte, sosyal girişim faaliyetlerinin başarısının kabul edildiği görülmektedir.

"Sivil topluma karşı tutum oldukça katı... Yapılanların faydasına değil de bu bana zarar verir mi, bir açığımı ortaya çıkarır mı yaklaşımı var. Yapılanların birini kötülemek, sistemi yıpratmak amacıyla değil de; herkesin yüzünü sosyal faydaya dönmesi için yapıldığı, hangi işlerimlerin nasıl sonuç doğuracağı sistematiği meşakkatli bir süreç."(K1)

Yapılan görüşmelerde (sivil toplum çatısı altında gerçekleşen) sosyal girişimlerin; işbirliği yapılacak bir paydaş olarak görülmediğine yönelik bir kanının olduğu gözlemlenmiştir. Kamu idaresi, yapılan sosyal girşim çalışmalarının sağlayacağı sosyal faydayı, kendi özelinde değerlendirdiği bazı risk faktörleri nedeniyle geri çevirebilmektedir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Siyasi ve İdari Aktörlerin Yaklaşımı", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.5. Gönüllü/Çalışan Sürdürülebilirliği

"Gönüllü/Çalışan Sürdürülebilirliği" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"...Biz konumuzu dernek olarak cezaevindeki çocuklarla olan çalışmaya çevirince birçok kişi bizden ayrıldı. İyi, fakir çocukları okutmak varken 'bu ne demek böyle' deyip gittiler."(K3)

Sosyal girişimcilerin temas ettikleri meselelerin gerçekten desteğe ihtiyaç duyup duymadığına bakılmaksızın, meseleye yönelik toplumda hâkim olan genel kanı, kişilerin kararında yönlendirici olduğu ifade edilmektedir. İnsanların "yardıma değer" görmedikleri meseleler kadın sosyal girişimlerin karşılaştırkları zorlaştırıcı bir fenomen olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Gönüllü/Çalışan Sürdürülebilirliği", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.6.Toplumsal Cinsiyet

Cinsiyet, kişilerin kadın ya da erkek olarak gösterdikleri biyolojik ve fizyolojik özellikleri ifade ederken toplumsal cinsiyet, toplumun kadın ve erkeğe uygun gördüğü rol ve davranışları ifade eder (WHO, 2014). Yani toplumsal cinsiyet kavramı, toplumun kadını ve erkeği nasıl gördüğü, nasıl algıladığı ve onların nasıl davranmasını beklediği ile ilgilidir (Ersöz, 2010: 169). "Toplumsal Cinsiyet" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Şöyle bir şey başıma geldi; dernekler masasına gitmiştim, kuruluş sürecimizi, amacımızı anlatıyordum. Oradaki arkadaşlarla sohbet ediyorduk, 'Ne iş yapıyorsunuz, çocuğunuz var mı?' gibi sorular sordular. 'Çocuğunuz için evde oturup ona bakmanız daha iyi değil mi?' dedi birisi. Sosyal girişimci erkekler bunu yaşamıyorlar. Böyle bir fark var, her gittiğiniz yerde bu karşınıza çıkıyor, özellikle çocuğunuz varsa."(K4)

"Kadının yeri" ve "kadının asli görevi" hakkındaki egemen anlayışa göre kadın evinde, ev işi yaparak eşine ve çocuklarına bakması gerekmektedir; dolayısıyla

kadının "dışarıda çalışması" asli görevlerine aykırıdır (Kuzgun ve Sevim, 2004: 15). Katılımcı, sosyal girişimci erkeklerin aksine, bir sosyal girişimci olarak kadınların bu anlayışla karşılaştıklarını ifade etmektedir. Yani kadının iş gücüne yönelik geleneksel bakış açısı ile (Kuzgun ve Sevim, 2004: 15) sosyal girişimcilik alanında da karşılaşıldığı görülmektedir. Bununla birlikte Çelik ve Özdevecioğlu, bu bakış açısının, kadınların özel sektör girişimciliğinde karşılaştığı engellerden biri olduğunu tespit etmiştir (2001: 493).

> *"Bir yetkili, götürdüğüm dosyayı bile incelemeden, 'Genç ve güzel bir kadınsın, niçin millet için uğraşıyorsun, kendin için uğraşsana.' Dedi. Orada o kadar üzülmüştüm ki… Ne yazık ki kadın olarak zorluklarla karşılaşıyoruz. 'Kadınsan evde otur örgünü ör, yemek yap' bakışı açısı var. Hâlbuki biz çok farklı şeylere dokunabiliyoruz. Kadın olduğumuz için bize yakıştırmıyorlar. Eğitim sistemimiz böyle geliştiği için zihniyetler de böyle oluyor."(K6)*

Bir önceki katılımcı ifadesi ile ilişkili şekilde K6 kodlu katılımcı kendisinden beklenen rolden ve bu beklentinin de hiçbir tereddüt ve çekince gösterilmeksizin açıkça kendisine ifade edildiğinden bahsetmekte ve bu durumun eğitim sistemi ile ilgili olduğunu ifade etmektedir. Nitekim konu ile ilgili Vatandaş (2007: 39), genç yaşlardan itibaren, okullarda sistematik bir şekilde, nasıl kadın ve erkek olunacağının öğretildiğini, ders kitaplarında kadınlara edilgen, erkeklere ise etken kimliklerle yer verildiğini ifade etmektedir.

> *"Kadın olarak sen yapamazsın, yeterli değilsin, beceremezsin' dediler. Gerçekten çaresizdik; bunu dev bir canavar olarak düşünün. Bu ezici güç dışarda kadınlara 'Eşim uygun görmediği için gelemem, babam istemediği için yapamam' dedirtiyor. Bunun gibi bir yığın baskı var. Şimdi dönüp bakınca benim yaşadıklarım da farklı bir alanda ama benzer şeyler… Cesaretli ve dirayetli olmasaydım ne bu girişim olacaktı ne de bu kadınlara ve çocuklara ulaşabilecektim."(K2)*

Katılımcı kadın kimliği dolayısıyla bir sosyal girişim başlatmaya yönelik olumsuz telkinler aldığını ifade etmektedir. Cinsiyetin bir iş başarmada yetersiz olacağını ifade eden bu yaklaşım, katılımcı tarafından toplum genelinde hâkim olan "ezici güç" olarak adlandırmaktadır. Bu yaklaşımın, toplumsal cinsiyetin kadınlara yüklediği rollerin bir sonucu olarak gelişmiş önyargılardan bir tanesi olduğu söylenebilir. Bununla birlikte Vatandaş (2007: 33), bir kişi veya topluluğa (kadınlara) karşı önyargılı birinin, tarafsız olmasının beklenemeyeğini ifade etmektedir. Nitekim bu önyargı ile katılımcının bir kadın olarak yaptığı işlerde başarılı olamayacağı şeklindeki yaklaşımlarla karşılaştığı görülmektedir.

> *"Bu her zaman bir engeldi. Başarılı olduğum için bile kötü kadın oldum. Biliyorsunuz kadınlar böyle tanımlanıyor başardıklarında da… Sadece kadın olduğum için bir erkekten çok daha fazla cümle kurmak zorundayım ikna edebilmek için karşımdakini. Kaç yaşına geldim bırak kadınlığı insanlıktan çıktım çalışmaktan ve sözüne de güvenilen bir insanım. Buna rağmen hala kendi ofisimde bile yaşıyorum bunu. Bir erkek danışman tuttuk, benim senelerdir söylediğim şeyi, o söyleyince birden kabul gördü. Referans noktası olamıyoruz." (K12)*

Cinsiyete yönelik olarak karşılaşılan önyargılar katılımcılar tarafından sıkça ifade edilen durumlar olarak gözlemlenmiştir. Başarılı, çalışkan ve tecrübeli bir kadın olarak yalnızca kadın olduğu için sözüne itibar edilmediğini ifade eden katılımcı, başarılı olmasının ise -kadın olduğu için- kendisine yakıştırılmadığını ifade etmektedir.

> *"Bir kadın sosyal girişimci olmak her anlamda zordu. Örnek vereyim sivil toplum buluşmaları vardır, orada bile bunca emekten sonra hala kendimizi dinletmek için bağırıyoruz. Hala bir mücadele vermen gerekiyor. Önce bir kaale alınmama söz konusu. Yok saymak için hep fırsat kolluyorlar*

biz de burada olduğumuzu hatırlamak zorunda kalıyoruz." (K8)

K12 kodlu katılımcı ifadesi ile ilişkili olarak K8 kodlu katılımcı, bir kadın olarak, yaptığı işlerle belli bir başarıya ulaşmış oldukları halde düşüncelerini dinletmekte zorlandığını ifade etmektedir. Bu yaklaşımın demokratik oluşumlar olarak görülen sivil toplum kuruluşları tarafından sergileniyor olması da dikkat çekicidir. Kadın sosyal girişimcilere yönelik önyargılardan bahseden ve bu kez bazı yetkililerin yaklaşımında gözlemlenen başka bir katılımcı ifadesi aşağıdaki gibidir:

"Bizim tüzüğümüzde kadın ibaresinin olması da yetkililerin dikkatini çekti. Hiç unutmuyorum 'kadınlar oturup dedikodu yaparak ne yapabilirler, hangi sonuca varabilirler' dediler. Fakat çalışmalarımızı sunduğumuz slayttan sonra inanın bana çok şaşırdılar ve bu kez daha ciddiye alıp konu üzerine gitmeye başladılar. Kadınlar olarak neler başardığımızı gördüklerinde tüzük de onaylandı."(K6)

Aytaç (2019: 144), bu tür önyargıların genel olarak "elinin hamuruyla erkek işine karışma"nın yaklaşımının modern versiyonu olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca kadınlarla ilgili "saçı uzun" veya "kadına karşı eli sopasız" şeklinde başlayan sözler genelleşmiş önyargıları dile getirmektedir (Vatandaş, 2007: 33). Bu noktada katılımcı ifadesinden anlaşılmaktadır ki, kadınlardan; sosyal girişimcilik faaliyetinde bulunmak yerine kadınlara özgü olduğuna inanılan "eve oturup dedikodu yapmak" gibi davranışlar sergilemeleri beklenmektedir. En nihayetinde bu tür önyargıların ayrımcılığın temelini teşkil ettiğini (Vatandaş, 2007: 34) belirtmek gerekir.

"Kadın olmak özelinde düşündüğümde özellikle bir engel veya kolaylaştırıcıdan bahsedemem. (Sen kadınsın, evinde otur gibi lafları zorlaştırıcı olarak görmüyorum. Böyle şeyler var tabi ama benim için zorlaştırıcı değil. Kişisel olarak önemsemediğim şeyler. Böyle düşünen biriyle benim ne işim olur ki…"(K10)

Kadınların karşılaştığı kadın olmaktan kaynaklı engellerin var olduğunu ifade etmekle birlikte, bunu bir engel olarak addetmeyen katılımcı ifadeleri ile yaygın olarak karşılaşılmıştır.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Toplumsal Cinsiyet", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.7. Finansal Kaynak Yetersizliği

"Finansal kaynak yetersizliği" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Piyasa koşulları çok ağır. O ağır koşullarda hem barınmaya hem de yaptığımız şeyi anlatmaya çalışıyoruz. Ve kar amaçlı satış yapan şirketlerle aynı konumdayız, aynı şekilde vergi veriyoruz, herhangi bir vergi indirimi veya teşvik yok. Daha az vergi versen bir eleman daha çalıştırırsın mesela ama yok. Maddiyat bir engel."(K7)*

Sosyal girişimlerin ayrı birer hukuki yapı olarak tanınmaması bu tür yapıları kâr amacı güden ya da gütmeyen tüzel kişilikler olarak örgütlenmeye zorlamaktadır (Sobhani ve Gasnier, 2012: 3). Dolayısıyla bu zorunluluk, katılımcının da ifade ettiği gibi, sosyal girişimleri geleneksel piyasa kısıtlamaları ile karşı karşıya bırakmaktadır. Bununla birlikte sivil toplum örgütleri olarak örgütlenenler ise sivil toplumun sınırlı iş kapasitesinden dolayı, sahip oldukları potansiyeli kullanamama, başarılı iş modelleri geliştirememe gibi sorunlarla karşılaşmaktadırlar (Sobhani ve Gasnier, 2012: 4).

> *"Kooperatif olarak biz 1160 sayılı yasa kapsamındayız ve bu nedenle bizi ticari amaçlı görüp destek vermeye gerek görmüyorlar. Nihayet bizimki gibi kooperatiflerin Türkiye genelinde kar amacı gütmeyen "sosyal" kooperatifler olduğunu, hibe projelerden de*

yararlandığını ispatlayınca yerel yönetimlerle aramız daha iyi oldu. Eskiden yol ve kanalizasyon desteği için belediyeye gidince, 'siz kooperatifsiniz, özelsiniz kendiniz yapabilirsiniz' diyordu yetkililer. Oysaki biz hiç para almadan dezavantajlı gruplarla çalışıyoruz..."(K6)

Sosyal girişimleri, mevcut yasal düzenlemede yer alan tüzel kişiliklerden birinin çatısı altında kurulmaya mecbur bırakan yasal düzenlemelerin eksikliği, sosyal girişimlere olan bakış açısını da etkilemektedir. Yani sosyal girişimlerin kamu ile ilişkilerde temsil edildikleri ortak bir platformun olmaması, sosyal girişimlerin kamu nezdinde görünür olmamasına (TÜSEV vd., 2012: 5) ve hedeflerine ulaşmak için ihtiyaç duydukları finansal desteği bulamamalarına (Dees, 2007: 28) sebep olmaktadır. Nitekim katılımcı, yerel yönetim birimlerinin, sosyal girişim faaliyeti sürdürdüğü halde bu tüzel kişiliklerin mahalli müşterek ihtiyaçlarını kendilerinin karşılamasını beklediklerini ifade etmiştir.

"Sosyal girişimcilik tanınmıyor ve net bir yasal statüsü olmayınca vergi indirimi de yapılmıyor. Şimdi bir sosyal girişimcilik kuruyorsunuz, sosyal fayda sizin birincil değeriniz fakat herhangi bir girişim gibi vergi ödüyorsunuz. Bütün tüzel kişiliklerde kurulabilirler ama mutlaka sürdürülebilir bir gelir modeli olması lazım. Yani bir ürün ya da bir hizmet sunuyor olması lazım ki sürdürülebilir olsun. Fonlara ve bağışlara bağımlı olmaması gerekir."(K4)

Katılımcı, sosyal girişimlerin birincil hedefi olan sosyal faydayı yaratırken kendi sürdürülebilirliğini sağlamasının da önemli olduğunu ifade etmektedir. Nitekim Pearce (2006), sosyal girişimlerde hem sosyal hem de işletme hedeflerini bütünleşmesi gerektiğini belirtmiştir. Bununla birlikte finansal sürdürülebilirliği sağlamak için verilen çabalar dolayısıyla (Spear vd. 2009: 264) sosyal girişimler, amaçlarından sapma riski ile de karşılaşabilmektedirler (Sobhani ve Gasnier, 2012: 4). Misyonlarını bir kenara bırakarak kar amaçlı faaliyetlere ağırlık vermek de sosyal

girişimin kimliğine zarar verirken, gönüllülerin desteklerinin kırılmasına neden olabilmektedir (Lasprogata ve Cotten, 2003: 100).

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Finansal Kaynak Yetersizliği", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.8.Yönetsel Zafiyet

Yönetsel; yönetimle ilgili, idari anlamına gelmektedir (TDK, 2019). Yönetsel işler, planlanmış ve rutin işleri kapsadığı gibi, önceden planlanmamış ve rutin olmayan işleri de kapsamaktadır (Doğan ve Şahin, 2011: 62). Organizasyonların çevreye uyum sağlayabilmeleri, gerek değişken gerek durağan çevre şartlarına uygun yönetsel tepkiler vermeleri ile ilişkilidir (2011: 61). Yapılan görüşmelerde katılımcılar, sosyal girişimlerine yönelik yönetsel değerlendirmelerinde çeşitli zafiyetlerden bahsetmişlerdir. "Yönetsel Zafiyet" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Dernek faaliyetleri ile nasıl bir etki yarattığımızı ölçmedik, kime nasıl ulaştık bilemedik sistemsel aksaklıklarımız vardı. Gündeme fazla kapıldık, her şeye müdahale etmeye çalıştık. Daha fazla odaklanarak gidebilirdik."(K1)*

Katılımcı, çalışma alanlarının gündemdeki yoğunluğu ve bu yoğunluğa yetişme çabası dolayısıyla yeterince sağlam adımlar atamadıklarını ifade etmektedir. Nitekim Mehta ve Ashok (2019), sosyal girişimcilerin sosyal girişimlerini doğru bir şekilde kurmadan önce genişletme hatası yapabildiklerini ifade etmiştir. Dolayısıyla bu tür durumların amaçlanan sosyal etkiye ulaşamamak, ya da toplumun ve diğer paydaşların beklentilerini karşılayamamak gibi sonuçları olabilmektedir. Etki ölçmek, bir sosyal girişimin sosyal etkisini artırmak için de önemlidir (European Commission ve OECD, 2016: 4).

> *"IT (bilgi teknolojisi) bir engeldi çünkü biz çevrimiçi bir platformda iş yapıyoruz, işin odağında IT var sonuçta ve benim uzman olmadığım bir alan. Ayrıca benim*

pazarlama yönüm zayıf. Mesela kendimi pazarlamayı sevmiyorum ve yaptığım iş konuşulsun istiyorum"(K7)

Doğrudan sosyal girişimcilikle ilgili olmamakla birlikte, katılımcı kendi sosyal girişiminde sunduğu fakat bizzat kendisinin sahip olmadığı bir uzmanlığın engelleyici olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte mütevazı tutumunu, yaptığı işin tanıtımı ve kitlelere ulaşması noktasında olumlu bulmadığı görülmektedir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Yönetsel Zafiyet", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.9.İş-Özel Hayat Dengesi

İş-yaşam dengesi, kişinin; iş, aile ve iş dışı sorumluluklarını yerine getirme yeteneği şeklinde tanımlanmaktadır (Yavuz ve Sağlam, 2018: 926); kişinin yaşam alanlarının her birinde sahip olduğu çoklu roller iş hayatı ile aile hayatının iç içe geçmesine neden olmaktadır. "İş-Özel Hayat Dengesi" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Ayrıca özel yaşam ve iş yaşamı ayrımım kalmamıştı her şey çok iç içeydi bunun herşeyi hızlandırıcı avantajı olsa da dezavantajı artık başka bir alanımın kalmamış olmasıydı."(K1)

Katılımcı sosyal girişimi için harcadığı zaman ile özel hayatı arasında bir ayrımın kalmadığını, bu durum çeşitli amaçlara ulaşma noktasında kolaylaştırıcı bir faktör olsa da kişisel olarak kendine ayırdığı bir vaktin kalmadığını ifade etmektedir.

"Özel hayatım yoktu. Çünkü odak noktam bu sosyal girişimdi, başka şeylere zaman ayıramıyorum. Kendime bir hayat kurmuştum orada yaşıyordum. Sivil toplumda zaten benimle aynı fikirleri paylaşan, yakın arkadaşlıklar edinmiştim onlarla zaten iş yapıyorduk ama özel hayatım yoktu."(K7)

K1 kodlu katılımcının ifadesi ile bağlantılı olarak K7 kodlu katılımcı iş-özel yaşam ayrımının kalmadığını ifade etmektedir. Bunun gerekçesi olarak sosyal yaşantısında zaman geçirdiği çevresinin de iş hayatına dâhil olduğunu ifade etmektedir.

> *"Başka bir engel de zaman darlığı. Çünkü dernek üzerinden para kazanmak gibi bir hedefim yok benim. Mesela başka işleri (meslekleri) olmayan bazı sosyal girişimciler güzel sponsorlarla kendisini de geçindirebilecek geliri sağlayabiliyor. Bu etik değil ve ben buna karşıyım. Bu yüzden benim kendi mesleğim var ve bu da bir zaman darlığı yaratıyor. Ben sosyal girişim için çalışmıyorum, sosyal girişim benim için ikinci bir mesai, bu hep böyle oldu. Zorluklardan biri de bu." (K10)*

Sosyal girişim faaliyetlerinin iş yaşamının bütününü oluşturan katılımcıların yanı sıra, ehliyet sahibi olduğu mesleği icra ederken sosyal grişimciliği ikinci bir mesai olarak sürdüren katılımcıların olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla katılımcı iş hayatı-sosyal girişimcilik-özel hayat arasında denge kurmanın zor olduğunu ifade etmektedir. Sonuçta bir sosyal girişimcilik kurmanın hem kişisel hem de profesyonel yaşam açısından zorlayıcı olabildiği görülmektedir. Özel hayat, -var ise- sosyal girişimden ayrı bir iş hayatı ve sosyal girişime ayrılan vakit arasındaki sınırların bulanık olduğu söylenebilir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "İş-Özel Hayat Dengesi", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.10. Olgusal Bulanıklık

Sosyal girişimcilik kavramı zamanla popülerlik kazanıyor olsa da, farklı insanlar için farklı şeyler ifade etmektedir (Dees, 1998: 1). Sosyal girişimcilik gerçekten ne anlama geliyor ve sosyal girişimci olmak için ne gerekiyor? Bu gibi sorular üzerinde fikir birliğine varılmış değildir. Dolayısıyla bu durum kafa

karışıklığına sebep olmakta ve zorluklar yaratmaktadır. "Olgusal Bulanıklık" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Tanımı hala net değil. Sosyal girişimci kim? Sosyal girişimci kar edebilir mi? Kar etti, kar dağıtabilir mi? Bunlar o kadar flu ki bizler gibi sosyal girişimci olduğunu bilmeyen insanlar var, ya da ben sosyal girişimciyim, diye çıkıp alakası olmayanlar var. O yüzden bunlar çok gri ve sorunlu alanlar. Ve hala çok bilinir bir kavram değil. Hâlbuki bilinirlik insanlarda ufuk yaratabilir."(K4)*

Katılımcı sosyal girişimciliğin tanımına yönelik belirsizliğin problem yarattığını dolayısıyla bu alanda çalışan insanların dahi yaptıkları işlerin farkında olmadıklarına; bununla birlikte sosyal fayda üretmediği halde kendisini sosyal girişimci olarak gören insanların varlığına işaret etmektedir. Nitekim yapılan görüşmelerde, sosyal girişimciliğe yönelik bir bilgi birikimine sahip olarak faaliyet göstermeye başladığını ifade eden tek bir katılımcı dışında, katılımcıların planlamayarak ve hatta kavramla tanışmamış olarak belli aşamaları geçtikten sonra sosyal girişimci olduklarının farkına vardıkları gözlemlenmiştir.

> *"Yani bir sosyal girişimci olarak ben bile bunun bilincine çok geç vardım. Bilmediğim için gönüllü usulü hareket ettim hep. Daha önce bilgi sahibi olsaydım, yeterli donanımım olsaydı, daha sistematik çalışabilirdim, hayal ettiğim bu sisteme daha hızlı ulaşabilirdim. Üniversitede bi dersimiz olsaydı benim için apayrı bir dünya olurdu. Sosyal sorumluluk dilimize yerleşmiş durumda ama öğrenciler neden bir adım daha ilerisini ya da hatta üç adım daha ilerisini düşünmesin ki? Olay neden sosyal sorumlulukta kalsın? Bu girişim olsun-olmalı."(K2)*

Görülmektedir ki hali hazırda bir sosyal girişim faaliyeti sürdüren katılımcı, bugün belli bir noktaya gelmiş olduğu halde kavramın farkındalığına yönelik zayıflığın, daha başarılı olma potansiyeli olan bir çalışmanın önüne geçtiğini ifade

etmektedir. Bununla birlikte kavrama yönelik farkındalığın olmayışının kişileri sosyal sorumluluk ya da gönüllülük gibi çalışmalarla sınırlandığı düşünmektedir.

Sosyal girişimlerin misyonu ve faaliyetleriyle ilgili farkındalığı artırmak, sosyal girişimciliğin pazarlara ve finansmana erişimini sağlayacağı gibi, potansiyel ortakların gözünde meşruiyetlerini artırabilir, diğer sosyal girişimcilere ilham verebilir ve yeni sosyal girişimcilik projelerini teşvik edebilir (European Commission ve OECD, 2016: 4)

> *"Öncelikle şu anki gibi bir algı yoktu. Bugün sosyal girişimciliğe yönelik bakın artık tezler yazılmaya başlanmış, yarışmalar ve sertifika programları var, üniversitelerde dersler var. O zamanlar bunların hiçbiri yoktu. En büyük engel buydu. Etrafındaki insanlar konuyu bilmiyor ve sen çok yalnızsın, bu yalnızlık ara ara "ben ne yapıyorum" diye insanı sorgulatıyor. Başlarda ciddiye alınmadığımı görüyordum. Gözlerde 'yani ne yapacaksın, ne yapabilirsin ki' bakışını görüyordum."(K7)*

Katılımcı, bugün sosyal girişimciliğin nispeten daha görünür olduğunu ifade etmekle birlikte sosyal girişimciliğe başladığı dönemde yaptığı işin ciddiye alınmadığını ve anlaşılmadığını ifade etmektedir. Bu görünmezliğin kendisini ve yaptığı işi sorgulamasına, yalnız hissetmesine sebep olduğunu belirten katılımcı bu durumun en büyük engel olduğunu düşünmektedir. Nitekim Bornstein ve Davis (2010: 19), sosyal girişimcilerin aileleri ve arkadaşları tarafından yanlış anlaşıldığını ya da hiç anlaşılmadığını dolayısıyla çoğu zaman kendilerini savunmasız ve önemsiz hissettiklerini, izole edildiklerini ve medya, özel sektör ve kamu tarafından görmezden gelindiklerini ifade etmiştir.

Farkındalığı artırmak, sosyal girişimlerin sadece finansal kaynağa ulaşabilmeleri noktasında değil aynı zamanda -ve aslında daha da önemlisi- ortak bir sosyal problemin çözümünde yer alarak erdemli bir döngüye dâhil olma noktasında insanların bilgi sahibi olması için önemlidir. Nitekim sosyal girişimciliğe yönelik

kavram kargaşası kamu tarafından da bu alanın anlaşılmasını dolayısıyla kamunun destek vermesini güçleştirmektedir (TÜSEV vd., 2012: 5).

> *"Hal böyle olunca örneğin ailem için engeldiler diyemem ama destekleyici olduklarını da söyleyemem, çünkü zorlandığımda gereksiz yere yorulduğumu üzüldüğümü düşündüler. Başka arkadaşlarım büyük şirketlerde büyük paralar kazanırlarken ben ailemin ne olduğunu bile bilmedikleri bir şey için çabalıyordum. Önce sivil toplumda çalışmak, sonra kendi şirketimi kurmak yani bu yolculuğu seçmek baştan sona çok zor oldu. Hiçbir zaman destek gelmedi."(K7)*

Katılımcı, ailesinin engel oluşturmamışsa da destekleyici bir tavır sergilemediğini ifade etmektedir. Bu tavrın sebebinin, sosyal girişimciliğin insanlar için anlam ifade etmemesi, standart bir meslek ve unvan vaad etmemesi gibi sebepler dolayısıyla ailenin korumacı bir tavır sergilediği görülmektedir.

Sosyal girişimcilik yalnızca bir sosyal hizmet, ekonomik bir girişim ya da toplumsal kalkınma değil; üçünün de bir araya gelmesidir. Dolayısıyla sosyal girişimciliğe yönelik kavramsal ve yasal bir çerçevenin olmayışı ciddi zorluklar yaratmaktadır (Emerson ve Twersky, 14). Nitekim Türkiye'de sosyal girişimler vakıf, dernek, şirket, iktisadi işletme, kooperatif gibi çeşitli tüzel kişilik yapılarıyla faaliyet göstermekte dolayısıyla literatürdeki ve yasal düzenlemedeki karmaşa sorun teşkil etmektedir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "olgusal bulanıklık", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.2.11.Etnik Kimlik

Etnisite "halk" anlamına gelen Yunanca "ethnos" sözcüğünden türetilmiştir ve ortak mirasla karakterize edilmiş ortak bir kökenden geldiğine inanan kişileri ifade etmektedir (Kurubaş, 2008: 13). Kimlik inşası daima devam eden bir süreçtir

ve gruplar kendi kimliklerini inşa ederken başka bir yandan da karşıt grupların kimliklerini inşa ederler (Yayak, 2018: 779). Dolayısıyla etnik kimliğin bir zenginlik olmaktan çıkarak sorun alanı haline dönüşebildiği görülmektedir. Etnik kimlik engeli, yapılan görüşmelerde tek bir katılımcının ileri sürmüş olduğu bulgudur. Katılımcı etnik kimliği dolayısıyla güçlüklerle karşılaştığını ifade etmiştir.

Yapılan bir çalışmada Humbert, kimlik dolayısıyla ayrımcılığa maruz kalmanın karşılaşılan engellerden olduğunu (2017: 7) ve bunu tecrübe etmiş kadınların geleneksel girişimcilik yerine sosyal girişimci olmaya daha fazla eğilimli olduklarını ifade etmiştir (Haugh, 2005: 3).

> *"En önemli engel tabi Kürt hareketindendi. Ortada böyle ciddi bir sorun dururken kadınlar için bir örgüt kurmanın Kürt meselesine ihanet etmek olduğunu iddia ettiler. Ciddi tehditler aldık. İlk üç-dört yıl saat 4'te ve hep birlikte çıkardık ofisten, birbirimizi eve bırakarak giderdik. Her türlü psikolojik baskıya, fiziksel şiddet tehditlerine maruz kaldık. İlk zorluk bunlardı...*
>
> *İkinci zorluk ise ayrımcılık. Bu kadar büyük bir deneyime sahip olmamıza rağmen kadın hareketi içinde bu deneyimi anlatacak fırsatı hala bulamıyoruz çünkü ayrımcılık söz konusu. Yani ikinci zorlaştırıcı Kürt olmaktı."(K8)*

Görülmektedir ki katılımcı, hem etnik kimliğini temsil eden grupların beklentileri dolayısıyla psikolojik baskıya ve fiziksel şiddete, hem de yine etnik kimliği dolayısıyla önyargılara ve ayrımcılığına maruz kalmıştır. Nitekim Humbert (2012: 7), çalışmasında sosyal girişimciler için etnik köken ve cinsiyet gibi faktörlerin ne tür bir engel yarattığını ya da bir engel olup olmadığını araştırmak gerektiğini ifade etmiştir. Bu çalışma kapsamında tek bir vakada karşılaşılmışsa da etnik kimliğin engelleyici bir faktör olduğu söylenebilir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Etnik Kimlik", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan engeller kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.3.Kadınların Sosyal Girişimciliğinde Kolaylaştırıcılar

3.1.5.3.1.Muhatap Kitle

"Muhatap kitle" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *Sosyal girişim ile destek olduğumuz kişiler, zaten destek verir sandığınız nispeten daha eğitimli bir kesimden daha çok kucak açtı. Özellikle kadınlar... Erkekler de yine bir nebze 'Aman, kadınlarla neden konuşuyorsunuz ki?' yaklaşımı vardı. Bana yönelik değildi ama kendi karısına ve kız çocuğuna yönelik bir yaklaşımdı bu." (K2)*

Katılımcı ifadesinden de anlaşıldığı üzere en önemli kolaylaştırıcı faktörlerden birinin sosyal girişimlerin odaklandığı, problemlerini çözmek üzere harekete geçtiği kitle olduğu görülmektedir. Görüşmelerden elde edilen verilere göre çalışma alanı özellikle kadın hakları olan katılımcıların, ciddi bir destek gördükleri yaygın bir kanıdır. Bu noktada hedef kitlenin, özellikle de kadınların, kadın sosyal girişimcilere olan bakış açısının oldukça olumlu olduğu söylenebilir. Benzer bir katılımcı ifadesi ise aşağıdaki gibidir:

> *Kadınlarla birlikte olmak, dayanışma halinde olmak, destek görmek en önemli şeydi. Zaten bugün bizi ayakta tutan şey bir kadının hayatına dokunduğumuzu görmek. Sonuç çok yakında ve yüzde yüz. Bir kadının korunmasını sağladıysan, işe başladığını gördüysen müthiş bir doyum oluyor. Enerjiyi veren ve kolaylaştıran budur." (K8)*

K2 kodlu katılımcının ifadesi ile bağlantılı olarak, K8 kodlu katılımcı insanların desteğininin öneminden bahsetmektedir. Bununla birlikte katılımcı, birine fayda sağlamanın ve verilen çabanın karşılığını almanın motive edici bir faktör olduğunu ifade etmektedir. Nitekim sosyal girişimlerin dezavantajlı gruplara hitap ettiği göz önünde bulundurulduğunda, dezavantajlı kitleden ilgi ve destek

görmelerinin büyük önem taşıdığı söylenebilir. Konuya ilişkin başka bir katılımcı ifadesi ise dikkat çekicidir:

> *"Dayanışma ve insanların inancı en büyük destek oldu. Nar gibi... Birdik, bin olduk." (K1)*

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Muhatap Kitle", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan kolaylaştırıcılar kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.3.2.Beşeri Sermaye

"Beşeri Sermaye" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Başka bir kolaylaştırıcı ekibim. Çünkü aynı bakış açısına sahip olduğum, aynı ruhta insanlarla birlikte çalışıyorum. Çok az kişiyle çok etkili çok özel çalışmalar yaptık. Aynı ruhta olmasak yapamazdık."(K7)*

Katılımcı sosyal girişimcilik faaliyetleri için birlikte çalıştığı kişi/kişilerin kolaylaştırıcı faktörlerden biri olduğunu ifade etmektedir. Bu durumunun gerekçesinin ise bu kişilerle ortak bakış açısına sahip olmak olduğu görülmektedir.

> *"Benimle aynı zihniyette olan insanlar... Gerek çalışma arkadaşlarım, gerek çevrem..."(K2)*

> *"Seninle olaylara benzer kişilerle çalışmak insan ve dayanışma gücü açısından çok önemli"(K13)*

K2 ve K13 kodlu katılımcı ifadelerinden anlaşılmaktadır ki kadın sosyal girişimciler açısından işgücünde benzerlik, başarılı sonuçlara ulaşma noktasında önem arz etmektedir.

> *"İlk günden itibaren profesyonel gönüllüler dediğimiz arkadaşlarımız profesyonelliklerini ücretsiz verdiler. Biri logomuzu ve kurumsal kimliğimizi tasarladı. Reklam ajansı*

olan bir arkadaşımız bütün sloganları buldu. Hukuki destek avukat arkadaşlardan geldi."(K4)

Sosyal girişimlerde personel, avukat ve muhasebeci harcamalarının bu süreçle önemli idari maliyetler olabilmektedir. (Lasprogata ve Cotten, 2003: 102). Dolayısıyla buna uygun beşeri sermayeye sahip olmak ve bu sermayeden maddi ve manevi olarak destek görmek önem arzetmektedir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Beşeri Sermaye", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan kolaylaştırıcılar kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.3.3.İletişim Ağları

"İletişim Ağları" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Yaptığımız gönüllü çalışmalar dolayısıyla tanınmış olmak ve kurduğumuz kişisel ilişkilerimiz kolaylaştırıcı faktördü."(K6)

Daha önce geliştirilmiş olan iyi ilişkilerin sosyal girişimcilik sürecinde kolaylaştırıcı olduğu görüşmeler sırasında karşılaşılan yaygın bir kanıdır.

"Kariyerimde yeni yeni ortaya çıkmaya başlamıştım. Genel müdür düzeyinde kimseyi tanımıyordum ama sonra herkesi tanımaya başladım, medeni cesaretim vardı. Herkes birbirine ön ayak olmaya başladı. O nedenle yönetim kurulunun, sivil toplumun kıymetini çok iyi bilirim. Çünkü herkes kapı açtı. O insanlar senin kendindeki güveni hissedince 'O biliyor ne yapmak istediğini, ben ona yatırım yaparım' dediler.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "İletişim Ağları", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan kolaylaştırıcılar kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.3.4.Tecrübe

"Tecrübe" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Ben özel sektörde çalışıyordum ve kurumsal sosyal sorumluluğun önemini görebildim. Focus gruplar yaptık neden insanlar gönüllü oluyor-olmuyor… Bizim şansımız özel sektörden geliyor olmamız". (K11)*

Katılımcı, çalıştığı sektörde edindiği tecrübelerin sosyal girişime yönelik çalışmalarında kolaylaştırıcı olduğunu ifade etmektedir. Tecrübenin önemli bir değer olduğunu ve kişilerin geleceğe yönelik daha sağlıklı kararlar verme ve tahminler yapabilme noktasında önem arz ettiği düşünüldüğünde (Doğan ve Üngüren, 2010: 10), bu tecrüenin sosyal girişim faaliyetlerine olumlu yönde etki ettiği söylenebilir.

> *"Kolaylaştırıcı ise bu meslekte oluşum. İlgili kamu kurumu beni danışman olarak davet ediyor mesela orada fikrimi söyleyebiliyorum. Ya da bu alanda gönüllü bulabilmek benim için kolay oluyor… Benim mesleki bir kimliğim var. Saygınlığı olan, biriyim, bu işleri kolaylaştırıyor"(K10)*

Yine mesleğin sağladığı imkânların kolaylaştırıcı bir faktör olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcı, uzmalığı sayesinde ile ilgili alandaki kamu yönetimi politikalarına dâhil olabildiğini ifade etmektedir.

> *"Dernek ortamından da çok şey öğrendim, daha sert tabiatlı bir insandım. Fakat insanları kaybetmektense idare etmeyi öğrendim. Sertlikle hiçbir şey yürümüyor, insanları belli ölçüde kabul etmek gerekiyor. Bu olgunluk olmadan örgütlenseniz de o örgüt başarıya ulaşamıyor. Ben bakanlığa gittiğim zaman zaten 25 yıllık bir dernek deneyimi içindeydim. Dernek üyeleri, dernek kuracak kişiler bir tecrübeden geçmeliler... Neyi nasıl yapacaklarını iyi bilmeliler."(K2)*

Katılımcı tecrübenin, karakter gelişimine olan etkisinden ve iletişim becerilerini nasıl güçlendirdiğinden bahsetmektedir.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Tecrübe", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan kolaylaştırıcılar kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.3.5. Toplumsal Cinsiyet "Avantajı"

Günümüzde girişimciliğin ekonomik kalkınma için önemli bir araç olduğu düşünülmekte ve kadınlar, bu alana dünya genelinde önemli ölçüde katkıda bulunmakta (Hussain vd., 2014: 564), bulundukları ülke ekonomisi özelinde potansiyel kaldıraç kuvveti olarak yer almaktadırlar (Sosyal, 2010: 72). Fakat kadın girişimciliği sadece ekonomik kalkınma için değil, sosyal sistemi güçlendirmek için de gereklidir (Singh ve Belwal, 2008: 124). "Toplumsal Cinsiyet 'Avantajı'" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Ben bunun avantajını gördüm. Yetkililerle görüşebilmem kadın olduğum için kolaylaştı. Bana kadın olduğum için daha iyi davrandıklarını görüyordum. Erkek arkadaşların kravat ceketle kapıdan içeri giremediklerini gördüm. Bunda yapıcı bir ilişki kurmaya çalışmamın da etkisi var. Hiçbir zaman ben kadınım asarım keserim diyenlerden olmadım. Bunu kadın olduğum için değil iyi ilişkiler kurmak isteyen biri olarak yaptım. Pozitif iletişimi seçtim hep. "(K13)*

Katılımcı öncelikle, kadın olmaktan kaynaklı olarak karşılaştığı olumlu önyargılardan ve bu durumun bir takım işleri kolaylaştırdığına yönelik gözlemlerinden bahsetmektedir. Bununla birlikte katılımcı, daima yapıcı ve olumlu bir tavır takınmış olmasına vurgu yapmaktadır.

> *"O dönemde belki biz kadın olarak daha şanslıydık. Benim bu çalışmaları yaptığım dönemde kadınlar ve kadınların dernekçilik yapması yaygındı. Kadın olarak, bize tamam yapın dediler."(K3)*

Bahsi geçen dönemde kadınların ilgili çalışmalardaki yoğunluğu ve K13 kodlu katılımcının ifadesi ile bağlantılı olarak karşılaşılan "olumlu önyargının" kolaylık sağladığı söylenebilir.

> *Kolaylık konusunda cinsiyetin etkisi var mı emin değilim. Burada tutum, yapıcı ve olumlu yaklaşım, iletişim, çalışma biçimi daha önemli değişkenler olabilir diye düşünüyorum."(K1)*

Cinsiyete bağlı olarak karşılaşıldığı ileri sürülen olumlu önyargılardan ziyade, olumlu iletişimin kolaylaştırıcı olduğunu belirten katılımcı ifadeleri ile karşılaşılmaktadır. Nitekim Erbaba, çalışmasında kadın iletişiminin, organizasyona açık ve güçlü olduğunu tespit etmiş ve bulguları örtüşen başka bir çalışmadan[7] bahsetmiştir (2015: 1217). Bahsi geçen çalışmada kadınların beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi etkilerinden, örgütü zora sokan şiddeti engelleyici bir rolünden ve hatta olası rüşvet, kötü yönetim gibi çatışmaların azaltılmasında da etken olabileceğinden bahsedilmiştir. Bununla birlikte, empati ve duygusal zeka gibi özelliklerin kadınlarda önemli ölçüde daha yoğun olduğu, kadınların iş yaparken daha işbirlikçi, paylaşımcı ve destekleyici olduklarına yönelik araştırmalardan da bahsedilebilir (Yatkın, 2013: 184). Özel sektör girişimciliği kapsamında yapılan başka bir araştırmada erkeklerin otoriter yönetim tarzına daha yatkın oldukları tespit edilirken, kadınların daha bütüncül yaklaştıkları ve takım çalışması, personel eğitimi, hiyerarşinin azaltılması gibi konularda daha duyarlı oldukları gözlemlenmiştir (Aktaran Gürol ve Marşap, 2007: 101).

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Toplumsal Cinsiyet 'Avantajı'", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan kolaylaştırıcılar kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.3.6.Yetkin Bileşenlerle İşbirliği

Sosyal girişimler ve uluslararası kuruluşlar arasındaki ilişkinin giderek daha fazla gelişim gösterdiği görülmektedir. Örneğin Dünya Bankası, sosyal girişimcilerin

[7] (Çayır, 2000)

yoksullukla mücadele fikirlerini hayata geçirmelerine yardımcı olacak kaynaklara sahip ortaklarla temasa geçmeleri için çeşitli çalışmalar yapmaktadır (Seelos ve Mair, 2004:7). Ashoka veya Schwab Vakfı gibi bu alanda dünyada öne çıkan kuruluşların, önemli destek mekanizmaları olarak sosyal girişimciler ile birlikte çalıştıkları görülmektedir. "Yetkin Bileşenlerle İşbirliği" kapsamında incelenen katılımcı ifadeleri aşağıdaki gibidir:

> *"Ashoka fellowship süreci ve o komünitenin içine girmek; hem network hem benzer yollardan geçen insanlarla bir arada olup sorunları birlikte çözmek açısından kolaylaştırıcı bir faktör."*

Yapılan görüşmelerde finansal desteğin yanı sıra, bu tür mekanizmaların verdiği manevi desteğin ve bu sayede kurulan yeni bağlantıların motivasyon sağladığı ve önemi bir kolaylaştırıcı olduğu konusunda yaygın bir kanı olduğu tespit edilmiştir.

> *"Sosyal girişimcilik kavramı biraz daha bilinmeye başladı, burada Ashoka çok önemli bir ağ. Bir de Sabancı Vakfının yaptığı Fark Yaratanlar programı… Bu tür üst yapılar hem destekleyici hem de motive edici."(K6)*

Bu tür üst yapıların sosyal girişimcilerin yaptıkları işe meşruiyet kazandırmış olması, katılımcıların yaptıkları işin bilincine varmalarını sağlaması önemli bir etken olarak ileri sürüldüğü görülmektedir.

> *"Ashoka'nın seni tanıması yaptığın bu işi takdir etmesi seni ve yaptığın işi lejitimize ediyor. Çünkü yalnızsın ve bu sürekli vazgeçmenin eşiğine gelirken senin kendini sorgulamana sebep oluyor. Ashoka'nın kanatları altına girmek yalnız olmadığını senin gibi insanların olduğunu gösteriyor. Bu kesinlikle bir kolaylaştırıcıydı."(K7)*

K6 kodlu katılımcının ifadesi ile ilişkili olarak bu tür yapıların sosyal girişimlerin görünürlüğünü ve güvenilirliğini artırdığı görülmektedir. Bununla

birlikte Seelos ve Mair (2004: 8), ilginç şekilde, bazı sosyal girişimcilerin bir ödül kazanana ya da Ashoka veya Schwab Vakfı gibi kuruluşlar tarafından tanınana kadar "sosyal girişimci" olduklarını bile bilmediklerini ifade etmitir. Nitekim yapılan görüşmelerde de Ashoka tarafından tanınana dek sosyal girişimci kimliklerinin farkında olmadığını belirten katılımcı ifadeleri oldukça yaygındır.

Bu açıklamalar ve bulgular ışığında "Yetkin Bileşenlerle İşbirliği", kadın sosyal girişimciliğinde karşılaşılan kolaylaştırıcılar kapsamında önemli bir fenomen olarak ele alınabilir.

3.1.5.4.Kadın Sosyal Girişimciliğinde Çıktılar

Aşağıdaki tabloda da görülebileceği üzere kadın sosyal girişimcilerin %61'i başlattıkları sosyal girişim ile başarılı olduklarını, yani başlangıçta belirledikleri amaca nihayet eriştiklerini ifade etmiştir. Buna karşın kadınların %39'u ise, henüz tam anlamıyla amaçlarını gerçekleştiremediklerini ve bu nedenle sosyal girişim amaçları kapsamında gelişmeye ihtiyaç duyduklarını ifade etmişlerdir.

	Yeterli	Yetersiz	Geliştirmeye Muhtaç
N:13	8	-	5
Frekans Dağılımı	%61	-	%39

"İnsanların gündemine çocuk haklarını almaları konusunda bir payım olduğuna inanıyorum ama yeterli değil." (K1)

K1 kodlu katılımcı ifadesinde olduğu gibi, çalışmalarının gelişmeye muhtaç olduğunu ifade eden katılımcılar genellikle, henüz sosyal girişimcilik anlamında yeterli olanağı üretemediklerini belirtmiştir. Bununla birlikte katılımcılar yaptıkları işleri niceliksel değil niteliksel olarak tartışmaya açtıkları görülmektedir. Buna ilişkin olarak bir başka kadın sosyal girişimci görüşü ise aşağıdaki gibidir:

"Kendi sosyal girişimimden örnek vermek gerekirse evet, ben bunu sahiplendim ve belli bir yere kadar getirdim ancak yetmez. Bunun kalıcı ve sürdürülebilir olması için politikalara ihtiyaç var. " (K2)

K2 kodlu katlımcı ise, geldiği noktanın henüz tam olarak arzu ettiği yer olmadığını ifade etmektedir. Görülmektedir ki katılımcı çabalarıyla belli bir seviyeye gelmişse de sosyal girişimciliğin esas unsurlarından biri olan sürdürülebilirliğin (Dees, 1998: 4) sağlanması noktasında, çeşitli yasal düzenlemelere olan ihtiyacın, daha ileri gidilmesinde engel teşkil ettiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte katılımcı görmezden gelinemez bir etkiye ulaştığından söz etmektedir.

> *"Tabi ki her zaman daha çok şey yapılabilir… En iyiye ulaştık mı ulaşmadık, insan ister ki Türkiye'nin bütün şehirlerine ulaşalım. Görmediğimiz bilmediğimiz bi sürü sorunlara tanık olduk. Genel olarak çok şanslıyız çünkü insanlara ne yapabileceklerini anlatabileceğimiz, kıymetli insanların becerileriyle Türkiye'mize katkı sunabileceği bi ortak platform yarattık."(K11)*

Katılımcılar, önemli bir sosyal etki yaratma yolunda ilerlemiş olsalar da çoğu zaman başarılarını tartışmakta mütevazı oldukları görülmektedir. Henüz yüzleştikleri ve temas edemedikleri problemlerle karşılaştıkça, etkilerini genişletme yönündeki ilgi ve çabalarının da arttığı; bu durumun aynı zamanda çalışmalarını yetersiz bulmalarına neden olduğu gözlemlenmiştir.

> *"Şüphesiz dünyayı değiştiremedim. Ama imkânsız denilen durumların aşılabileceğini ve fark yaratılabileceğini gösterdim. Tekrarlanabilir örnekler ortaya koydum. Sabancı Vakfı, beni Fark Yaratanlar listesine aldı. Bu da çok güzel!" (K3)*

Katılımcı, sosyal girişimcilik kavramı ile tam olarak kastedildiği gibi, imkânsız olduğu ileri sürülmüş toplumsal meselelere yönelik; tekrarlanabilir, örnek alınarak belki başka coğrafyalarda dahi uygulanabilir bir sistem kurmuş olduğundan bahsetmektedir. Buna yönelik olarak ilgili alanda çalışmalar yapan ve itibar gören bir kurum tarafından desteklenmesiyle birlikte başarılı olduğu kanaatine vardığı görülmektedir.

Halen umutlu olmak ve sosyal girişimci olarak tanımlanmış olmak amacımın büyük bir kısmını gerçekleştirdiğimi gösteriyor. Ben zaten bir işi çözüp bir kenara atıp başka bir şey çözmeye girişebileceğim bir ortamda yaşamıyorum. Onun için bir şeyi hallettim bitirdim diye bir şey söz konusu değil. Burada önemli olan benim duruşum ve bu zaman süresince bu sosyal girişim ilgili pes etmez bir konumda isem inancımı kaybetmememdendir. Ortadoğu bölgesinin şanssızlığı var, biz biraz mehter takımı gibiyiz. Yine de her şeye rağmen çıkan yasalarda bu sosyal girişimin çok etkisi var. Bir kadın olarak bu yaşta, belki ömrümün dörtte üçünü bu alanda harcadım ve bunların hepsine baktığımda içinde bir sürü olumsuzlukların olduğu bu dünyanın içinde huzurlu ve mutlu hissediyorum". (K5)

Katılımcı üzerinde çalıştığı alanın ve hatta coğrafyanın zorlaştırıcı faktörlerine rağmen yaptığı çalışmalarla gerek hukuksal gerek toplumsal alanda belli amaçlara ulaşabildiğinden ve bir dünya vatandaşı olarak üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmiş olmanın verdiği olumlu içsel duygulardan bahsetmektedir. Bununla birlikte sosyal girişimcilik faaliyetlerinin, toplumun her alanında ve kısa vadede sonu gelmeyecek problemlere hitap ediyor olması dolayısıyla çalışmaların son bulmayacağını ifade etmektedir. K3 kodlu katılımcı ifadesi ile ilişkili şekilde, yaptıkları işler sonunca desteklenmiş olmanın yanı sıra bir sosyal girişimci olarak tanımlanmış olmanın da katılımcıların yaptıkları işte başarılı oldukları yönündeki kanatlerini kuvvetlendirdiği gözlemlenmektedir.

"Manevi olarak çok büyük bir doyum noktasındayım. Yani ben bu memlekette yapmam gereken birçok şeyi yaptım şimdi en çok yapmak istediğim, keyif aldığım şeyleri yapmaya başladım."(K8)

Sosyal girişimciliğe öncül olan çeşitli faktörlerin ve sosyal girişimcilik faaliyetlerinin nihai sonucu olarak manevi bir doyum noktası yine görüşmelerde

gözlemlenen yaygın kanılardan biridir. Konuyla ilişkili başka bir ifade aşağıdaki gibidir:

> *"Eğer kamu kurumlarınca yaygınlaşabilse ben bu işi bırakırım. Hala yapacak işlerimiz var ama kurduğum sistem tam istediğim sistem oldu. İçerik olarak ve hedeflenmiş şeylere ulaşma anlamında yaptıklarımdan tatmin oluyorum ve biz sürekli tartışıp değerlendiriyoruz her hafta 2 kere ikişer saatten toplantı yapıyoruz. Tabi nihai hedef yaygınlaşmasıdır."(K10)*

Sistemi kurup geliştirip, sürdürülebilir bir yapı haline getirdiği bir sosyal girişimin; kamu politikalarının bir parçası olması, kamu kurumlarınca sahiplenilen bir hizmete dönüşmesi, gerçekleşmesi umulan son aşama olarak görülmektedir. Katılımcının kontrolü dışında gelişmesi muhtemel olan ve umut edilen durumlar bir kenara bırakıldığında katılımcı, yaptığı çalışmaların kendisini memnun ettiğini ve bu çalışmalara yönelik eleştirel değerlendirmelerin daima sürdüğünü ifade etmektedir.

> *"Sonunda sistem değiştirebileceğime inanıyordum. Devam ettikçe bu değişime tanıklık etttikçe 'evet, işte oluyor deyip daha da etkinizi artırmaya çalışıyorsunuz.' Bu etkiyi görüp nasıl büyütürüm nasıl yurtdışına taşırım gibi yeni hayaller kuruyorsunuz."(K4)*

Daha önce de belirtildiği üzere sosyal girişimciliği belirleyen bir etmen olarak "toplumsal değişim arzusu" kadın sosyal girişimcilerde karşılaşılan önemli öncüllerden biridir. Bu noktada katılımcı ifadesinden anlaşıldığı üzere çabaların sonuç verdiğini gördükçe, değişime tanıklık ettikçe katılımcı motivasyonu artmakta; esas hedeflerin etkiyi genişletme arzusu ile büyüdüğü görülmektedir. Nihayetinde sonuçları itibariyle sosyal girişimciliği belirleyen etmenlerin karşılanmış olmasının başarılı olarak kabul edilen sosyal girişimlerin varlığına işaret ettiği söylenebilir. Benzer bir ifade ise aşağıdaki gibidir:

> *"Başlarken dediğim gibi sosyal girişimci olma amacım yoktu, kendime anlamlı bir hayat kurmak istiyordum ve bunu*

başardım, şanslı biriyim, bununla ilgili iyi hissediyorum. Hayal edebileceğimin de ilerisindeyim."(K7)

K4 kodlu katılımcı ifadesi ile bağlantılı olarak doğrudan karşılık bulan bir amaç sonuç ilişkisi gözlemlenmektedir. Çalışmaların sosyal girişimci olmak amacıyla yapılmadığı, daha da önemlisi kavramsal olarak sosyal girişimciliğin katılımcılar tarafından yabancı bir kavram ve pratik olduğu bilgisi, bu araştırmanın bulguları arasında yukarıda ifade edilmiştir. Bu şartlar altında azim ve emeğin bir karşılığı olarak yaptığı işe ilişkin kimlik edinmiş olmak, katılımcı tarafından varılması umut edilen noktanın ötesinde olduğu şeklinde ifade edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın bu bölümde araştırma bulgularına bağlı olarak ulaşılan genel sonuçlara, uygulamacılara, yetkililere ve araştırmacılara yönelik önerilere yer verilmiştir.

Sonuçlar

Tarih boyunca toplumlar, çeşitli sebeplerle çözüm getirilememiş problemlere karşı önce bireysel sonra örgütsel davranışlar yoluyla harekete geçerek fayda sağlamışlarsa da sosyal girişimciliğin, kavram olarak gelişim göstermesi oldukça yenidir. Daha da ileri gidildiğinde kavramın akdemik tartışmalara konu olmaya başladığı son dönemde kadınların sosyal dönüştürücü gücü ile birlikte ortaya koyduğu başarılı sonuçların yeterince araştırılmadığı gözlemlenmektedir.

Bu doğrultuda bu çalışmada, Türkiye örneğinde kadın sosyal girişimciliği kapsamında, 13 kadın sosyal girişimci ile mülakat yapılmış ve mülakatlar sonucunda elde edilen veriler dört farklı ana başlık altında toplanmıştır. Bu doğrultuda birinci ana başlık altında kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller, ikinci ana başlık altında sosyal girişimleri gerçekleştirmede kadınlara engel olan etmenler, üçüncü ana başlık altında sosyal girişimleri gerçekleştirmede kadınlara yardımcı olan etmenler ve nihayet dördüncü ana başlık altında kadın sosyal girişimciliğinin sonuçları ele alınmıştır. Ayrılan ana başlıklar, görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda soyutlanan kavramlar kategorize edilerek alt başlıklara ayrılmıştır.

"Kadınların sosyal girişimciliğe yönelmesinde etkili olan öncüller"; özgecilik, toplumsal değişim aruzusu, anlam arayışı, bireysel koşulların zorlaması, geçmiş yaşantı ve deneyimler, örgütlenme gerekliliği, merak, cinsiyete dayalı pozitif önyargılar, ayrımcılık, yurttaş farkındalığı ve dışsal teşvik olarak tespit edilmiştir. Geçmiş yaşantı ve deneyimler ise, sarsıcı ve dönüştürücü deneyimler ile sivil toplum deneyimi ve rol model deneyimi olmak üzere dört alt başlığa ayrılmıştır.

"Sosyal girişimleri gerçekleştirmede kadınlara engel olan etmenler"; toplumun yaklaşımı, hukuki alt yapı eksikliği, siyasi ve idari aktörlerin yaklaşımı,

gönüllü/çalışan sürdürülebilirliği, toplumsal cinsiyet, finansal kaynak yetersizliği, yönetsel zafiyet, iş-özel hayat dengesi, olgusal bulanıklık ve etnik kimlik olarak tespit edilmiştir.

"Sosyal girişimleri gerçekleştirmede kadınlara yardımcı olan etmenler"; muhatap kitle, beşeri sermaye, iletişim ağları, tecrübe, toplumsal cinsiyet "avantajı" ve yetkin bileşenlerle işbirliği olarak tespit edilmiştir.

Sonuçları itibariyle ise kadın sosyal girişimcilerin % 61 oranında amaçlarına ulaştıkları tespit edilmiştir.

Öneriler

Uygulamacılara Öneriler:

- Sosyal girişimcilerin, kendileri ve hitap ettikleri toplum arasında güven inşa etmek ve sürdürülebilir fikirler üretebilmek için eleştirel düşünmeleri gerekmektedir. Özellikle toplumsal problemlere temas etme eğilimi gösteren kişilerin sosyal girişimciliğe yönelik eğitim almaları, faaliyet gösterecekleri alanda bilgi ve becerileri ve işbirlikleri geliştirmeleri önem arz etmektedir.
- Hiçbir şekilde din, dil, ırk ayrımı gözetmeksizin dezavantajlı gruplara hitap eden ve siyaset üstü oluşumlar olan sosyal girişimcilerin tarafsızlıklarını korumaları kritik derecede önem taşımaktadır. Çalışmanın bulgularında da ele alındığı gibi toplumsal normlar, değişim teması ile ortaya çıkan sosyal girişimlerin karşılaştığı önemli engeller arasındadır. Dolayısıyla toplumu iyi okumak, değişime karşı gösterilen dirence ve yaşanan toplumsal gerilimlere rağmen sürdürülebilir olma noktasında tüm paydaşlarla iyi ilişkiler geliştirebilmek önem arz etmektedir.

Siyasetçiler ve Kamu Yöneticileri İçin Öneriler:

- Kadın sosyal girişimciler, çalışmalarıyla dezavantajlı grupları hedefliyor olsalar da yarattıkları etkiler tüm topluma fayda sağlamakta, gerek ekonomik gerek toplumsal anlamda kalkınmaya etki ederek kamu idaresinin yükünü karşılık beklemeksizin paylaşmaktadır. Dolayısıyla kadın sosyal girişimcilerin başta hukuki yollarla olmak üzere maddi ve manevi olarak desteklenmeleri önem arz etmektedir.

Araştırmacılara Öneriler:

- Bu çalışmada elde edilen bulgular, farklı ülkelerdeki kadın sosyal girişimciler ile yapılarak ulaşılmış sonuçlar ile birlikte ele alınarak karşılaştırmalı bir analiz ortaya konabilir.
- Kamu yönetimi ile sosyal girişimcilerin ilişkisi derinlemesine incelenerek ilgili kurumlar ile görüşmeler yapılabilir.
- Kadın girişimciliği ile kadın sosyal girişimciliği kıyaslanarak farklar ve benzerlikler ele alınabilir.
- Kadınların sosyal girişimciliğe başlarkenki durumları ile bugün geldikleri nokta kıyaslanarak sosyal girişimciğin kadınların hayatlarında ne gibi değişikliklere yol açtığı değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

Abu-Saifan, S. (2012). "Social Entrepreneurship: Definition And Boundaries". Technology İnnovation Management Review, 2(2).

Aitman, A. (2017). "10 Women Social Entrepreneurs Reinventing the World (Get Inspired!)". https://changecreator.com/5-women-social-entrepreneurs-reinventing-world-get-inspired/ Erişim Tarihi: 2.10.2019

Akarsu B (1998) "Kişi Kavramı ve İnsan Olma Sorunu". İnkılâp Kitabevi, İstanbul

Akdemir, A. (2009). VI. Uluslararası STK'lar Kongresi Bildirgeler, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 23-25 Ekim.

Akgün, A. (2002). "Mimari Tasarımda Yaratıcılık Ve Cinsiyet". (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).

Akıncı, A. (2005). "Hayata Anlam Vermede Dinî Değerlerin Ve Din Öğretiminin Rolü". Değerler Eğitimi Dergisi, 3(9), 7-24.

Akman, G. N. (2014). "Nicel Ve Nitel Araştırma Yöntemleri". TC Afyon Kocatepe Üniversitesi Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Bilimsel Araştırma Yöntemleri Dersi.

Alver, B. (2005). "Üniversite Öğrencilerinin Problem Çözme Becerileri Ve Akademik Başarılarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi."

Aslan, G., Araza, A., & Bulut, Ç. (2012). "Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi". Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 7(2), 69-88.

Atış, F. (2010). "Ebelik/Hemşirelik 1. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesi". Çukurova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Ebelik A.B.D. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana.

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2012). "Social And Commercial Entrepreneurship: Same, Different, Or Both?". Revista de Administração, 47(3), 370-384.

Aydın, C., Mevlüt, K. A. Y. A., & Peker, H. (2015). "Hayatın Anlam ve Amacı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması." Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, (38), 39-55.

Aytaç, B. G. (2019). "Kadın Çalışanların Kariyer Geliştirme Sorunları: Sakarya Barosu Kadın Avukatlar Örneği." Cataloging-In-Publication Data, 142.

Bahadır, A. (1999). "Hayatın Anlam Kazanmasında Psiko-sosyal Faktörler ve Din" (Basılmamış Doktora Tezi). Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Bahadırlı, S. & Gül, S. (2012). "Bir Sosyal Girişimin Toplumsal Değişim Liderliği: AYDER ve Düşler Akademisi". Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Vakaları içinde, 61-89

Balaban, A. Y.,& İnce, İ. Ç. (2015). "Gençlerin Sivil Toplum Kuruluşlarındaki Gönüllülük Faaliyetleri Ve Gönüllülük Algısı: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) Örneği". Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 30(2).

Balabıyık, H. (2011). "Gönüllülük ve Yerel Hizmetlere Gönüllü Katılım Üzerine Açıklamalar".

Baltacı, A. (2018). "Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri Ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme". Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 231-274.

Bandura, A. (1965). "Influence Of Models' Reinforcement Contingencies On The Acquisition Of İmitative Responses". Journal Of Personality And Social Psychology, 1(6), 589.

Barendsen, L.,& Gardner, H. (2004). "Is The Social Entrepreneur A New Type Of Leader?". Leader to leader, 2004(34), 43-50.

Batson, C. D., Duncan, B. D., Ackerman, P., Buckley, T., & Birch, K. (1981). "Is Empathic Emotion A Source Of Altruistic Motivation?". Journal of personality and Social Psychology, 40(2), 290.

Bayrakdar, S. (2018). "Toplumsal Cinsiyet Rolleri Üzerinden Sembolik Şiddet: Türk Atasözleri Ve Deyimlerinde Annelik-Babalık Cinsiyet Rollerinin Kültür Kodlarına Dayalı Bir İnceleme". Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri, 4(5), 178-194.

Bekiroğlu, O.,& Balcı, Ş. (2014). "Kültürlerarası İletişim Duyarlılığının İzlerini Aramak: İletişim Fakültesi Öğrencileri Örneğinde Bir Araştırma".

Bennett, J. M.,& Bennett, M. J. (2004). "Developing İntercultural Sensitivity: An İntegrative Approach To Global And Domestic Diversity" (pp. 147-165). na.

Berlyne, D. E. (1954). "A Theory Of Human Curiosity". British Journal Of Psychology. General Section, 45(3), 180-191.

Bertaux, D.,& Kohli, M. (1984). "The Life Story Approach: A Continental View". Annual Review of Sociology, 10(1), 215–237.

Besler, S. (2010), "Sosyal Girişimcilik" (der. Senem Besler), Sosyal Girişimcilik, (içinde) Beta Yayınları, İstanbul, ss.3-28.

BETİL, İbrahim, (2010), "Sivil Toplum, Sosyal Sermaye, Sosyal Girişimcilik" Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt:5 Sayı:1, ss.21-25

Bilis, P. Ö. (2014). "Rol Modelleri Ve Toplumsal Değerler Açısından 'Uçaklar' Adlı Animasyon Filmi Üzerine Bir İnceleme"

Birleşmiş Milletler Gönüllüleri, (2013). "Türkiye'de Gönüllülük, Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi". UN Volunteers.

Bornstein, D. (2007). "How To Change The World: Social Entrepreneurs And The Power Of New İdeas". Oxford University Press.

Bornstein, D. (1998). "Changing The World On A Shoestring". Atlantic Monthly, 281(1), 34-38.

Bornstein, D.,& Davis, S. (2010). "Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know". Oxford University Press.

Boschee, J.,& McClurg, J. (2003). "Toward A Better Understanding Of Social Entrepreneurship: Some İmportant Distinctions". Retrieved October, 9, 2008.

Bryman, A. (2016). "Social Research Methods". Oxford University Press

Burcu, İ. (2016). "Social Entrepreneurship in Turkey: A Content Analysis Assessing Ashoka Fellows". International Journal of Trade, Economics and Finance, 7(4).

Büyükaslan, H. D.,& Kızıldağ, D. (2017). "Dönüşüm Ajanı Olarak Kadın Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma". Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(IASOS Özel Sayısı-), 47-64.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). "Bilimsel Araştırma Yöntemleri". Pegem Atıf İndeksi, 1-360.

Can, N. (2002). "Örgütlenme Gereksinimi ve Önemi". Eğitim ve Bilim, 27(125).

Cassell, C.,& Symon, G. (Eds.). (2004). "Essential Guide To Qualitative Methods İn Organizational Research". Sage.

Certo, S. T.,& Miller, T. (2008). "Social Entrepreneurship: Key İssues And Concepts. Business Horizons". 51(4), 267-271.

CIC Assosication. (2019). https://web.archive.org/web/20151011071931/http://www.cicassociation.org.uk/about/what-is-a-cic / Erişim Tarihi: 04.05.19

Cicek, B.,& Türkmenoğlu, M. A. (2019). "Women As Social Entrepreneurs in Turkey. In Social Entrepreneurship: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications" (pp. 1075-1090). IGI Global.

Community Interest Companies. (2019). https://www.communitycompanies.co.uk/community-interest-companies-cic /Erişim Tarihi:04.07.19

Coşkun, E.,& Sarikaya, M. (2016). "Sosyal Girişimcilik Eğitiminde Gönüllü Kuruluşlar". Strategic Public Management Journal, 2(4), 72-82.

Cüceloğlu, D. (2015). "İnsan ve Davranışı". Remzi Kitabevi.

Çarkoğlu, A.,& Aytaç, E. (2016). "Türkiye'de Bireysel Bağışçılık Ve Hayırseverlik". İstanbul: TÜSEV Yayınları.

ÇAYIR, K. (2000). "İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri Bir Atölye Çalışması". Editör: Nilüfer Göle), İslamcı Bir Sivil Toplum Örgütü.

Çelik, C.,& Özdevecioğlu, M. (2001). "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma". 1. Orta Anadolu Kongresi, 487-498.

Çelik, E.,& Topçuoğlu, P. (2017). "Proaktif Kişiliğin Öznel Zindelik İle Merak Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisi". Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi.

Çizakça, M. (2006). "Osmanlı Dönemi Vakıflarının Tarihsel ve Ekonomik Boyutları. Türkiye'de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet Araştırması".

Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). "Social Entrepreneurship: A Critique And Future Directions". Organization Science, 22(5), 1203-1213

Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). "Social Entrepreneurship: Why We Don't Need A New Theory And How We Move Forward From Here". Academy of management perspectives, 24(3), 37-57.

Dart, R. (2004). "The Legitimacy Of Social Enterprise. Nonprofit Management And Leadership", 14(4), 411-424.

Davis, S. (2010). "Social Entrepreneurship: What Everyone Needs To Know".

Dees, J. G. (1998), "The Meaning of 'Social Entrepreneurship'"

Dees, J. G. (1998). "Enterprising Nonprofits". Harvard business review, 76, 54-69.

Dees, J. G. (2007). "Taking Social Entrepreneurship Seriously". Society, 44(3), 24-31.

Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). "Enterprising Nonprofits: A Toolkit For Social Entrepreneurs" (Vol. 186). John Wiley & Sons.

Defourny, J.,& Nyssens, M. (2008). "Social Enterprise İn Europe: Recent Trends And Developments". Social enterprise journal, 4(3), 202-228.

Dekker, P.,& Halman, L. (2003). "Volunteering And Values. In The Values Of Volunteering" (pp. 1-17). Springer, Boston, MA.

Demir, Ö. "Sivil Toplum Kuruluşları","Sosyal Girişimcilik","Kurumsal Sosyal Sorumluluk" Ve "Sosyal İşletme.

Demir, Ö. B. (2017). "Faşizm, İdeoloji, Sosyobiyoloji" İçindekiler, 41.

Denizalp, H. (2009). "Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik". Ankara: Fersa Matbaacılık Ltd. Şti.

Denscombe, M. (2014). "The Good Research Guide: For Small-Scale Social Research Projects". McGraw-Hill Education (UK).

Doğan, H., & Üngüren, E. (2010). "İşletmelerde Metafor Kavramı Ve Önemi: Yöneticilerin Stratejik İletişim Ve Paylaşım Araçları Olarak Metaforlar Ve Etkin Kullanım Yolları". Journal Of Alanya Faculty Of Business/Alanya Isletme Fakültesi Dergisi, 2(2).

Doğan, S.,& Şahin, F. (2011). "Yönetsel Güçlülük Ve Etkililik: Kavramsal Bir Çalışma". Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 25(2), 61-85.

Dong, Q., Day, K. D., & Collaço, C. M. (2008). "Overcoming Ethnocentrism Through Developing İntercultural Communication Sensitivity And Multiculturalism". Human Communication, 11(1), 27-38.

Dökmen, Z. (1995). "İlkokul Ders Kitaplarının Cinsiyet Rolleri Açısından İncelenmesi". 3P, 3(2), 38-44

Duru, E. (2002). "Öğretmen Adaylarında Empati-Yardım Etme Eğilimi İlişkisi Ve Yardım Etme Eğiliminin Bazı Psikososyal Değişkenler Açısından İncelenmesi". Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12, 21-36.

Emerson, J.,& Twersky, F. (Eds.). (1996). "New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge And Lessons Of Non-Profit Enterprise Creation". The Homeless Economic Fund, The Roberts Foundation.

Erbaba, H. (2015). "Sivil Toplum Örgütlerindeki Yönetici Kadinlarin 'Sivil Toplumda Kadın Ve Kadın Yöneticilik Sorunları'na İlişkin Görüşlerinin İrdelenmesi". Journal of International Social Research, 8(41).

Ercan, S. (2017). "Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Ve Yarattığı Etkilerin Değerlendirilmesi" (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü). S.14

Erkal, M. (1982). "Sosyal Değişme Ve Sosyal Gelişmeye Çağdaş Bir Yaklaşım". Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, (31), 297-328.
Eroğlu, E. (2015). "Geçmişten Günümüze Sosyal Normlar". Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (50), 299-308.

Ersen, T. B., Kaya, D., & Meydanoğlu, Z. (2010). "Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu". İstanbul: TÜSEV Yayınları, (50).

Ersöz, A. G. (2010). "Türk Atasözleri Ve Deyimlerinde Kadına Yönelik Toplumsal Cinsiyet Rolleri". Gazi Türkiyat Türkoloji Araştırmaları Dergisi, 1(6), 167-182.

Esen, Y.,& Bağlı, M. T. (2002). "İlköğretim Ders Kitaplarındaki Kadın Ve Erkek Resimlerine İlişkin Bir İnceleme". Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 35(1-2), 143-154.

European Commission ve OECD. (2016). "Policy Brief On Scaling The Impact Of Social Enterprises". (https://www.oecd.org/employment/leed/Policy-brief-Scaling-up-social-enterprises-EN.pdf) (Erişim Tarihi: 19.04.2019)

Eyüpoğlu, O.,& Perşembe, E. (2010). "Toplumsal Değişim Patolojisi ve Temel Değişim Güdüsü". Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 28(28), 113-129.

Filion, L. J. (2011). “Defining The Entrepreneur”. World encyclopedia of entrepreneurship, 41.

Fowler, A. (2000). “NGDOs As A Moment İn History: Beyond Aid To Social Entrepreneurship Or Civic İnnovation?”. Third World Quarterly, 21(4), 637-654.

Ganiger, S. (2013). “Women Social Entrepreneurs in India: Problems, Challenges and Stratergies”. EPRA International Journal of Economic and Business Review, 1(1), 39-44.

Garaigordobil Landazabal, M., Pérez, J. I., & Mozaz, M. (2008). “Self-Concept, Self-Esteem And Psychopathological Symptoms”. Psicothema, 20(1).

Geçtan, E. (1990). “Varoluş ve Psikiyatri”. Remzi Kitabevi.

Giorgi, A. (2012). “The Descriptive Phenomenological Psychological Method”. Journal Of Phenomenological Psychology, 43(1), 3-12.

Gödelek, K. (2006). “Kesin Bir Bilim Olarak Felsefenin Kartezyen Dayanakları”.

Gündoğan, A. O. (1995). “Albert Camus ve Başkaldırma Felsefesi”. Birey Yayıncılık.

Gürbüz, S.,& Şahin, F. (2016). “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz”

Gürol, M. A.,& Marşap, A. (2007). “Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın”. Ahmet Yesevi Üniversitesi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, (42), 95-109.

Haugh H. (2005). “A Research Agenda for Social Entrepreneurship”, Social Enterprise Journal, 1(1): 1-12.

Helvacıoğlu, F. (1996). “Ders Kitaplarında Cinsiyetçilik”. 1. Baskı. Ankara: Kaynak Yayınları.

Herrema, K. J. (2017). “Entrepreneuring for Social Change: A Study on How Women Social Entrepreneurs Navigate Embedded Cultural, Social, and Economic Norms”.

Hervieux, C., Gedajlovic, E., & Turcotte, M. F. B. (2010). “The Legitimization Of Social Entrepreneurship”. Journal Of Enterprising Communities: People And Places İn The Global Economy, 4(1), 37-67.

Hibbert, S. A., Hogg, G., & Quinn, T. (2002). “Consumer Response To Social Entrepreneurship: The Case Of The Big Issue İn Scotland”. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 7(3), 288-301.

Horsanalı, N., Altay, C., Öz, G.. (2018). “Halletmek: Gündelik Hayattan Bir Tasarım Üretim Envanteri". UTAK 2018 Üçüncü Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı: Tasarım ve Umut Bildiri Kitabı. 12-14 Eylül 2018, Ankara, 629-643

Humbert, A. L. (2012). “Women As Social Entrepreneurs”.

Hussain, M. D., Bhuiyan, A. B., & Bakar, R. (2014). "Entrepreneurship Development And Poverty Alleviation: An Empirical Review". Journal Of Asian Scientific Research, 4(10), 558.

İnci, F.,& Boztepe, H. (2013). "Travma Sonrası Büyüme: Öldürmeyen Acı Güçlendirir Mi?".

Jiao, H. (2011). "A Conceptual Model For Social Entrepreneurship Directed Toward Social İmpact On Society". Social Enterprise Journal, 7(2), 130-149.

Johnson, B.,& Christensen, L. (2008). "Educational Research: Quantitative, Qualitative, And Mixed Approaches". Sage.

Johnson, S. (2000). "Literature Review On Social Entrepreneurship". Canadian Centre For Social Entrepreneurship, 16(23), 96-106.

Karadağ, E.,& Mutafçilar, I. (2009). "Prososyal Davranış Ekseninde Özgecilik Üzerine Teorik Bir Çözümleme".

Karğin, M., Aktaş, H., & Gökbunar, R. (2018). "Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik: Fırsatlar ve Öneriler". Yonetim ve Ekonomi, 25(1), 155-170.

Kartopu, S. (2013). "Dini Yaşayışta Hayatı Sorgulama Ve Anlam Arayışı". Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2(3), 67-90.

KASALAK, G. (2013). "Öğretim Elemanlarının Erasmus Personel Ders Verme Hareketliliğine İlişkin Görüşleri: Akdeniz Üniversitesi Örneği". Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 3(2).

Kasapoğlu, F. (2014). "İyilik Hali İle Özgecilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi"/An Examınatıon Of The Relatıonshıp Between Wellness And Altruısm. Hikmet Yurdu Düşünce-Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 7(13), 271-288.

Kayalar, M.,& Arslan, E. T. (2009). "Ashoka'ya Üye Sosyal Girişimcilerin Türkiye ve Dünyadaki Faaliyet Alanlarının Karşılaştırılması". Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 1(1), 56-76.

Koç, O. (2009) – "Etik Bir Sosyal Girişim Liderliğinin Yapısal Analizi: Sosyal Girişim Liderlerinin Genel Özellikleri Neler Olmalıdır" - VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi - Bildiriler Kitabı, 37-47

Koç, O. (2010). "Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon Ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi".

Kraus, S., Filser, M., O'Dwyer, M., & Shaw, E. (2014). "Social Entrepreneurship: An Exploratory Citation Analysis". Review Of Managerial Science, 8(2), 275-292.

Kurt, S.,& Taş, H. (2015). "Sivil Toplum Örgütlerinde Profesyonel Ve Gönüllü Çalışma İlişkileri: Tehditler Ve Fırsatlar". Hak İş Uluslararası Emek Ve Toplum Dergisi, 4(8), 199-214.

Kurubaş, E. (2008). "Etnik Sorunlar: Ulus-Devlet Ve Etnik Gruplar Arasındaki Varoluşsal İlişki".

Kuzgun, Y.,& Sevim, S. A. (2004). "Kadınların Çalışmasına Karşı Tutum Ve Dini Yönelim Arasındaki İlişki". Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 37(1), 14-27.

Kümbül Güler, B. (2008). "Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi" (Doctoral Dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).

Lasprogata, G. A.,& Cotten, M. N. (2003). "Contemplating Enterprise: The Business and Legal Challenges of Social Entrepeneurship". Am. Bus. LJ, 41, 67.

Lateh, M. (2018). "Social Entrepreneurship Development and Poverty Alleviation-A Literature Review". MAYFEB Journal of Business and Management, 2.

Leadbeater C., "The Rise Of The Social Entrepreneur". Demos, London, 1997

Letts, C. W., Brown, L. D., & Alvord, S. H. (2003). "Social Entrepreneurship: Leadership that Facilitates Societal Transformation-An Exploratory Study".

Light, P. C. (2005, November). "Searching For Social Entrepreneurs: Who They Might Be, Where They Might Be Found, What They Do". In Draft Presented At The Conference Of The Association For Research On Nonprofit And Voluntary Organizations, November (Pp. 17-19).

Low, C. (2006). "A framework for the governance of social enterprise". International journal of social economics, 33(5/6), 376-385.

Maır, J. Ve Martı, I.; (2006), "Social Entrepreneurship Research: A Source Of Explanation, Prediction, And Delight", Journal Of World Business, 41, Ss. 36-44.

Martin, R. L.,& Osberg, S. (2007). "Social Entrepreneurship: The Case For Definition" (Vol. 5, No. 2, Pp. 28-39). Stanford, CA: Stanford Social İnnovation Review.

Maslow, A. (2001). "İnsan Olmanın Psikolojisi". Kuraldışı Yayınları.

Matthews, C. D. (2014). "Whoever She Wants To Be: A Qualitative Study Of The İdentity Of Women Social Entrepreneurs" (Doctoral Dissertation, The George Washington University).

McMillen, J. C.,& Fisher, R. H. (1998). "The Perceived Benefit Scales: Measuring Perceived Positive Life Changes After Negative Events". Social Work Research, 22(3), 173-187.

Mehta, Vishal & Ashok, A. (2012). "Power Of Ideas 2012: Five Challenges For Social Entrepreneurs Willing To Create İmpact Today". (http://articles.economictimes.indiatimes.com/2012-09-21/news/34002453_1_social-enterprises-socialentrepreneurs-impact) (Erişim Tarihi: 10.05.19)

Miller, R. L.,& Brewer, J. D. (Eds.). (2003). "The AZ Of Social Research: A Dictionary Of Key Social Science Research Concepts". Sage.

Miller, T. L.,& Wesley, C. L. (2010). “Assessing Mission and Resources for Social Change: An Organizational Identity Perspective on Social Venture Capitalists ‘Decision Criteria. Entrepreneurship theory and practice, 34(4), 705-733.

Moran, D. (2002). “Introduction To Phenomenology”. Routledge.

Mutter, F.,& Pawlowski,T. (2014). “Role Models İn Sports–Can Success İn Professional Sports İncrease The Demand For Amateur Sport Participation?”. Sport Management Review,17(3), 324-336

Müftügil Yalçın, Seda. (2015). “Türkiye'de Sosyal Girişimcilik, Koç Üniversitesi Öğrencilerinin Gözünden". https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2018/02/T%C3%BCrkiyede-Sosyal-Giri%C5%9Fimcilik-Ko%C3%A7-%C3%9Cniversitesi-%C3%96%C4%9Frencilerinin-G%C3%B6z%C3%BCnden.pdf /Erişim Tarihi:01.12.2019

Najafizadeh, M.,& Mennerick, L. A. (2003). “Gender And Social Entrepreneurship İn Societies İn Transition: The Case Of Azerbaijan”. Journal Of Global South Studies, 20(2), 31.

Okandan, G. D., & Görgülü, V. (2012). “Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Tanımı ve Örnekleri”. Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları içinde, 9-31.

Okandan, G. D., & Sönmez, O. (2012). “Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)” Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları içinde, 117-148.

Özdemir, M. (2010). “Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsali Üzerine Bir Çalişma”. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1), 323-343.

Özden, M. Y.,& Durdu, L. (2016). “Eğitimde Üretim Tabanlı Çalışmalar İçin Nitel Araştırma Yöntemleri”. Anı Yayıncılık, Ankara.

Özel Sektör Gönüllüleri Derneği. (2009). “STÖ'ler İçin Gönüllülük Ve Gönüllü Yönetimi Rehberi”. Ankara: Özel Sektör Gönüllüleri Derneği.
Pearce, J. (2006). “Learning From Failure: Lessons In How To Strengthen And Build The Social Enterprise Sector”. Co-Active Ltd, Plymouth.

Prabhu, G. N. (1999). “Social Entrepreneurial Leadership”. Career Development İnternational, 4(3), 140-145.

Punch, K. F.,& Etöz, Z. (2005). “Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel Ve Nitel Yaklaşımlar”. Siyasal Kitabevi.

Reichardt, C. S.,& Rallis, S. F. (1994). “The Qualitative-Quantitative Debate: New Perspectives”. New Directions For Program Evaluation, 61, 1-98

Reio Jr, T. G., Petrosko, J. M., Wiswell, A. K., & Thongsukmag, J. (2006). “The Measurement And Conceptualization Of Curiosity”. The Journal Of Genetic Psychology, 167(2), 117-135.

Rennie, H. G. (2006). "Social Entrepreneurship And Regional Economic Development: A Conceptual Framework". In Enterprising Worlds (pp. 257-270). Springer, Dordrecht

Rummel, J. F. (1968). "Eğitimde Araştırmaya Giriş" (Çev: R. Taşçıoğlu). Ankara: Ajans Türk Yayınları.

Saario, T. N., Jacklin, C. N. ve Tittle, C. K. (1973). "Sex Role Stereotyping In The Public Schools". Harvard Educational Review, 43(3), 386-414.

Schrag, C. O. (2006). "Heidegger Felsefesinde Fenomenoloji". Varlıkbilim ve Tarih (S. Şen, Çev.). Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, Güz V, 13, 205-215.

Seelos, C.,& Mair, J. (2004). "Social Entrepreneurship – The Contribution Of İndividual Entrepreneurs To Sustainable Development".

Seelos, C.,& Mair, J. (2005). "Social Entrepreneurship: Creating New Business Models To Serve The Poor". Business Horizons, 48(3), 241-246.

Sezer, S. (2012). "A View To The Subject Of The Meaning Of Life İn Terms Of Theoretical And Psychometric Studies". Egitim Bilimleri Fakultesi Dergisi, 45(1), 209.

Sezer, S. (2012). A View To The Subject Of The Meaning Of Life İn Terms Of Theoretical And Psychometric Studies". Egitim Bilimleri Fakultesi Dergisi, 45(1), 209.

Shakespeare-Finch, J. E., Smith, S. G., Gow, K. M., Embelton, G., & Baird, L. (2003). "The Prevalence Of Post-Traumatic Growth İn Emergency Ambulance Personnel". Traumatology, 9(1), 58-71.

Sharir, Moshe Ve Miri LERNER; (2005), "Gauging The Success Of Social Ventures Initiated By Individual Social Entrepreneurs", Journal Of World Business, Article İn Pres, Ss.1-15.

Singh, G.,& Belwal, R. (2008). "Entrepreneurship And Smes İn Ethiopia: Evaluating The Role, Prospects And Problems Faced By Women In This Emergent Sector". Gender In Management: An İnternational Journal, 23(2), 120-136.

Small, H. (1998). "Florence Nightingale: Avenging Angel". Constable & Company Limited.

Sobhani, A., & Gasnier, A. (2012). "Sosyal Girişimcilikten Kapsayıcı Piyasalara. Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Vakaları", 1-7.

Soysal, A. (2010). "Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar Ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma". Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(1), 71-95.

Spear, R. (2006). "Social Entrepreneurship: A Different Model?". International Journal Of Social Economics, 33(5/6), 399-410.

Spear, R., Cornforth, C., & Aiken, M. (2009). "The Governance Challenges Of Social Enterprises: Evidence From A UK Empirical Study". Annals Of Public And Cooperative Economics, 80(2), 247-273.

Subaşı, N.,& Akın, A. (2003). "Kadına Yönelik Şiddet; Nedenleri Ve Sonuçları". Toplumsal Cinsiyet, Sağlık Ve Kadın (Ed. Akın A), 231-249.

Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). "Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation". International Journal Of Nonprofit And Voluntary Sector Marketing, 8(1), 76-88.

Swedberg, R. (2006). "Social Entrepreneurship: The View Of A Young Schumpeter". In C. Steyaert & D. Hjorth (Eds.), Entrepreneurship As Social Change (Pp. 21-34). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing House

Şahbudak, E.,& Ayan, S. (2011). "Akademik Camiada Yurttaşlık Algısı Ve Bilinci: (Cü Öğretim Üyeleri Örneğinde)". Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 35(2), 107-130.

Şahin Görmüş, A., Aydın, S., & Ergin, G. (2013). "İşletme Bölümü Öğrencilerinin İletişim Becerilerinin Cinsiyet Rolleri Bağlamında İncelenmesi". Afyon Kocatepe University Journal Of Social Sciences, 15(1).

Tan, W. L., Williams, J., & Tan, T. M. (2005). "Defining The 'Social'in 'Social Entrepreneurship': Altruism And Entrepreneurship". The International Entrepreneurship And Management Journal, 1(3), 353-365.

Taş, H. Y.,& Şemşek, İ. (2017). "Türkiye Ve Dünya'dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri Ve İstihdama Katkıları". Hak İş Uluslararası Emek Ve Toplum Dergisi, 6(16), 480-497.

Teasdale, S., Mckay, S., Phillimore, J., & Teasdale, N. (2011). "Exploring Gender And Social Entrepreneurship: Women's Leadership, Employment And Participation İn The Third Sector And Social Enterprises". Voluntary Sector Review, 2(1), 57-76.

Tedeschi, R. G., Park, C. L., & Calhoun, L. G. (Eds.). (1998). "Posttraumatic Growth: Positive Changes İn The Aftermath Of Crisis". Routledge.

Tekeş, B. Ve Hasta, D. (2015). "Özgecilik Ölçeği: Geçerlik Ve Güvenilirlik Çalışması". Nesne, 3 (6), 55-75

Tezcan, Mahmut. (1981), "Eğitim Sosyolojisine Giriş", Ankara Üni. Eğit. Fak. Yay., No:91, Ankara

The Regulator of Community Interest Companies. (2019). https://www.gov.uk/government/organisations/office-of-the-regulator-of-community-interest-companies Erişim Tarhi: 04.07.19

Thomas, J. & Reddy, R. "Evaluation Of Social Entrepreneurship Education Programs İn India", International Development Research Centre

Titchen, A. Andhobson, D. (2005). "Phenomenology". B. Somekh, C. Lewin (Edit.), Research Methods In The Social Sciences (121-130). İngiltere: SAGE Publications.

TOG. (2013). "Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk Ve Sosyal Girişimcilik Pilot Projesi". İstanbul: Toplum Gönüllüleri Vakfı.

Topçu, İ. (2011). "Avrupa Birliği Eğitim Programlarından Erasmus Programına Katılan Akademisyenlerin İzlenimleri". Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 35(1), 8-17.

Topses, G. (2012). "Elseverlik (Alturizm) Ve Benseverlik (Egoizm) Ölçeğiyle İlgili Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması". International Journal Of New Trends In Arts, Sports & Science Education (IJTASE), 1(2), 60-71.

Trigwell, K. (2006). "Phenomenography: An Approach To Research Into Geography Education". Journal Of Geography İn Higher Education, 30(2), 367-372.

Türk Dil Kurumu. http://www.tdk.gov.tr/

Tüsev. (2014). "Sivil Toplumun Gelişimi İçin Elverişli Ortamın İzlenmesi Projesi" - https://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/matrisraportr.26.02.16.web(1).pdf Erişim Tarihi: 19.04.2019

Tüsev. (2014). "Sosyal Girişimcilik: Sosyal İçerme Ve Sürdürülebilir Toplumsal Gelişme Olanakları" Konferans Raporu.
https://www.tusev.org.tr/usrfiles/images/26_Haziran_SG_Konferans_Notlari.pdf
Erişim Tarihi: 20.11.2019

Urbano, D., Toledano, N., & Soriano, D. R. (2010). "Analyzing Social Entrepreneurship From An İnstitutional Perspective: Evidence From Spain". Journal Of Social Entrepreneurship, 1(1), 54-69.

Uyguç, N. (2003). "Cinsiyet, Bireysel Değerler Ve Meslek Seçimi".

Vahap, S. A. Ğ. (2003). "Toplumsal Değişim Ve Eğitim Üzerine". CÜ SB Der., XXVII, Mayıs.

Vatandaş, C. (2007). "Toplumsal Cinsiyet Ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı". Sosyoloji Konferansları, (35), 29-56.

Vial, V. (2016). "A Business Model Canvas For Social Enterprises". Sains Humanika, 8(1-2).

Waddock, S. A.,& Post, J. E. (1991). "Social Entrepreneurs And Catalytic Change". Public Administration Review, 393-401.

Weerawardena, J.,& Mort, G. S. (2006). "Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model". Journal Of World Business, 41(1), 21-35.

Weisbrod, B. A. (1977). "The Voluntary Nonprofit Sector: An Economic Analysis".

Weisbrod, B. A. (1986). "Toward A Theory Of The Voluntary Nonprofit Sector In A Three-Sector Economy". In The Economics Of Nonprofit İnstitutions. Oxford University Press.

World Health Organisation (WHO). (2014). "What Do We Mean By "Sex" And "Gender"?". https://www.legal-tools.org/doc/a33dc3/pdf/ /Erişim Tarihi: 30.04.2019

Wronka-Pośpiech, M. (2016). "The İdentification Of Skills And Competencies For Effective Management İn Social Enterprises". A Managerial Perspective. Management, 20(1), 40-57.

Yahya, M. M.,& Mutarubukwa, P. A. (2017). "The Role And Process Of Social Entrepreneurship In A Developing Country: Case Studies From Dar-Es-Salaam And Mwanza, Tanzania". Business Education Journal, 1(3).

Yang, M., Webster, B., & Prosser, M. (2011). "Travelling A Thousand Miles: Hong Kong Chinese Students' Study Abroad Experience". International Journal Of Intercultural Relations, 35(1), 69-78.

Yaşar, M. C.,& Aral, N. (2010). "Yaratıcı Düşünme Becerilerinde Okul Öncesi Eğitimin Etkisi". Kuramsal Eğitimbilim Dergisi, 3(2), 201-209.

Yatkın, A. "Bölgesel Kalkınmada Sivil Toplum Kuruluşları Ve Kadın Katılımı: Elazığ Örnekalan Araştırması". Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23(2).

Yayak, A. (2018). "Etnik Kimlik Algısının Dört Boyutu". Itobiad: Journal Of The Human & Social Science Researches, 7(2).

Yıldırım, A. (1999). "Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri Ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri Ve Önemi". Eğitim Ve Bilim, 23(112), 7-17.

Yıldırım, A.,& Şimşek, H. (2013). "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri". Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, C., Çekmez, E., & Bütüner, S. Ö. (2012). "Fenomenografik Araştırma Yöntemi". Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen Ve Matematik Eğitimi Dergisi, 6(2), 77-102.

Yılmaz, K.,& Şahin, T. (2017). "Eğitim Fakültelerindeki Araştırma Görevlilerinin Mesleki Deneyimlerinin İncelenmesi: Araştırma Görevlisi Olmanın Anlamına İlişkin Fenomenolojik Bir Çalışma".

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). "A Typology Of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes And Ethical Challenges". Journal Of Business Venturing, 24(5), 519-532

Elektronik Kaynaklar

Alternatif Yaşam Derneği. https://ayder.org.tr/ayder-hakkinda/ /Erişim Tarihi: 22.01.19

Aravind Eye Hospital. https://www.aravind.org/default/aboutuscontent/genesis Erişim Tarihi: 20.01.19

Ashoka. “AKUT” https://www.ashoka.org/tr/fellow/nasuh-mahruki /Erişim Tarihi: 25.01.19

Ashoka. “Ashoka Türkiye Fellowları”. https://www.ashoka.org/tr/our-network?country=tr&keys=&tid=All&tid_1=All&tid_2=59&term_node_tid_depth=All /Erişim Tarihi: 29.05.19

Ashoka. “Ashoka’s History”. https://www.ashoka.org/tr/ashoka%27s-history /Erişim Tarihi: 12.01.19

Ashoka. “Teyit.org”. https://www.ashoka.org/tr/fellow/mehmet-atakan-foca /Erişim Tarihi: 25.01.19

Ashoka. “Tülin Akın”. https://www.ashoka.org/tr/fellow/t%C3%BClin-akin /Erişim Tarihi: 18.02.19

Ashoka. “Veronica Khaosa”. https://www.ashoka.org/tr/fellow/veronica-khosa /Erişim Tarihi: 10.02.19

B-fit. “Hikâyemiz”. https://b-fit.com.tr/pages/hikayemiz

Bílý Kruh Bezpečí. https://www.bkb.cz/en/about-bkb/mission/ /Erişim Tarihi: 20.01.19

Brikolör. https://www.merriam-webster.com/dictionary/bricolage#note-1 /Erişim Tarihi: 02.07.19

Clifford, C. (2014). “You Know Malala. Now, Meet Shiza”. https://www.entrepreneur.com/article/230986 /Erişim Tarihi:10.02.19

Dernekler Dairesi Başkanlığı. “Faal Dernek Sayısı”. https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-sayilari /Erişim Tarihi: 30.02.19

European Commission (2014) “AB’nin Büyümesi için Sosyal Ekonominin Potansiyelini Ortaya Çıkarmak: Roma Stratejisi” http://sosyalgirisim.org/userfiles/document/Roma%20Deklarasyonu.pdf /Erişim Tarihi: 10.01.2019

European Commission. (2016). “The Social Business Initiative Of The European Commission” http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm /Erişim Tarihi: 26.03.2019

GENÇTUR. http://genctur.com.tr/hakkimizda/ /Erişim Tarihi: 25.01.19

Grameen Bank. http://www.grameen.com/founder-2/ /Erişim Tarihi: 20.01.2019

Green Belt Movement. http://www.greenbeltmovement.org/who-we-are / Erişim Tarihi: 20.01.19

Hülya Denizalp. http://hulyadenizalp.net/ /Erişim Tarihi: 17.02.19

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı. http://www.kedv.org.tr/ /Erişim Tarihi: 12.03.19

Malala Fund https://www.malala.org/newsroom /Erişim Tarihi:10.02.19

Meydanoğlu, Z. (2016) "Sosyal Girişimci Kadınlar Dünyayı Nasıl Değiştiriyor?" http://www.aljazeera.com.tr/gorus/sosyal-girisimci-kadinlar-dunyayi-nasil-degistiriyor /Erişim Tarihi: 29.05.19

Peer Forward. https://www.peerforward.org/ /Erişim Tarihi: 20.01.19

Recycle Bank https://www.recyclebank.com/about-us/ /Erişim Tarihi: 20.01.19

Resmi Gazete (0 4.03.2005). İl Özel İdaresi Kanunu, sayı: 25745.

Schwab Sosyal Girişimcilik Vakfı. "La Fageda". https://www.schwabfound.org/awardees/cristobal-colon /Erişim Tarihi: 31.03.19

Schwab Sosyal Girişimcilik Vakfı. "What Is Social Entrepreneurship?". https://www.schwabfound.org/what-is-social-entrepreneurship /Erişim Tarihi: 10.01 2019

SEKEM. "About Sekem". https://www.sekem.com/en/about/ /Erişim Tarihi: 20.01.19

Shiller, J. "The True Florence: Exploring The Italian Birthplace Of Florence Nightingale" http://www.countryjoe.com/nightingale/house.htm /Erişim Tarihi: 10.03.19

Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi (SOGLA). http://www.sogla.org/sosyal-giri351imcilik.html# /Erişim Tarihi: 02.01.19

Sosyal Girişimcilik Projesi. http://sosyalgirisim.org//content/detail.aspx?cid=10 / Erişim Tarihi: 22.01.19.

The Duke Innovation and Entrepreneurship Initiative. "Pamela Hawley" https://entrepreneurship.duke.edu/social-innovation/pamela-hawley/ /Erişim Tarihi: 10.02.19/

The European Network of Social Integration Enterprises (ENSIE) http://www.ensie.org/geces /Erişim Tarihi: 12.01.2019

Vakıflar Genel Müdürlüğü. (2018) "2018 Yılı Faaliyet Raporu". https://www.vgm.gov.tr/kurumsal/plan-program-ve-raporlar/faaliyet-raporlar%C4%B1 /Erişim Tarihi: 30.02.2019

EKLER

EK 1: Kadın Sosyal Girişimciler ile Yapılan Mülakat Sorular

- Yaş:
- Medeni durum:

Bekâr Evli İlişkisi var Boşanmış Eşi vefat etmiş

- Çocuk sayısı:

0 1 2 3 4 5 ve daha fazla

- Eğitim:
  - İlkokul
  - Ortaokul
  - Lise
  - Yüksekokul (2 yıllık yüksek öğrenim)
  - Üniversite (4 yıllık yüksek öğrenim)
  - Yüksek Lisans
  - Doktora
- Sosyal girişimcinin sosyoekonomik durumu

0 - 3000 TL 3.000 - 7.000 TL 7000+

- Faaliyet alanı
  - Sivil toplum katılımı
  - Ekonomik gelişme
  - Çevre
  - Sağlık
  - İnsan hakları
  - Öğrenme / Eğitim

- Diğer (Lütfen belirtiniz)

1. Daha önce sosyal girişimciliğe yönelik herhangi bir eğitim aldınız mı?
2. Daha önce sosyal girişimcilik alanında bir tecrübeniz var mıydı?
3. Sosyal girişime yönelik ilk fikirleriniz ne zaman ortaya çıktı?
4. Bu konuda attığınız ilk adım neydi ve ne zaman gerçekleşti?
5. Faaliyet alanınızı neye göre belirlediniz?
6. Sizi bu sosyal girişime teşvik eden etmenler nelerdir?
7. Sosyal girişiminizin kurumsallaşma süreciyle ilgili bilgi verir misiniz?
8. Bu sosyal girişimin nasıl bir örgütsel yapısı var?
9. Bu şekilde örgütlenmeye nasıl karar verdiniz?
10. Bu sosyal girişimdeki statünüz nedir?
11. Sosyal girişiminizin finansal kaynakları nelerdir?
12. Bir sosyal girişimci olarak karşılaştığınız engeller nelerdir?
13. Bir sosyal girişimci olarak karşılaştığınız kolaylaştırıcılar nelerdir?
14. Bir kadın sosyal girişimci olarak karşılaştığınız engeller ve kolaylaştırıcılar nelerdir?
15. Kamu yönetimi ve kamu politikaları ile sosyal girişiminizin herhangi bir ilişkisi / ortaklığı söz konusu mu?
16. Size göre Türkiye'de sosyal girişimcilik alanında ne gibi eksiklikler var?
17. İdeal bir sosyal girişimcilik modeli nasıl olmalıydı?
18. Neler yapılsa sosyal girişimcilik daha çok teşvik edilir, kalıcı hale gelebilir?
19. Size göre sizin sosyal girişimci olmanızı ve kalmanızı sağlayan en belirgin özellik nedir? Başka bir sosyal girişimciyi düşündüğünüzde onun sosyal girişimci olmasını ve kalmasını sağlayan en belirgin özellik nedir?
20. Sosyal girişimciliğe başlarken amaçladığınız noktaya bugün ne ölçüde ulaştınız?

ÖZGEÇMİŞ

Çağla Ezgi Aydın

1993 yılında İstanbul'da doğmuştur. İlkokulu Şair Mehmet Emin Yurdakul İlköğretim Okulu'nda okuduktan sonra, lise öğrenimini Cemile Yeşil Anadolu Lisesi'nde tamamlamıştır. 2016 yılında Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nden mezun olmuştur. Aynı yıl başladığı Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yönetim Bilimleri programı Yüksek Lisans eğitimini "Türkiye Örneğinde Kadın Sosyal Girişimciliğini İncelemek: Nitel Bir Araştırma" başlıklı tezi ile tamamlamıştır. 2017 yılında Almanya'nın Marburg şehrinde Erasmus programına katılmış ve başarılı olarak geri dönmüştür. Yabancı dil olarak ileri seviyede İngilizce ve orta seviyede Almanca bilmektedir.