

Geliş Tarihi:

30.09.2024

Kabul Tarihi:

10.02.2025


Yayınlanma Tarihi:

28.03.2025

Kaynakça Gösterimi: Kızıloğlu, E. (2025). Akademik girişimciliğe akademisyen bakışı: bir metaforik inceleme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi İnovasyon ve Girişimcilik Özel Sayısı*, 24(Özel Sayı), 189-210. doi: 10.46928/iticusbe.1558868

AKADEMİK GİRİŞİMCİLİĞE AKADEMİSYEN BAKIŞI: BİR METAFORİK İNCELEME

Araştırma

Esra Kızıloğlu 

Sorumlu Yazar

Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

esraciftci@selcuk.edu.tr

Doç. Dr. Esra Kızıloğlu, Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü öğretim üyesidir. İnsan kaynakları yönetimi, stratejik yönetim, sürdürülebilirlik ve bilgi yönetimi alanlarında dersler vermekte, bu alanlarda uluslararası yayınlar yapmaktadır. Akademik ilgi alanları arasında yeşil işletmeler, kadın çalışanlar ve örgütsel davranış konuları yer almaktadır.

Akademik Girişimciliğe Akademisyen Bakış: Bir Metaforik İnceleme

Esra Kızıloğlu
esraciftci@selcuk.edu.tr

Özet

Bu araştırmada akademisyenlerin akademik girişimciliğe bakış açısı ve algıları metaforlar aracılığıyla belirlenmek istenmiştir. Bu amaçla Türkiye’de görev yapan akademisyenlere akademik girişimcilik algılarını tespit etmek üzere anket formu online kanallar üzerinden gönderilmiş ve toplanan veriler betimsel yaklaşımla ele alınmıştır. Nitel araştırma deseninde kullanılan metafor yöntemi çalışmanın yöntemi olarak seçilmiştir. Veri toplamak için ‘‘Akademik girişimcilik..... gibidir. nk.....’’ ifadesinin yer aldığı anket formu kullanılmıştır. 75 anket formu toplanmış, incelenmiş ve betimsel bir yaklaşımla analiz edilmiştir. Araştırmada 75 akademisyenden 69 metafor elde edilmiştir. Bu metaforlar, ‘‘Yenilik ve Keşif’’, ‘‘Risk ve Cesaret’’, ‘‘İş Birliği ve Ağ Oluşturma’’, ‘‘Liderlik ve Yönetim’’, ‘‘topya’’, ‘‘Girişim ve Ticaret’’, ‘‘Toplumsal Katkı’’ ve ‘‘Uzun Soluklu Maraton’’ olmak üzere 8 kategori altında incelenmiştir. Bulgular, akademik girişimciliğin yenilikçilik, liderlik, iş birliği, risk alma, toplumsal fayda sağlama ve uzun vadeli çaba gibi çok boyutlu bir süreç olduğunu ortaya koymuştur. Oluşturulan kategoriler, akademisyenlerin akademik girişimciliğe farklı açılardan yaklaştığını ve bu sürecin, bireysel ve toplumsal düzeyde geniş bir etki alanına sahip olduğunu göstermiştir. Akademik girişimcilik kavramının akademisyenler tarafından nasıl algılandığına ilişkin çalışmalar sınırlıdır. Konuyla ilgili ne ulusal ne de uluslararası literatürde metaforik bakış açısıyla üretilen herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanmamıştır. Türkiye’de akademik girişimcilik konusunda akademisyenlerin ilgisi ve bilgi düzeyi üzerine yapılan çalışmalar, bu alana yeterince yönelim göstermediklerini ortaya koymaktadır. Nitekim, bu alanda yapılan araştırmaların sınırlı sayıda olması da bu durumu desteklemektedir. Söz konusu araştırma, bu kapsamda akademik girişimcilik hakkında daha önce yapılan teorik çalışmalara katkı sağlayacak ve akademisyenlerin konuya ilişkin kişisel ve mesleki tutumlarını ortaya koyarak literatüre özgün bir değer katacaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, akademik girişimcilik, metafor çalışması, akademisyen, Türkiye.

JEL Kodu: L26, I23, O32

Academics' Perspective on Academic Entrepreneurship:

A Metaphorical Analysis

Abstract

This study aims to determine academics' perspectives and perceptions of academic entrepreneurship through metaphors. For this purpose, a survey form was sent to academics working in Türkiye via online channels to determine their perceptions of academic entrepreneurship and the collected data was handled with a descriptive approach. The metaphor method used in the qualitative research design was selected as the method of study. The survey form containing the statement "Academic entrepreneurship is like Because....." was used to collect data. The 75 survey forms were collected, examined and analyzed with descriptive 69 metaphors were obtained from 75 academics in the study. These metaphors were examined in 8 categories: "Innovation and Discovery", "Risk and Courage", "Collaboration and Networking", "Leadership and Management", "Utopia", "Enterprise and Trade", "Social Contribution" and "Long-Term Marathon". The findings revealed that academic entrepreneurship is a multidimensional process such as innovation, leadership, collaboration, risk taking, social benefit and long-term effort. The categories created showed that academics approach academic entrepreneurship from different perspectives and that this process has a wide area of impact on the individual and social level. Studies on how the concept of academic entrepreneurship is perceived by academics are limited. No scientific study produced from a metaphorical perspective has been found in either national or international literature on the subject. Studies on the interest and knowledge level of academics on academic entrepreneurship in Turkey reveal that they are not sufficiently orientated to this field. As a matter of fact, the limited number of studies conducted in this field also supports this situation. In this context, this research will contribute to theoretical studies on academic entrepreneurship and will add a unique value to the literature by revealing the personal and professional attitudes of academics on the subject.

Keywords: Entrepreneurship, academic entrepreneurship, metaphor study, academics, Türkiye.

JEL Code: L26, I23, O32

Giriş

B Akademik girişimcilik, üniversiteler ve araştırma kurumlarında üretilen bilimsel bilgi ve yeniliklerin toplumsal ve ekonomik bir fayda yaratması amacıyla dönüştürülmesidir (Rothaermel, Agung & Jiang., 2007). Bu dönüşüm genellikle üniversite-sanayi iş birliği, teknoloji transfer ofisleri aracılığıyla bilgi aktarımı, akademik buluşların patentlenmesi, spin-off (yan girişim) şirketlerin kurulması ve araştırmacıların danışmanlık hizmetleri vermesi gibi çeşitli faaliyetleri içerir (Yücel & Sezgin, 2022).

Akademik girişimcilik kavramı, üniversiteler ve endüstri arasındaki çeşitli etkileşim biçimlerini anlatmak için kullanılır (Etzkowitz, 1998, s. 45). Kavram, öncelikle araştırma çıktılarının ticarileştirilmesiyle ilgilenir (Wright vd., 2008). Kısacası, araştırmacıların yeni girişim oluşturma, danışmanlık veya endüstri iş birlikleri yoluyla araştırmalarının ticarileştirilmesine aktif olarak dahil olduğu bir süreçtir (Shane, 2004).

Akademik girişimcilik bilgi ekonomisine ve sürdürülebilirliğe katkıda bulunur. Toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlayan ve yenilikçi teknolojilerin yayılmasını hızlandıran bu kavram, sadece ekonomik büyümeyi teşvik etmekle kalmayıp, aynı zamanda sosyal ve çevresel sorunlara yönelik yeni iş modellerinin ortaya çıkmasını da sağlamasından dolayı önemlidir (Meyer, 2003; Dalmarco, Hulsink & Blois, 2018). Araştırmalar, akademik girişimciliğin bilgi ekonomisinin inşasında önemli bir kriter olarak rol oynadığını göstermektedir (Urbano & Guerrero, 2013). Bu nedenle ülkelerin bilim politikalarında akademik girişimciliği desteklemesi, üniversite-sanayi iş birliklerini artırması ve teknoloji transfer ofislerini etkin kullanması gerekmektedir (Clarysse, Tartari & Salter, 2011).

Akademisyenler açısından baktığımızda akademik girişimcilik, çalıştıkları kurumlarda üretilen bilginin ekonomik, toplumsal ve çevresel faydaya dönüştürülmesi sürecinde aktif bir rol üstlenmek istemeleridir. Akademisyenler bilimsel araştırmalarını veya buluşlarını sadece akademik makaleler veya konferanslar aracılığıyla paylaşmak yerine, aynı zamanda bu bilgileri ticarileştirmek, patentlemek, danışmanlık hizmetleri vermek veya start-up şirketler kurmak gibi pratik yollarla toplum yararına sunmak isterler. Akademik girişimcilik akademisyenler için birkaç nedenden önemli görülmektedir;

- Bilginin Ticarileştirilmesi ve ekonomik değer yaratma: Akademisyenler ürettikleri bilgi ve teknolojileri ticarileştirerek daha geniş bir etki yaratmış olurlar. Ticarileşen bu bilgi ve teknolojiler sayesinde yeni iş alanları ve yeni girişimlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlanmış olur. Sadece akademik dünyada değil, iş dünyasında ve toplumsal düzeyde de fark yaratmış olan akademisyenler, ekonomik ekosistemin de aktif bir parçası haline gelirler (Clarysse vd., 2011; Siegel & Wright, 2015; Dalmarco vd., 2018).
- Ek gelir kaynağı elde etme: Akademisyenler akademik girişimcilik sayesinde patentler, danışmanlık ve start-up şirketlerinden elde edilen gelirlerle ek finansal kaynak yaratma imkânı bulur (Carlsson & Fridh, 2002, s.210-215).
- Toplumsal Katkı ve Çözüm Üretme: Akademisyenler bilimsel çalışmalarını sadece iş dünyasına yönelik değil topluma ve toplumsal sorunlara da çözüm bulma amacıyla gerçekleştirebilirler. Örneğin, sağlık, çevre enerji, bilgi ve teknoloji gibi alanlarda yaptıkları araştırmalarını uygulamaya geçirecek şekilde toplumda olumlu değişimler yaratabilirler (Etzkowitz, 2003; Urbano & Guerrero, 2013).
- Üniversite-Özel Sektör İş Birliğini Güçlendirme: Akademisyenler akademik girişimcilik faaliyetleri ile üniversiteler ile özel sektör arasında adeta bir köprü vazifesi görür. Özel sektörün ihtiyaçlarına yönelik geliştirdikleri fikirleri ticarileştirerek hem özel sektöre fayda sağlar hem de üniversitelerinin Ar-Ge faaliyetlerini daha etkili bir şekilde yürütmesine yardımcı olur (Wright vd., 2007).
- Kariyer Gelişimi ve Motivasyon Sağlama: Akademik girişimcilik ile akademisyenler kariyerlerini çeşitlendirir ve motive olurlar. Sadece akademik makaleler yayımlamak ve öğretim faaliyetlerinde bulunmakla sınırlı kalmadan, girişimci bir kimlik kazanarak kendi araştırmalarını ve buluşlarını hayata geçirebilirler (Huyghe & Knockaert, 2015).
- Akademik Dünyada Rekabetçiliği Artırma: Akademik girişimcilik sayesinde üniversiteler ve akademisyenler arasında rekabet güçlenir ve artar. Üniversiteler, daha fazla fon, destek ve itibar kazanmak için bilgilerini ticarileştirmeye ve yenilikçi projeler geliştirmeye odaklanırlar. Bu rekabet hem akademik kaliteyi hem de üniversitelerin topluma katkısını artırır (O'Shea, Allen, Chevalier & Roche, 2005).

Akademik girişimcilik, akademisyenler için giderek daha önemli bir kavram haline gelmektedir. Bu kavram, akademisyenler için sadece bilgi üretiminden öte, ürettikleri bilginin ve yeniliklerin toplumda ekonomik ve sosyal fayda yaratacak şekilde uygulanması anlamını taşıdığı için mesleki tatminlerinin ve kişisel gelişimlerinin önemli bir unsurudur. Akademisyenlerin bu kavrama bakışı, onların bireysel hedefleri, araştırma alanları ve topluma katkı sağlama arzuları ile şekillenir.

İlgili literatürde akademik girişimcilik kavramı, genellikle nicel analizler, bireysel ve çevresel faktörlerin etkileri veya teknolojik transferin sonuçları gibi daha somut ve ölçülebilir unsurlar üzerinden tartışılmaktadır (Clarysse vd., 2011; Dalmarco vd., 2018). Akademik girişimcilik kavramının akademisyenler tarafından nasıl algılandığı, bu süreçte karşılaşılan zorluklar ve fırsatlar üzerine yapılan çalışmalar sınırlıdır. Metaforlar, bireylerin karmaşık kavramları anlamlandırmasında önemli bir araç olduğundan (Lakoff & Johnson, 1980, s.3), akademisyenlerin akademik girişimcilik algılarını daha derinlemesine anlamak için güçlü bir yöntem sunar. "Bu nedenle, bu araştırmada akademisyenlerin akademik girişimcilik hakkındaki görüşleri nitel bir araştırma yöntemi olan metaforlar üzerinden incelenmiştir. Metaforlar aracılığıyla yapılan bir analiz, akademisyenlerin girişimcilik deneyimlerine dair daha niteliksel ve duygusal boyutları ortaya çıkarabilir. Bu durum literatürdeki eksik alanı doldurabilir ve akademik girişimciliğin daha insani ve duygusal yönlerini ortaya koyabilir.

Araştırmada iki problem cümlesi belirlenmiştir;

1. Türkiye'deki akademisyenler "akademik girişimcilik" kavramına ilişkin sahip oldukları algıları hangi metaforlar aracılığıyla açıklamaktadırlar?
2. Türkiye'deki akademisyenlerin "akademik girişimcilik" kavramına ilişkin belirttikleri metaforlar hangi kategoriler aracılığıyla açıklanmaktadır?

Sonuç olarak bu araştırmanın amacı, akademisyenlerin akademik girişimcilik algılarını metaforik bir bakış açısıyla inceleyerek, bu kavramın akademik dünyadaki mevcut ve potansiyel etkilerini anlamaktır. Metafor analizinin tercih edilmesinin sebebi akademisyenlerin akademik girişimcilik algısını ölçmek ve bu kavramın akademik dünyada nasıl anlaşıldığını daha kapsamlı şekilde ortaya koymaktır. Araştırma, bu kapsamda akademik girişimcilik hakkında daha önce yapılan teorik çalışmalara katkı

sağlamakta ve akademisyenlerin konuya ilişkin kişisel ve mesleki tutumlarını ortaya koyarak literatüre özgün bir değer katmaktadır.

Yöntem

Araştırmanın Deseni

Bu araştırmada, araştırma yöntemlerinden nitel yaklaşım benimsenmiş ve nitel araştırma desenlerinden olgu bilim deseni uygulanmıştır. Nitel araştırmalar, olguları kendi bağlamları içinde inceleyerek, insanların bu olgulara yüklediği anlamları derinlemesine anlamaya çalışır. Bu nedenle, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan metafor analizi, bireylerin algı ve düşünce yapılarını yorumlamak için uygun bir yaklaşım olarak tercih edilmiştir (Saban, 2008, s.460; Yıldırım & Şimşek, 2018, s.207).

Metafor analizi; dilbilim, edebiyat, sosyal bilimler ve bilimsel araştırmalar gibi çeşitli disiplinlerde yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Bireylerin düşüncelerini ve tutumlarını anlamada değerli içgörüler sunarak, karmaşık ve belirsiz verileri daha güvenilir ve sağlam bir hale dönüştüren çok yönlü bir araştırma yöntemidir. Bu analiz türü, metaforların kullanımını, anlamlarını ve yorumlanma biçimlerini araştırır. Hem nitel hem de nicel araştırmalarda kullanılabilen çok yönlü bir yöntem olan metafor analizi, bireylerin düşünce yapıları ve tutumları hakkında anlamlı yorumlar yapmayı sağlar ve karmaşık verileri daha güvenilir bir hale getirir (Lakoff & Johnson, 1980, s.115; Saban, 2004, s.132).

Bu araştırmada metaforlarla algıların ölçülmek istenmesinin bir başka sebebi akademik girişimciliği teşvik etmeye yönelik politika ve stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlayabilmesi ve akademik girişimcilik kavramını sıradan anket ve ölçeklerin ötesine taşıyarak, daha özgün ve yaratıcı bir bakış açısı sunabilmesidir. Bu yaklaşım, akademisyenlerin akademik girişimcilik konusundaki düşüncelerini ifade etmeleri için yeni bir dil sağlar ve bu süreçte karşılaşılan zorlukların, fırsatların ve motivasyonların daha derin bir şekilde anlaşılmasına yardımcı olur (Gaddefors, 2007; Lakoff & Johnson, 1980; Saban, 2004).

Araştırma Gurubu

Çalışma, 2024 Nisan/Mayıs aylarında gerçekleşmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu amaçlı örnekleme yöntemi ile Türkiye’de görev yapan akademisyenler

oluşturmaktadır. Bu çerçevede Türkiye'nin çeşitli üniversitelerinden toplamda 75 akademisyene ulaşılmıştır. Katılımcıların %41'i Kadın %59'u erkektir. Katılımcıların %28'i Prof. Dr., %27'si Doç. Dr., %11'i Dr./Arş. Gör. Dr./Öğr. Gör. Dr., %11'i Dr. Öğr. Üyesi, %11'i Arş. Gör, %9'u Öğr. Gör. ve %4'ü Uzman kadrosundadır.

Katılımcıların Üniversiteleri; Selçuk Üniversitesi (6 kişi), Atatürk Üniversitesi (5 kişi), İstanbul Üniversitesi (5 kişi), Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi (4 kişi), Necmettin Erbakan Üniversitesi (4 kişi), İstanbul Esenyurt Üniversitesi (3 kişi), Hacettepe Üniversitesi (3 kişi), Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi (2 kişi), Fırat Üniversitesi (2 kişi), Bursa Uludağ Üniversitesi (2 kişi), Uşak Üniversitesi (2 kişi), Ondokuz Mayıs Üniversitesi (2 kişi) Çukurova Üniversitesi (2 kişi), Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi (2 kişi), Yozgat Bozok Üniversitesi (2 kişi), Düzce Üniversitesi (2 kişi), Gazi Üniversitesi (2 kişi), Harran Üniversitesi (2 kişi), Mersin Üniversitesi (2 kişi), Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi (2 kişi), Dokuz Eylül Üniversitesi (2 kişi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi (2 kişi), Erciyes Üniversitesi (2 kişi), Adnan Menderes Üniversitesi (1 kişi), Gaziosmanpaşa Üniversitesi (2 kişi), Karatay Üniversitesi (2 kişi), Kocaeli Üniversitesi (2 kişi), Bursa Teknik Üniversitesi (2 kişi), İnönü Üniversitesi (2 kişi) dir.

Katılımcıların Fakülteleri ise; Ziraat Fakültesi (%22), Mühendislik Fakültesi (%20), Teknik Bilimler Fakültesi (%15), Fen Fakültesi (%13), İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (%12), Turizm Fakültesi (%8), BESYO (%4), İletişim Fakültesi (%3), Tıp Fakültesi (%2), Havacılık Fakültesi (%1) dir. Fakülte seçiminde, disiplinler arası bir çeşitlilik sağlanmasına özen gösterilmiştir. Bu nedenle, farklı bilim alanlarında akademik girişimcilik potansiyelinin nasıl değiştiğini gözlemleyebilmek adına hem uygulamalı bilimler (Ziraat, Mühendislik, Teknik Bilimler, Tıp) hem de sosyal bilimler (İktisadi ve İdari Bilimler, Turizm, İletişim) alanlarından fakülteler araştırmaya dahil edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Ankette metafor oluşturmaları için katılımcılara “Akademik girişimcilik.....gibidir. Çünkü.....” ifadesinin yer aldığı form online kanallarla gönderilmiştir. Online olarak gönderilen bu anket formları

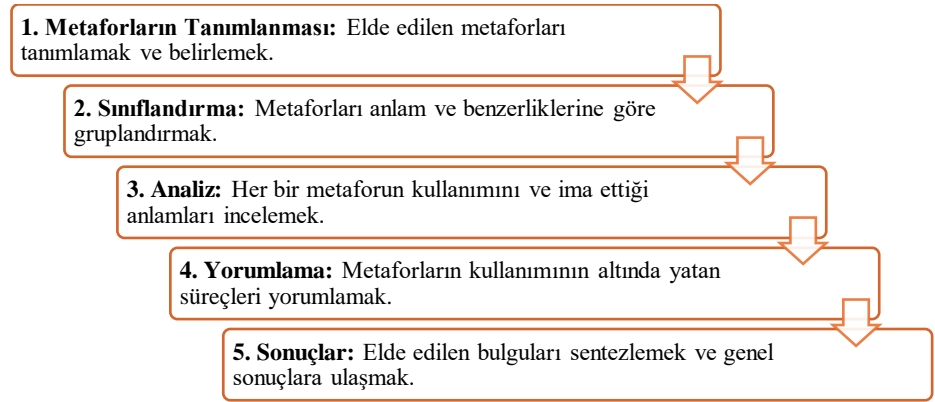
akademisyenlerin yer aldığı çeşitli sosyal medya hesapları (WhatsApp, Instagram gibi) yoluyla iletilmiştir.

Araştırma Etiği

Araştırma anket sorularına Selçuk Üniversitesi Rektörlüğü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı tarafından 07.05.2024 tarihli, E-22752295-050.04-750202 sayılı Etik Onayı verilmiştir. Ayrıca verilerin toplanmasında ve paylaşımında katılımcıların hakları, bilgilerinin gizliliği ve anonimliği gibi etik ilkelere de dikkat edilmiştir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada izlenen süreçler Şekil 1’de özetlenmiştir.



Şekil 1. Araştırmada İzlenen Süreçler

Öncelikle elde edilen veriler tek tek incelenmiş, tanımlanmış ve numara verilmiştir. Numaralandırılan veriler ortak özellikleri bakımından değerlendirilip ilgili literatüre de uygun olarak anlam ve benzerliklerine göre farklı kavramsal kategorilere ayrılmıştır. Her bir metafor ve kategori kullanımına ve ima edilen anlama göre incelenmiştir. Daha sonra metaforlar ve oluşturulan kategorilere ilişkin veriler sayısallaştırılmış ve yoruma hazır hale getirilmiştir.

Araştırma verilerinin geçerliliği ve güvenilirliği de sağlanmıştır. Bunun için verilerin elde edilmesi, raporlanması ve sonuçların detaylıca açıklanması üzerinde durulmuştur. Ayrıca araştırma bulgularını açıklarken doğrudan alıntılar kullanılmış, bulguların geçerliliği desteklenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğinin sağlanmasında ise uzman görüşlerinden faydalanılmıştır. Girişimcilik alan yazınında akademik çalışmalara sahip

üç akademisyene elde edilen metaforlar ve ilgili kategoriler gösterilerek görüşleri alınmıştır.

Bulgular

Tablo 1’de akademisyenlerin akademik girişimcilik kavramı hakkında oluşturdukları metaforlar listelenmiştir. Toplamda 75 akademisyenden 69 farklı metafor üretilmiştir.

Tablo 1. Akademisyenlerin Akademik Girişimciliğe Dair Ürettikleri Metaforlar

Metafor Sırası	Üretilen Metafor	Frekans	Metafor Sırası	Üretilen Metafor	Frekans
1.	Cesaret	3	36.	Bilimin parayla buluşması	1
2.	Yenilik/İnovasyon	2	37.	Zorlu Bir Yol	1
3.	Akademik proje	2	38.	Yarış Atı	1
4.	Bilimsellik	2	39.	Pazarlanır ve Üretilabilir Bilgi	1
5.	Keşif	2	40.	Ateşten Gömlek	1
6.	Entelektüel Girişimcilik	1	41.	Deniz	1
7.	Sosyal Girişimcilik	1	42.	Sosyal ve Aktif Olma	1
8.	İmkânsız Aşk	1	43.	Köprü	1
9.	Kültür ve yönetim desteği	1	44.	Heyecan Düzeyi Yüksek Bir Oyuna	1
10.	Pes Etmeyen İnsan	1	45.	Özgürlük	1
11.	Girişimcilik Pratiği	1	46.	Gölden Çıkıp Yeni Sular Keşfetmek	1
12.	Ek Kazanç	1	47.	Bir Küçük Kara Balık Hikayesi	1
13.	Bilgi Tüccarlığı	1	48.	Entelektüel Sporcu	1
14.	Ağaç	1	49.	Dahil Olma	1
15.	Örümcek Ağı	1	50.	Çiftçi	1
16.	Hayal	1	51.	Karanlıkta Dişlerinize Atomu Parçalamak	1
17.	Fabrikatör	1	52.	Zorlama	1
18.	Liderlik/Yöneticilik	1	53.	Yarış/Hedef/Mutluluk	1
19.	Risk	1	54.	Yatırım	1
20.	Hayat	1	55.	Sonsuz Bir Yolculuk	1
21.	Hükümet Başkanlığı	1	56.	İş Hayatındaki Güzel Bir Kıza	1
22.	İmkansız Bir Tutku	1	57.	Ticaret	1
23.	Bilgi Pazarlaması	1	58.	AR-GE	1

24.	Fikirlerin Ticarileştirilmesine	1	59.	Işık	1
25.	Lokomotif	1	60.	Bilgi ve Ticari Kombinasyon	1
26.	Bilginin Somutlaştırılması	1	61.	Apple Şirketi	1
27.	Usta Şoför	2	62.	Kaşiflik	1
28.	Sonsuzluk	1	63.	Yokluk	1
29.	Sanatçının Eseri	1	64.	AR-GE'nin Ticarileşmesi	1
30.	Teori ve Uygulamanın Birleşimi	1	65.	Buz Üzerinde Kaymak	1
31.	Hiçlik	1	66.	Bağlantı Kablosu	1
32.	Zorlukla Savaşmak	1	67.	Tarihteki Dünya Liderleri	1
33.	Üniversite İşletmesi	1	68.	Seyahat Etmek	1
34.	Kumar	1	69.	Patent Alma	1
35.	Tutku	1	Toplam	69 metafor üretilmiştir.	

Tablo 2’de akademisyenlerin ürettiği 69 farklı metafor, ilgili literatüre ve anlam gruplarına göre kategorilere ayrılmıştır.

Tablo 2. Akademisyenlerin Akademik Girişimciliğe İlişkin Metaforlarının Kategorilendirilmesi

Kategoriler	İlgili Metaforlar	Metafor Sayısı (f)	Yüzde (%)	Kişi Sayısı (n)	Yüzde (%)
<i>Yenilik ve Keşif</i>	Yenilik/İnovasyon, Kaşiflik, Fabrikatör, Keşif, Deniz, Heyecan Düzeyi Yüksek Bir Oyun, Gölden Çıkıp Yeni Sular Keşfetmek, Apple Şirketi, Özgürlük, Seyahat Etmek	10	%14,49	12	%16
<i>Risk ve Cesaret</i>	Cesaret, İmkânsız Aşk, Pes Etmeyen İnsan, Risk, Kumar, Zorlama, Bir Küçük Kara Balık Hikayesi, Karanlıkta Dişlerinle Atomu Parçalamak, İş Hayatındaki Güzel Bir Kıza, Zorlukla Savaşmak, Zorlu Bir Yol, Ateşten Gömlek, Buz Üzerinde Kaymak	13	%18,84	15	%20
<i>İş birliği ve Ağ oluşturma</i>	Örümcek Ağı, Sosyal ve Aktif Olma, Entelektüel Sporcu, Bağlantı Kablosu	4	%5,80	4	%5,33

Liderlik ve Yönetim	Usta Şoför, Kültür ve Yönetim Desteği, Liderlik/yöneticilik, Bilimsellik, Ağaç	5	%7,25	6	%8
Ütopya	Hayal, Tutku, Sonsuz Bir Yolculuk, İmkânsız Bir Tutku, Yokluk	5	%7,24	5	%6,66
Girişim ve Ticaret	Sosyal Girişimcilik, Entelektüel Girişimcilik, Girişimcilik Pratiği, Ek Kazanç, Bilgi Tüccarlığı, Bilgi Pazarlaması, Fikirlerin ticarileştirilmesine, Üniversite İşletmesi, Bilimin parayla buluşması, Pazarlanır ve Üretilabilir Bilgi, Dahil Olma, Ticaret, AR-GE, Bilgi ve Ticari Kombinasyon, AR-GE'nin Ticarileşmesi, Patent Alma, Akademik proje, Yatırım, Bilginin somutlaştırılması, Sanatçının eseri, Teori ve uygulamanın birleşimi	21	%30,44	22	%29,33
Toplumsal Katkı	Hayat, Hükümet Başkanlığı, Lokomotif, Köprü, Çiftçi, Yarış/Hedef/Mutluluk, Işık, Tarihteki Dünya Liderleri	8	%11,59	8	%10,67
Uzun Soluklu Maraton	Sonsuzluk, Hiçlik, Yarış Atı	3	%4,35	3	%4
	Toplam	69	100	75	100

Tabloya göre akademisyenler akademik girişimcilik kavramına ilişkin 8 farklı kategoride metafor üretmişlerdir. Bu kategoriler kısaca açıklanacak ve örneklendirilecek olursa;

1. Kategori: Yenilik ve Keşif

Yenilik ve Keşif kategorisine göre toplamda 12 kişi 10 metafor ile katkı sağlamıştır. Üretilen metaforlar *yenilik/inovasyon, kaşiflik, fabrikatör, keşif, deniz, heyecan düzeyi yüksek bir oyun, gölden çıkıp yeni sular keşfetmek, Apple şirketi, özgürlük, seyahat etmek* şeklindedir. Kategoriye ilişkin örnek ifadeler ise şu şekildedir:

- “Rekabet duygusuyla bilgi artışı yenilikleri beraberinde getirir” (Prof. Dr., İstanbul Üni., İktisat)

- “Ancak yeni sulara açıldığınızda yeni fırsatlar yakalama yenilik yapma ve bir şeyler keşfetme şansınız olur” (Doç. Dr., Hacettepe Üni., Mühendislik Fakültesi)
- “Teknolojik inovasyonları (bilgi iletişim teknolojileri) takip etmek ya da teknolojik inovasyonda öncü olmaktır” (Prof. Dr., Atatürk Üni., Mühendislik Fakültesi)

Akademik girişimcilik, üniversitelerin bünyesindeki bilgiyi ticari veya toplumsal değer yaratacak şekilde yenilikçi ürün, hizmet veya süreçlere dönüştürmeyi içerir. Bu kategori, akademik girişimcilikteki temel unsurlardan biri olan yenilikçiliği temsil eder. Bu bağlamda, "Yenilik ve Keşif" kategorisi, akademisyenlerin yeni bilgi arayışı, inovasyon yapma potansiyelleri ve bilime olan katkılarının bir yansıması olarak değerlendirilmiştir. Akademik girişimciler, yenilikçilik vasfıyla bilinen araştırmacılar; bu nedenle, bu metaforlar yenilik ve keşfin girişimcilikteki önemini yansıtır.

2. Kategori: Risk ve Cesaret

Risk ve cesaret kategorisine 15 kişi 13 metafor üreterek katkı sağlamıştır. Üretilen metaforlar *cesaret, imkânsız aşk, pes etmeyen insan, risk, kumar, zorlama, bir küçük kara balık hikayesi, karanlıkta dışlarınızla atomu parçalamak, iş hayatındaki güzel bir kıza, zorlukla savaşmak, zorlu bir yol, ateşten gömlek, buz üzerinde Kaymak* şeklindedir. Kategoriye ilişkin örnek ifadeler ise şu şekildedir;

- “Yenilik yapmak gerektiğinden cesaret ister. Akademik girişimcilik cesur olmak demektir” (Doç. Dr., Selçuk Üni., Mühendislik Fakültesi)
- “Küçük kara balık gibi kimse ona inanmasa da başka dünyaları başka suları keşfetmek için cesaret göstermektir” (Prof. Dr., Bursa Uludağ Üni., Teknik Bilimler Fakültesi)

Akademik girişimcilik, yüksek belirsizlik ve risklerle dolu bir süreçtir. Araştırma sonuçlarının ticari başarıya dönüşüp dönüşmeyeceği, bu alana yatırım yapanların cesaretini ve risk alma kapasitelerini gösterir. Bu kategorideki metaforlar, akademisyenlerin bu belirsizliklerle başa çıkma ve cesurca kararlar alma becerilerini simgeler. Akademik dünyada sahip olunan bilgiyi girişimsel bir riskle ticari ürün veya hizmete dönüştürme cesareti, bu kategoriyle vurgulanmaktadır.

3. Kategori: İş Birliği ve Ağ Oluşturma

İş Birliği ve Ağ Oluşturma kategorisine 4 kişi 4 metafor üreterek katkı sağlamıştır. En az metaforun yer aldığı ikinci kategoridir. Üretilen metaforlar *örümcek ağı, sosyal ve aktif olma, entelektüel sporcu, bağlantı kablosudur*. Kategoriyeye ilişkin örnek ifadeler ise şu şekildedir;

- “Multidisipliner yaklaşım sergileyerek, network kuvvetlendirilir ve bu sayede başarılı girişimci olunabilir” (Öğr. Gör., Bursa Uludağ Üni., Mühendislik Fakültesi)
- “Uzun soluklu bir maratonun her safhasında birikimini başkalarına transfer eder. Golünü, sayısını, setini, derecesini iş birliği içinde başarır” (Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üni., Yönetim Bilişim Sistemleri)

Akademik girişimcilikte iş birliği ve ağ oluşturma, girişimcinin başarıya ulaşması için kritik öneme sahiptir. Araştırmaların endüstriyle veya diğer akademisyenlerle paylaşılması, ortak projeler yürütülmesi ve geniş bir ağ oluşturulması, girişimcilik sürecinin temelini oluşturur. Bu kategorideki metaforlar, akademisyenlerin iş birliği içinde çalışma, bilgi paylaşımı ve birlikte öğrenme yeteneklerini simgeler.

4. Kategori: Liderlik ve Yönetim

Liderlik ve Yönetim kategorisine 6 kişi 5 metafor üreterek katkı sağlamıştır. Üretilen metaforlar *usta şoför, kültür ve yönetim desteği, liderlik/yöneticilik, bilimsellik, ağaçtır*. Kategoriyeye ilişkin örnek ifadeler ise şu şekildedir;

- “Yönetimin desteklemesi ve oluşturan kültürle ilgili desteğe ihtiyaç duyulan bir durumdur” (Doç. Dr., Selçuk Üni., İşletme)
- “Sürdüğünüz aracın tüm teknik detaylarına hâkim olup olaylara karşı doğru aksiyon alıp doğru yolda ilerleyebilmektir” (Öğr. Gör., Karatay Üni., Mühendislik Fakültesi)

Akademik girişimciler, projeleri yönetme, ekipleri yönlendirme ve vizyonlarını hayata geçirme konusunda liderlik becerilerine sahip olmalıdır. Bu kategori, girişimcilikte liderlik rolünün önemine vurgu yapar. Akademisyenler, sadece yeni bilgi üretmekle kalmaz, aynı zamanda bu bilginin uygulamaya geçirilmesi sürecinde ekiplere liderlik

eder. Bu kategorideki metaforlar, akademik girişimciler olan akademisyenlerin yönlendirici ve stratejik düşünme yeteneklerini temsil eder.

5. Kategori: Ütopya

Ütopya kategorisine 5 kişi 5 metafor üreterek katkı sağlamıştır. Üretilen metaforlar *hayal, tutku, sonsuz bir yolculuk, imkânsız bir tutku, yokluktur*. Kategoriyeye ilişkin örnek ifadeler ise şu şekildedir:

- “İmkansızdır, çünkü girişimci ruhumuz akademik mesailerle baskılanır” (Öğr. Gör., Necmettin Erbakan Üni., İşletme)
- “Hayaldir, Akademi zaten tüm vaktinizi alır” (Doktor Öğretim Üyesi., Uşak Üni., İşletme)

Ütopya kategorisi, akademik girişimciliğin bir ideal arayışı ve daha iyi bir dünya yaratma hedefine vurgu yapar. Akademisyenler, çoğu zaman mevcut toplumsal sorunlara çözüm bulma, bilimsel bilgi ile daha iyi bir gelecek inşa etme arzusuyla hareket eder. Bu kategori, akademik girişimciliğin büyük idealleri ve hedefleri olduğunu gösterir.

6. Kategori: Girişim ve Ticaret

Girişim ve Ticaret kategorisi en fazla ortak metafora sahip kategori olmuştur. Metaforların %30'u bu kategori altındadır. Toplamda 22 kişi 21 metafor üreterek katkı sağlamıştır. Üretilen metaforlar *sosyal girişimcilik, entelektüel girişimcilik, girişimcilik pratiği, ek kazanç, bilgi tüccarlığı, bilgi pazarlaması, fikirlerin ticarileştirilmesine, üniversite işletmesi, bilimin parayla buluşması, pazarlanır ve üretilebilir bilgi, dahil olma, ticaret, AR-GE, bilgi ve ticari kombinasyon, AR-GE'nin ticarileşmesi, patent alma, akademik proje, yatırım, bilginin somutlaştırılması, sanatçının eseri, teori ve uygulamanın birleşimidir*. Kategoriyeye ilişkin örnek ifadeler ise şu şekildedir:

- “Akademisyen herkesten farklı boyutta düşünmeli, girişimci olmalı ve girişimlerini kimsenin göremediği fırsat pencerelerine doğru yapabilmelidir” (Prof. Dr., Çukurova Üni., Mühendislik Fakültesi)
- “Akademik bilgi ve beceri patent oluşturulmasını, bu da akademisyenlerin ticari kazancını ve girişimciliğini sağlar” (Prof. Dr., Atatürk Üni., Tıp Fakültesi)

Akademik girişimcilik, bilimsel bilginin ticarileştirilmesi sürecini kapsar. Bu kategorideki metaforlar, akademisyenlerin ürettikleri bilgi ve teknolojiyi girişimcilik ruhuyla ticari bir değere dönüştürme çabalarını yansıtır. Üniversite ve sanayi arasındaki bu bağlantı, bilgi ekonomisinin temel yapı taşlarından birini oluşturur.

7. Kategori: Toplumsal Katkı

Toplumsal Katkı kategorisine 8 kişi 8 metafor üreterek katkı sağlamıştır. Üretilen metaforlar *hayat, hükümet başkanlığı, lokomotif, köprü, çiftçi, yarış/hedef/mutluluk, ışık, tarihteki dünya liderleridir*. Kategoriyeye ilişkin örnek ifadeler ise şu şekildedir:

- “Akademik girişimin pozitif sonuçları toplumsal katkı sağlar” (Doç. Dr., Kırşehir Ahi Evran Üni., Ziraat Fakültesi)
- “Vizyonerlik, istikrar, adanmışlık gerektirir. Her bir adımı dünyaya kalıcı yön verir, topluma katkı sağlar” (Prof .Dr., Kocaeli Üni., Turizm Fakültesi)

Akademik girişimcilik, yalnızca ticari kazanç elde etmeyi değil, aynı zamanda topluma katkıda bulunmayı da amaçlar. Bu kategorideki metaforlar, akademisyenlerin toplumun refahına ve sosyal sorunların çözümüne olan katkılarını temsil eder. Bilimsel bilginin toplumsal fayda yaratacak şekilde kullanılması, akademik girişimciliğin önemli bir boyutudur.

8. Kategori: Uzun Soluklu Maraton

Uzun Soluklu Maraton kategorisine 3 kişi 3 metafor üreterek katkı sağlamıştır. En az üretilen metafor bu gruba aittir. Üretilen metaforlar *sonsuzluk, hiçlik, yarış atıdır*. Kategoriyeye ilişkin örnek ifadeler ise şu şekildedir:

- “Sınırlılığı bulunmamaktadır” (Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üni., Yönetim Bilimleri)
- “Sürekli koşman gerekir” (Prof. Dr., Selçuk Üni., Ziraat Fakültesi)

Akademik girişimcilik, genellikle uzun vadeli çaba ve sabır gerektiren bir süreçtir. Araştırmaların ticarileşmesi, inovasyon süreci, iş geliştirme ve pazara giriş aşamaları zaman alır. Bu kategorideki metaforlar, uzun vadeli çaba ve kararlılıkla ilerlendiğinde başarıya ulaşabileceğini vurgular.

girişimcilik sürecinin akademisyenler tarafından cesaret ve risk alma yeteneği ile ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu sonuç, Shane ve Venkataraman (2000)'ın ve Wright vd. (2008)'nin akademik girişimciliği, geleneksel akademik faaliyetlerin ötesinde, belirsizliklerle dolu ve kararlı bir duruş gerektiren bir süreç olarak tanımlayan görüşleriyle uyumludur. Dolayısıyla, bu kategori, akademik girişimciliğin belirsizliklerle başa çıkma ve yenilik yapma sürecinde risk almanın kaçınılmaz olduğunu göstermektedir.

İş Birliği ve ağ oluşturma ve *Liderlik ve yönetim* kategorilerindeki metaforlar, akademik girişimcilikte başarılı olmanın yalnızca bireysel çabalarla değil, aynı zamanda iş birliği, ağ bulma ve etkin liderlik ile mümkün olabileceğini ortaya koymuştur. Bu, akademik literatürde sıkça vurgulanan, ağ oluşturmanın ve liderlik becerilerinin girişimcilikteki kritik rolü (Shane & Venkataraman, 2000; Harrison & Leitch, 2005; Perkmann vd., 2013) ile örtüşmektedir. Araştırmanın bir diğer bulgusu ise *ütopya* kategorisidir. Bu kategoride yer alan metaforlar, akademisyenlerin akademik girişimciliği daha iyi bir dünya yaratma arayışının bir parçası olarak gördüğünü göstermektedir.

Girişim ve ticaret kategorisi, akademik girişimciliğin ekonomik boyutunu vurgulamaktadır. Metaforlar, akademisyenlerin araştırma sonuçlarını ticarileştirmenin önemini ve bilginin ekonomik bir değer olarak ele alınması gerektiğini fark ettiklerini göstermektedir. Bu kategori en çok metafor üretilen kategori olmuştur. Buna göre akademisyenler, akademik girişimcilik süreçlerinde yalnızca bilimsel çalışmalar ve çıktılar ile değil, aynı zamanda ekonomik değer yaratma potansiyeli üzerinde araştırmalar gerçekleştirme konusunda hemfikirdirler. Bu bulgu, üniversite-sanayi iş birliği çerçevesinde akademik bilgi ve teknolojinin ticarileşmesinin önemine vurgu yapan literatürle (Rothaermel vd., 2007) uyumludur. *Toplumsal katkı* kategorisi ise akademik girişimciliğin sosyal boyutunu ortaya koymaktadır. Metaforlar, akademisyenlerin ürettikleri bilgi ve yenilikleri toplumsal fayda yaratmak için kullanmak istediklerini göstermiştir. Bu, Mowery ve Sampat (2005) ile Audretsch'in (2014) üniversitelerin toplumsal sorunların çözümünde oynadığı rolü vurgulayan yaklaşımlarıyla örtüşmektedir. Buna göre, akademik girişimciler sadece kâr elde etmek için değil, aynı zamanda toplumsal sorunlara çözüm getirmek ve toplumun genel refahına katkıda bulunmak için de çalışmaktadır.

Son olarak, *uzun soluklu maraton* kategorisi, akademik girişimciliğin uzun vadeli ve zorlu bir süreç olduğunu vurgulamaktadır. Araştırmaların ticarileşmesi, inovasyon süreçleri ve girişimcilik yolculuğu, akademisyenler tarafından bir maraton koşusu gibi sabır, azim ve süreklilik gerektiren bir süreç olarak görülmektedir. Bu bulgu, akademik girişimciliğin bir anda sonuç alınamayacak, uzun vadeli emek ve kararlılık gerektiren bir yolculuk olduğuna dair literatürdeki yaygın görüşlerle (Vohora, Wright & Lockett, 2004; Moroz & Hindle, 2012) paralellik göstermektedir.

Bu sonuçlara ilave olarak, fen ve mühendislik alanlarında çalışan akademisyenlerin, akademik girişimcilik kavramına ağırlıklı olarak girişimcilik ve ticaret, yenilik ve keşif kategorilerinde baskın oldukları; sosyal bilimler akademisyenlerinin ise risk ve cesaret, uzun soluklu maraton gibi kategorilerde daha fazla yer aldıkları görülmüştür. Fen ve mühendislik alanlarında çalışan akademisyenlerin, söz konusu kategorilerde daha baskın olması, bu disiplinlerin doğası gereği teknoloji geliştirme, ürün inovasyonu ve doğrudan endüstri ile iş birliği olanaklarına daha fazla sahip olmasından kaynaklanmış olabilir. Nitekim bu alanlardaki akademisyenler, genellikle patentler, ticari prototipler ve sanayiyle ortak projeler aracılığıyla akademik çalışmalarını ticarileştirme eğilimindedir. Bu durum, fen ve mühendislik bilimlerinin uygulamaya yönelik ve somut çıktılar üretmeye odaklanan yapısıyla uyumludur. Bu alanlardaki akademisyenlerin ürettikleri bilgi ve yenilikleri doğrudan ekonomik değere dönüştürebileceği çok sayıda fırsat bulunmaktadır. Öte yandan, sosyal bilimler akademisyenlerinin risk, cesaret ve uzun soluklu maraton gibi kavramlara vurgu yapmaları, sosyal bilimler alanındaki girişimcilik faaliyetlerinin daha çok uzun vadeli etkileri hedeflemesi ve ekonomik kazançtan ziyade toplumsal faydayı gözetmesinden kaynaklanmış olabilir. Fen ve mühendislik ile sosyal bilimler arasındaki bu yaklaşım farkı, disiplinler arası iş birliği ve akademik girişimcilik politikalarının geliştirilmesi açısından dikkate alınması gereken önemli bir unsur olarak ele alınmalıdır.

Sonuç olarak, bu araştırma akademik girişimciliğin çok yönlü yapısını ve girişimcilerin bu süreçte karşılaştıkları farklı dinamikleri yansıtmıştır. Üretilen metaforlar, girişimciliğin sadece ekonomik bir faaliyet değil, aynı zamanda bilimsel, toplumsal ve kişisel bir yolculuk olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda, üniversitelerde girişimcilik kültürünün geliştirilmesi ve desteklenmesi, sadece ekonomik faydaların değil, toplumsal katkı ve bilimsel yeniliklerin de ön planda tutulması ile mümkün

olabilir. Bunların dışında, üniversite-sanayi iş birliklerinin desteklenmesi, teknoloji transfer ofislerinin güçlendirilmesi, girişimcilik eğitimleri, kuluçka merkezleri oluşturulması ve mezun girişimcilik destek programları, üniversitelerin akademik girişimcilik faaliyetlerini artıracak uygulamalar olarak önerilebilir.

Sorumluluk Beyanı

Bu araştırmanın anket sorularına Selçuk Üniversitesi Rektörlüğü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı tarafından 07.05.2024 tarihli, E-22752295-050.04-750202 sayılı Etik Onayı verilmiştir. Ayrıca verilerin toplanmasında ve paylaşımında katılımcıların hakları, bilgilerinin gizliliği ve anonimliği gibi etik ilkelere de dikkat edilmiştir.

Kaynakça

- Audretsch, D. B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *The Journal of Technology Transfer*, 39(3), 313-321.
- Carlsson, B., & Fridh, A. C. (2002). Technology transfer in United States universities. *Journal of Evolutionary Economics*, 12(1), 199-232.
- Clarysse, B., Tartari, V., & Salter, A. (2011). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship. *Research Policy*, 40(8), 1084-1093.
- Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, G. V. (2018). Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 99-111.
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: Cognitive effects of the new university–industry linkages. *Research Policy*, 27(8), 823-833.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)

- Gaddefors, J. (2007). Metaphor use in the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 13(3), 173-193. <https://doi.org/10.1108/13552550710751049>
- Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (2005). Entrepreneurial learning: Researching the interface between learning and the entrepreneurial context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 351-371.
- Huyghe, A., & Knockaert, M. (2015). The influence of organizational culture and climate on entrepreneurial intentions among research scientists. *The Journal of Technology Transfer*, 40, 138-160.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*, Chicago and London: The University of Chicago Press
- Meyer, M. (2003). Academic entrepreneurs or entrepreneurial academics? Research-based ventures and public support mechanisms. *R&D Management*, 33(2), 107-115.
- Moroz, P. W., & Hindle, K. (2012). Entrepreneurship as a process: Toward harmonizing multiple perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 781-818.
- Mowery, D. C., & Sampat, B. N. (2005). The Bayh-Dole Act of 1980 and university–industry technology transfer: A model for other OECD governments? *Journal of Technology Transfer*, 30(1-2), 115-127. <https://doi.org/10.1007/s10961-004-4361-z>
- O'Shea, R., Allen, T. J., Chevalier, A., & Roche, F. (2005). Entrepreneurial orientation, technology transfer and spinoff performance of U.S. universities. *Research Policy*, 34(7), 994-1009.
- Perkmann, M., Tartari, V., McKelvey, M., Autio, E., Broström, A., D'Este, P., ... & Sobrero, M. (2013). Academic engagement and commercialisation: A review of the literature on university–industry relations. *Research Policy*, 42(2), 423-442. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.09.007>
- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: A taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691-791. <https://doi.org/10.1093/icc/dtm023>

- Saban, A. (2004). Giriş düzeyindeki sınıf öğretmenleri adaylarının “öğretmen” kavramına ilişkin ileri sürdükleri metaforlar. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 131-155.
- Saban, A. (2008). Okula ilişkin Metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55, 459-496.
- Shane, S. (2004). *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation*. Edward Elgar Publishing.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Siegel, D. S., & Wright, M. (2015). Academic Entrepreneurship: Time for a Rethink? *British Journal of Management*, 26(4), 582-595.
- Urbano, D., & Guerrero, M. (2013). Entrepreneurial Universities: Socioeconomic Impacts of Academic Entrepreneurship in a European Region. *Economic Development Quarterly*, 27(1), 40-55.
- Vohora, A., Wright, M., & Lockett, A. (2004). Critical junctures in the development of university high-tech spinout companies. *Research Policy*, 33(1), 147-175. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(03\)00107-0](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(03)00107-0)
- Wright, M., Clarysse, B., Mustar, P., & Lockett, A. (2008). *Academic Entrepreneurship in Europe*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781848441079>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara:Seçkin Yayıncılık.
- Yücel, E., & Sezgin, O. (2022). Akademik Girişimcilik Motivasyonları ve Faaliyetleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *İzmir İktisat Dergisi*. 37(2), 536- 564
- Kelime Bulutu, Erişim Adresi: <https://voyant-tools.org/>, Erişim Tarihi: 20.06.2024