

SIYASAL LİDERLİĞİ “DUYGUSAL” DÜŞÜNMEK: SIYASAL PARTİ LİDERLERİNİN ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİ ÜZERİNDEKİ DUYGUSAL ZEKÂ ALGISI

Bahar Eroğlu Yalın*

Özet

Duyguların bilincine vararak düşünce ve davranışları yönlendirebilmek olarak tanımlanan duygusal zeka aynı zamanda kitleleri etkileme ve yönlendirme sanatı olarak ele alınmaktadır. Siyasal liderliğin en belirgin göstergesi ise kitlelerin düşünceden eyleme uzanan süreçlerini etkileyerek yönlendirebilmeleri dolayısı ile duygusal zeka durumlarıdır. Bu çalışma ile siyasal parti liderlerinin üniversite öğrencileri üzerindeki duygusal zeka algısını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda liderlerin kendilerine oy veren ya da oy vermek isteyen gençler üzerinde en çok hangi duygusal zeka boyutlarının etkili olduğuna yanıt verilerek tercih noktasında en etkili duygusal zeka özelliği belirlenmiştir. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören toplam 182 öğrenci ile gerçekleştirilen araştırmada Goleman'ın “Beş Boyutlu Duygusal Zeka Modeli” kullanılmış, elde edilen veriler duygusal zeka ve siyasal liderlik literatürü eşliğinde tartışılmıştır. Örneklem kitlesinin genel özelliklerini ortaya koyan veriler çoğunluğu erkek, 19-22 yaş arası ve evlerde barınan, dar gelire ve dar gelirli ailelere sahip üniversite öğrencilerinin Goleman'ın sınıflandırmasında Kişisel Yeterlilikler/Yetkinlikler başlığı altında bulunan ve 1. Boyutu oluşturan Liderin Kendisi ile ilgili Farkındalık (Öz Bilinç/Öz Farkındalık) durumu için en çok “kendinden emin”, 2. Boyutu oluşturan Liderin Kendini Yönetmek (Özyönetim/Duygu Yönetimi) durumuna ilişkin “ahlaklı”, 3. Boyutu oluşturan Liderin Motivasyon durumuna ilişkin ise “amaçlarına bağlı” algısına sahip olduklarını göstermektedir. Sosyal Yeterlilikler/Yetkinlikler başlığı altında ise 4. Boyutu oluşturan Empati algısına göre liderin “partisinin ve taraftarlarının duygusal yönlerini kavramada çok başarılı”; 5. Boyutu oluşturan Sosyal Beceri algısına göre ise “etkileyici” olduğu görülmüştür. Tüm boyutlar içinde en yüksek katılım ise “amaçlarına bağlılık” durumu için geçerli olmuştur.

Anahtar Sözcükler: Siyasal Liderlik, Siyasal İletişim, Duygusal Zeka (EQ), Goleman Duygusal Zeka Ölçeği

Abstract

Emotional intelligence, which is defined as the ability to direct thoughts and behaviours by being conscious about emotions, is also addressed as an art of influencing and guiding masses. The most distinctive feature of political leadership is the ability to influence the ideas and behaviours of masses, which is emotional intelligence. The aim of this study is to determine the perceptions of university students about emotional intelligence of political party leaders. To this end, students were asked to answer questions about

* Yrd. Doç. Dr. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi. bahareroglu@hotmail.com.

the emotional intelligence dimensions that they find important in the political leaders that they have voted or plan to vote. Thus, the most effective emotional intelligence characteristic in choosing a leader was determined. The research was carried out with the participation of 182 students attending the Faculty of Communication at Karadeniz Technical University. In the research, Goleman's "Emotional Intelligence Model with Five Dimensions" was employed, and the results were discussed along with the literatures on emotional intelligence and political leadership. The participant students were generally male, aged between 19 and 22, staying in houses, earning low income and coming from low-income families. Goleman's model has two headings: Personal Competencies and Social Competencies. The first three dimensions are placed under the former, while the other two dimensions are placed under the latter. The participant students mostly had the following perceptions about leaders for the dimensions of the scale: "Confident" for the dimension of "Self Awareness", "Ethical" for the dimension of "Self Management/Self Regulation", "Committed to His/her Goals" for the dimension of "Motivation", "Very Successful in Understanding Emotional States of His/her Party and Supporters" for the dimension of "Empathy", and "Influential" for the dimension of "Social Skills". Among all dimensions, the highest agreement was on the characteristic of "Commitment to One's Goals".

Keywords: Political Leadership, Political Communication, Emotional Intelligence (EQ), Goleman Emotional Intelligence Scale

Giriş

"Çalışmaktan keyif almanızı sağlayan şey bunun amaçlarınıza uygun düşmesidir. Bireyler ve kuruluşlar olarak varlığımızı sürdürmek için gerek duyduğumuz tutkunun, sabrın ve azmin kaynağı budur.

Önderler köklü duyguların güvenle dile getirileceği bir ortam yaratmadıkça insanlar

bu tutkularına değecek sonuçları tarif edemezler."

Peter M. SENGE

Türü ne olursa olsun toplumsal yaşam, siyasal iktidar ilişkilerini -bu ilişkiler farklı biçimde olsalar da -zorunlu olarak üretir. Bunun anlamı, siyasal iktidarın bulunmadığı toplum olmamasıdır (La Boetie, 1995:74). Machiavelli de, "siyasetin dünyevi bir iktidar mücadelesi olduğunu" söylerken buna işaret etmektedir aslında (1998). İktidar dolayısıyla hükümet olma amacının diğer kurumlardan ayırdığı siyasal partiler, tüm bu işlevleri gerçekleştirirken iletişim etkinliğinden yararlanır. Siyasal iletişim olarak adlandırılan bu etkinliğin öncelikli hedefi seçmenlerin siyasal tercihlerini etkilemek ve yönlendirmektir. Seçmenlerin siyasi tercihleri ise içinde oldukları gruplar, ideolojik görüşleri, ekonomik ve toplumsal koşullar, iktidar/muhalefet partisinin performansı, vaatleri, adayları gibi unsurlardan etkilenmektedir. Seçmenlerin siyasi tercihlerini etkileyen en

önemli unsur ise hiç kuşkusuz liderdir. Bu etki siyasal partinin varlığını ve sürekliliğini belirleyecek kadar güçlüdür.

“Siyasal Liderliği “Duygusal” Düşünmek: Siyasal Parti Liderlerinin Üniversite Gençliği Üzerindeki Duygusal Zekâ Algısı” başlıklı bu çalışma siyasal karar ve eylemlerin merkezinde yer alan lideri duygusal zekâ boyutu ile değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın *Liderliğin Siyasal Bağlamı* başlıklı birinci bölümünde siyasal alanda liderlik kavramı ve zaman içinde geçirdiği dönüşümler siyasetçi-lider ayrımı doğrultusunda değerlendirilmiştir. Siyasal liderlik ve duygusal zekanın ele alındığı ikinci bölümde ise siyasal liderliğin ideolojik tarafının ötesinde bireysellik ve toplumsallığına vurgu yapan psikolojik ve sosyolojik tarafları duygusal zeka kavramının tanım ve uygulama kapsamı içinde ele alınmıştır. Siyasal parti liderlerinin üniversite öğrencileri üzerindeki duygusal zeka algısını ortaya koymayı amaçlayan ve bu amaçla liderlerin kendilerine oy veren ya da oy vermek isteyen gençler üzerinde en çok hangi duygusal zeka boyutlarının etkili olduğuna dolayısı ile tercih noktasında en çok etkiye sahip duygusal zeka özelliği belirlendiği Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören toplam 182 öğrenci ile gerçekleştirilen araştırmaya dair amaç, yöntem ve uygulama çalışma kapsamında detaylandırılmış, elde edilen bulgular tablo ve veriler eşliğinde sunulmuştur.

Liderliğin Siyasal Bağlamı

Siyasal partiler, kendi iç ve dış iletişimlerinde, kendilerini tanımlamakta ve anlatmakta sorun yaşadıkça, parti liderlerinin seçmen kitlesi ve tercihi üzerindeki etkisi de giderek güçlenmiş hatta siyasal partiler lider partisine dönüşmüştür. Bu, Sennet’e göre özel/kişiselin kamusal üzerine dayatılmasının siyasal alandaki bir sonucudur (Yıldız, 2002:98). Yine O’nun özel/kişisel ve kamusalın davranışsal ve ideolojik olarak giderek daha çok birbirine karıştırılması, hatta kişiselin kamusalı yok etmesi, duygularını kamusal alanda sergileyebilen kişilerin özel ve üstün kişilikli olduğunu düşündürmeye başlaması olarak belirlediği bu durum özellikle çağımızın liderlik anlayış ve uygulamalarını da doğrudan duygusal zeka kavramıyla ilişkilendirilebilecek sonuçlara götürmektedir. Beden dilini kontrol edebilmek, empati göstermek, uzlaşmaya dayalı ortak istek ya da güce dayalı ilişkiler kurmak, insanlarla olumlu ilişkiler içinde olmak, başkalarının duygu ve düşüncelerini önemsemek, yüksek duygusal enerji, iyimserlik, çalışmaya kendini adanmak, değişime istek duymak, kendini yönlendirebilmek, olumsuz duygularla ve gerilimle başa çıkmak, kararlılık, etkilemek ve ikna etmek, cesaret, verdiği sözü tutmak (Baltaş, 2001:67) gibi duygusal yetilerin siyasal liderin güven oluşturabilmesini bunun sonucunda ise kamuoyu ile arasındaki iletişiminin etkililiğini sağlayacağı görülmektedir. Dolayısıyla, düşüncelerin yanı sıra duygulara yer vermek, liderin analiz gücünü geliştiren en önemli unsurdur. Duygusal zekanın liderlik özellikleri

ile ilişkisini sorgularken karşılaşılan bir başka önemli kavram ise karizmadır. Weber'e göre karizmatik lider, devrimcidir ve izleyenlerinin zor durumlarına karşı yenilikçi çözümler üretir. Bu yönüyle karizma, liderin yenilikçi ve değişim odaklı olmasıdır.

Uztuğ, Liderin özelliklerini kişisel, siyasal, sorunlara yaklaşım ve yönetim olarak dört boyutta ele alır (1999:152). O'na göre liderin karakteri, hitabeti, dürüstlüğü, eğitimi, güvenilirliği gibi özellikleri kişisel; milliyetçiliği, Atatürkçülüğü, çağdaşlığı gibi özellikleri siyasal; işsizlik, adalet, eğitim gibi ulusal ve uluslararası konulara karşı tutumu sorunlara yaklaşım; partiyi yönetmesi ve örgütleme yeteneği ise yönetim/yönetme özelliğidir. Platon da ideal devlette dört tür erdem olduğunu söyler; bilgelik, yiğitlik, ölçülülük ve adalet. Ona göre bilgelik, yöneticilerin; yiğitlik, koruyucuların; ölçülülük, hem koruyucuların hem de yöneticilerin; adalet, tüm sınıfların ortak erdemidir (Şenel, 2004). Dolayısı ile liderlik, yönetici olmanın ötesinde ele alınması gereken ve aslında tüm bu erdemlerin toplamıdır. Bu anlamda liderin gücü, mevki ya da makamının iktidarına karşı itaatten değil; saygınlık, üstünlük ve çekiciliğinden kaynaklanır (Duverger, 1993:129). 80'li yıllarla birlikte siyasal liderlik anlayışıysa, Toffler'ın deyimiyle, "yöneticiliğe" dönüşmüş durumdadır (1981). Oysa lider, Le Bon'un tanımlamasıyla "sonradan havarisi olacağı düşünce tarafından sihirlenmiş bir kişidir. Düşünce onu o derece sarmıştır ki, onun dışında her şey silinir ve ona ters düşünce batıl ve hurafe görünür" (2001:81). Fakat her lider O'na göre "havarı" olacak kadar güçlü kanılara sahip değildir. Kendi çıkarları uğruna kitlelerin heyecanlarını kullanan ve aslında Toffler'ın tanımlamasına uyan yöneticiler, sadece yönetmek eyleminin yönlendirilişiyle eyleme geçen, inanç oluşturamayan, bu nedenle etkileri kısa süreli olan kimselerdir. Liderleri bu tür kişilerden ayıransa inanç yaratabilme güçleridir. İnanç yaratmaksa ancak mesajla olanaklıdır. Çünkü insanları harekete geçiren mesajdır (Kouzes, 1999:41). Kitleleri yönlendirme güçleri de düşünce ve eylemlerine nüfuz ederek onlar üzerinde hakimiyet oluşturma yeteneklerinden kaynaklanır. Le Bon'a göre (2001:133) liderin, bu etkisini sürekli kılması, her şeyden önce, kitlenin psikolojisini ve kitleye nasıl sesleneceğini bilmesine ve bunun için de "kelimelerin sihirli etkilerine hakim olmasına" bağlıdır. Le Bon'un (2001:122), Domenach'dan (1995:92) aktardığına göre de kitleler bu sihrin inandırıcı gücüne her halükarda hazırdır, çünkü insan inanmak ister. "Propagandanın bütün ustalığı" der Domenach, bu isteği doğrularcasına, "devlet adamının, parti başkanının ya da siyasi adayın 'temsil ettiğine' yalnızca çıkarlarımızı savunmakla kalmayarak tutkularımızı, kaygılarımızı ve umutlarımızı da omuzlarına yüklediğine inandırmaktır bizi". Bu nedenle günümüz seçimlerinde ideolojiden çok psikoloji dolayısı ile umutlara ve geleceğe seslenen lider ön plandadır (Balcı, 2005:161). Senet de, bununla orantılı olarak, belli bir makama sahip politik liderin etkinliklerine ya da yürüttüğu programlara değil, nasıl biri olduğuna bakılarak

“güvenilir”liğinden ya da “meşruluğundan” söz edilebileceğini belirtmektedir (Polat, 1996:860-863).

Siyasal Liderlik ve Duygusal Zeka

Duyguların doğru algılanması, değerlendirilmesi ve bunun sonucunda duygu ve davranış üzerinde gerekli olduğu düşünölen değişimlerin gerçekteşmesi iletişimin etkililiğini sağlar. Gerçekte duyguları anlama derken kastedilen, kişinin kendi ve diğerlerinin değerlerinin, inançlarının, yetkinliklerinin farkına varabilmesidir. İnsanın kendine ve başkalarına ait duygu, düşünce ve eylemlerin farkına varması-ki bu farkındalık anlayış, önemseme ve duyarlılığı da kapsar-olarak tanımlanan ve aynı zamanda sosyal zeka olarak da adlandırılan duygusal zeka Goleman’a göre, kendimizin ve başkalarının duygularını tanıma, içimizdeki ve ilişkilerimizdeki duyguları iyi yönetme ve tüm bu süreçlerde kendimizi motive etme yetisidir (2000:393). Şu halde duygusal zekanın bireysel ve toplumsal olmak üzere iki temel boyutu vardır. Bireysel boyutuyla, kendi değerlerinin ve yeteneklerinin farkında olma, kendini önemseme, değerli bulma, kendinin farkında olma ya da öz bilinç, strese dayanıklılık ve hoşgörö, yaşamı anlamlı bulma, zevk alma, bağlanma, kendini mutlu edecek uğraşlar bulma, çevresine mutluluk yaymagibi kazanımlarla ilgiliyken; toplumsal boyutuyla toplumsal farkındalık, çevreyi anlamaya çalışma, empati, insanları etkileme, inandırma, ikna etme, etkili iletişim, çatışmaları çözmek, ekip çalışmasına uymak, yeniliklere gelişime açık olmak olarak özetlenen toplumsal ilişki becerilerinin kazanımıyla ilgilidir (Eren, 2006:349).

Siyasal liderliğin en belirgin göstergesi kitlelerin düşünmeden eyleme uzanan süreçlerini etkileyerek yönlendirebilmektir. Etki ve yönlendirme siyasetçi ile lider ayrımının da belirleyicisidir. Her iki eylemin gerçekteşmesi ise hiç kuşkusuz seçmenlerin ve siyasal liderlerin duygusal süreçleri arasındaki etkileşime bağlıdır. Liderlik, özellikle psikolojik süreçler göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, analitik/entelektöel/bilişsel zekayı tamamlayan duygusal zeka kavramı ile karşılaşılr. Çünkü duygusal zeka sosyal ya da daha genel bir ifade ile iletişimsel zekadır. Duyguların bilincine vararak düşünce ve davranışları yönlendirebilmek olarak tanımlanan duygusal zekanın, kitleleri etkileme ve yönlendirme sanatı olarak ele alınması aslında liderlik alan ve uygulamalarına yönelik vurguyu da içinde barındırmaktadır. Lider her şeyden önce kendi duygularının bilincinde olmalıdır. Ancak bu sayede sosyal bilinç ve empati yolu ile sosyal becerileri kazanarak etkinlik ve etkililiğini sağlar (Goleman, 2006:262-265).

AMAÇ VE YÖNTEM

Amaç

Bu çalışma ile üniversite öğrencilerinin siyasal parti lideriyle ilgili görüşleri doğrultusunda liderlerin duygusal zekâlarının kullanım ve aktarım düzeylerinin ne olduğu sorusuna yanıt bulmak amaçlanmaktadır. Goleman'ın Beş Boyutlu Duygusal Zeka Modeli'nin kullanıldığı çalışmada aşağıdaki soruların açılımlarına yanıt aranmaktadır:

1. Üniversite öğrencilerinin oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasi parti liderinin öz bilinç/öz farkındalık durumlarına ilişkin görüşü nedir?

(duygusal öz bilinç, doğru öz değerlendirme, özgüven)

2. Üniversite öğrencilerinin oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasi parti liderinin özyönetim/duygu yönetimi durumlarına ilişkin görüşü nedir?

(öz denetim, güvenilirlik, uyumluluk, yenilikçilik, vicdanlılık)

3. Üniversite öğrencilerinin oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasi parti liderinin motivasyon durumlarına ilişkin görüşü nedir?

(başarma dürtüsü, bağlılık, girişimcilik, iyimserlik)

4. Üniversite öğrencilerinin oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasi parti liderinin empati durumlarına ilişkin görüşü nedir?

(başkalarını anlamak, başkalarını geliştirmek, hizmete yönelik olmak, politik bilinç)

5. Üniversite öğrencilerinin oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasi parti liderinin sosyal beceri durumlarına ilişkin farkındalık düzeyi nedir?

(etkilemek, ikna etmek, iletişim sürecine girmek, çatışma yönetimi, liderlik etmek, değişim yaratmak ve yönetmek, ilişkiler geliştirmek, ekip çalışması ve iş birliği, ekip yetileri)

Tablo 1. Goleman'ın Beş Boyutlu Duygusal Zeka Modeli ·

A.Kişisel Yeterlilikler (Yetkinlikler)	B.Sosyal Yeterlilikler (Yetkinlikler)
1.Kendiyle İlgili Farkındalık Özbilinç/Öz Farkındalık Kendi iç hallerini, tercihlerini, kaynaklarını ve sezgilerini bilmek <ul style="list-style-type: none">• Duygusal Özbilinç (Açıksözlü, içten)• Doğru Özdeğerlendirme (Lider ne zaman yardım isteyecek, liderlik güçleri için odaklanacağı yerler)• Özgüven (Kendinden emin olma ve varlıklarını herkese hissettirme)	4.Empati Dinlemek ve başkasının bakış açısını kavrayabilmek, farklılıklara saygı ve hoşgörü göstererek uzlaşabilmek, başkalarının hislerini, ihtiyaçlarını ve endişelerini anlamak <ul style="list-style-type: none">• Başkalarını anlamak• Başkalarını geliştirmek• Hizmete yönelik olmak• Politik bilinç (grubun duygusal akımlarını ve güç ilişkilerini okumak)

*Goleman'ın Beş Boyutlu Duygusal Zeka Modeli için bkz. Tablo 1

Goleman, Daniel, 2006, Duygusal Zeka EQ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?,Çev.Banu Seçkin Yüksel, 30.Basım, Varlık Yay., İstanbul, ss.73-74.

<p>2. Kendini Yönetmek (Özyönetim/ Duygu Yönetimi) Kendi iç hallerini, dürtülerini ve kaynaklarını yönetmek.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Özdenetim (Kendini kontrol etmek, duygularını denetleyebilmek) • Güvenilirlik (Ahlaklı, doğru ve dürüst olmak) • Uyumluluk (Hızlı değişime ayak uydurabilmek, esnek olmak) • Yenilikçilik • Vicdanlılık 	<p>5.Sosyal Beceriler: Başkalarında istenen tepkileri uyandırmakta usta olmak.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etkilemek, ikna etmek (İlgi ve istek uyandırma ve etkileme becerisi) • İletişim sürecine girmek (Aktif dinleme, mesajın inandırıcı olması ve nasıl ifade edilmesi gerektiğini bilmek) • Çatışma yönetimi • Liderlik etmek • Değişim yaratmak ve yönetmek • İlişkiler geliştirmek • Ekip çalışması ve işbirliği • Ekip yetileri (ortak hedefleri gerçekleştirirken grup sinerjisi yaratmak)
<p>3.Motivasyon Hedeflere ulaşmayı sağlayan ya da kolaylaştıran duygusal etmenler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Başarma Dürtüsü • Bağlılık • Girişimcilik • İyimserlik 	

Yöntem ve Uygulama

Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla ilişkiler ve Reklamcılık Bölümü 1., 2., 3., ve 4. sınıflarında öğrenim gören toplam 182 öğrencisi çalışmanın örneklem kitlesini oluşturmaktadır. Fakültenin Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü öğrenci almamaktadır. Gazetecilik Bölümü'ne 2011-2012 öğretim döneminde öğrenci alınmaya başlanmış, söz konusu öğrenciler hazırlık sınıfında olduklarından araştırma kapsamına alınmamıştır. Alan araştırması yöntemi ile yapılan bu çalışmada örneklem kitlesinin siyasal parti liderleriyle ilgili görüşleri anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırma formu üç temel bölümden oluşmuştur: 1.Demografik özellikler, 2.Siyasal ilgi ve eğilimler ve 3.Siyasal liderlerin üniversite öğrencileri üzerindeki duygusal zeka algısı.Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesinin öğrenci sayısı az olduğundan, öğrencilerin görüşlerini anket formuna özgürce yansıtılabilmeleri için doğum yeri ve ailelerinin yaşadıkları yer gibi demografik sorular yöneltilmemiş, benzer nedenlerle hangi sınıfta okudukları bilgisi kendilerinden istenmemiş, değerlendirmeler sınıf değil, genel öğrenci kitlesi üzerinden gerçekleştirilmiştir.Anket formları katılımın yüksek olması amacı ile öğrencilere final sınavları saatinden hemen önce dağıtılmış, yapılan açıklamada, yanıtlama konusunda gerekli ve yeterli okuma fırsatı vermek için, anket formunu sınav sonrasında istedikleri zaman yanıtlayıp teslim edebilecekleri söylenmiştir. Yaklaşık 1 aylık sürede elde edilen veriler, SPSS 16.0 programında çözümlenmiş, elde edilen bulgular ilgili bölümlerde paylaşılmıştır.

3.Bulgular

Tablo 2.Örneklemin Genel Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	%	Yaş	Frekans	%	Trabzon'da Yaşadığı Yer	Frekans	%
Kadın	72	39,6	19-22	112	61,5	Yurt	53	29,1
Erkek	110	60,4	23-27	66	36,3	Ev	124	68,1
			28-31	3	1,6	Diğer	3	1,6
			Cevapsız	1	0,5	Cevapsız	2	1,1
Toplam	189	100	Toplam	182	100	Toplam	182	100
Kendisinin Gelir Durumu*			Frekans	%	Ailesinin Gelir Durumu*	Frekans	%	
100-500			67	36,8	500-1500	52	28,6	
501-1000			80	44,0	1501-2500	46	25,3	
1001-1500			18	9,9	2501-3500	21	11,5	
1501-2000			8	4,4	3501-4500	4	2,2	
2001-2500			3	1,6	4501 ve üstü	8	4,4	
2501-3000			1	0,5	Cevapsız	51	28,0	
3000'den fazlası			5	2,7				
Toplam			182	100	Toplam	182	100	

Araştırmaya katılanların yarıdan fazlasını erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların ailelerinin gelir dağılımı verilerine bakıldığında en yüksek oran düşük gelir grubu olarak tanımlayabileceğimiz 500-1500 arası gelir grubuna aittir (%28,6). Bu kategori içinde ikinci en yüksek oran ise %28 ile cevap vermeyen öğrencilere, en düşük oran ise yüksek gelir grubu olarak tanımlanabilecek 3501-4500 ile 4501 ve üstü gruba aittir.¹ Öğrencilerin kendi gelir durumuna bakıldığında çoğunluğun 501-1000 arası düşük gelir grubuna ait olduğu görülmektedir. Öğrencilerin yaş dağılımı verilerine bakıldığında büyük çoğunluğun %61,5 ile 19-22 yaş arası gençlere ait olduğu görülmektedir. En düşük oran 28-31 yaş grubudur (%1,6). Barınma ile ilgili veriler evde kalanların (%68,1), yurtlarda kalanların (%29,1) yarısından fazla olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Örneklem kitlesinin genel özelliklerini ortaya koyan veriler doğrultusunda çoğunluğu erkek, 19-22

*Düşük (1500 TL'ye kadar), Orta (1501-5000 TL), Yüksek (5001-10000 TL'den fazla)

¹Türkiye'de hane halkı başına düşen ortalama yıllık kullanılabilir gelir 21 293 YTL iken, ortalama yıllık eşdeğer hane halkı kullanılabilir gelir ise 9 396 YTL'dir. İstanbul Bölgesi 12 795 YTL ile ortalama yıllık eşdeğer hane halkı kullanılabilir geliri en yüksek olan bölge durumundadır. Bunu, 11 501 YTL ortalama gelir ile Batı Anadolu Bölgesi izlemektedir. En düşük ortalamaya sahip bölge ise 4 655 YTL ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir (Gelir ve yaşam koşulları araştırması, TC Başbakanlık İstatistik Kurumu, 2009, Sayı:41)

yaş arası ve evlerde barınan, dar gelire ve dar gelirli ailelere sahip öğrencilerin oluşturmaktadır.

Tablo 3. Siyasal İlgi ve Eğilimlere Ait Frekanslar

Aktif siyasetle ilgilenme düzeyi	Frekans	%	Sahip olunan siyasi görüş	Frekans	%	Siyasal açıdan kendini tanımlama	Frekans	%
Hiç ilgilenmem	10	5,5	Aşırı Sol	13	7,1	Demokrat	27	14,8
Sadece İzlerim	53	29,1	Merkez Sol	39	21,4	Milliyetçi	45	24,7
Sadece oy kullanırım	42	23,1	Ne sağcıyım ne solcuyum tam merkezdeyim	52	28,6	İslamcı	12	6,6
Aktif olarak ilgilenirim	63	34,6	Merkez sağ	32	17,6	Sosyal Demokrat	33	18,1
Her zaman muhalifimdir	14	7,7	Aşırı sağ	12	6,6	Komünist	12	6,6
			Hiçbiri	25	13,7	Laik	18	9,9
			Diğer	9	4,9	Liberal	19	10,4
						Diğer	6	3,3
						Cevapsız	10	5,5
Toplam	182	100	Toplam	182	100	Toplam	182	100
En yakın hissedilen Siyasal parti	Frekans	%	2011 genel seçimlerinde oy verilen parti	Frekans	%	2011 genel seçimlerinde partiye oy verilme nedeni	Frekans	%
AKP	32	17,6	AK Parti	31	17,0	Görüşlerime uygun olduğu için	74	40,7
CHP	44	24,2	CHP	51	28,0	Liderlerini beğendiğim için	22	12,1
MHP	29	15,9	MHP	29	15,9	Adaylarımı beğendiğim için	8	4,4
BDP	3	1,6	BDP	3	1,6	İcraatlarını beğendiğim için	15	8,2
TKP	7	3,8	TKP	5	2,7	Denemek için	5	2,7
Hiçbiri	29	15,9	HEPAR	3	1,6	Halkla yakın olduğu için	12	6,6
Diğer	20	11,0	Has Parti	2	1,1	Diğer	10	5,5
Cevapsız	18	9,9	Hiçbiri	7	3,8	Cevapsız	36	19,8
			Diğer	5	2,7			
			Oy Kullanmadım	32	17,6			
			Cevapsız	14	7,7			
Toplam	182	100	Toplam	182	100	Toplam	182	100
Bir sonraki genel seçimlerde oy verilecek parti	Frekans	%	Oy verilen ya da oy vermek istenilen siyasi parti lideri	Frekans	%	Oy verilen ya da oy vermek istenilen siyasi parti liderini en iyi	Frekans	%

						tanımlayan ifade		
AK Parti	26	14,3	Recep Tayyip Erdoğan	40	22,0	Siyasal liderlik özelliği yüksek	26	14,3
CHP	37	20,3	Kemal Kılıçdaroğlu	39	21,4	Dürüst, Güvenilir	26	14,3
MHP	23	12,6	Devlet Bahçeli	24	13,2	İdeolojik görüşünü beğeniyorum	7	3,8
BDP	4	2,2	Selahattin Demirtaş	4	2,2	İçten, samimi	9	4,9
TKP	5	2,7	Hiçbiri	33	18,1	Halkçı, Halktan biri	10	5,5
Hiçbiri	18	9,9	Diğer	22	12,1	Başarılı, çalışkan	9	4,9
Diğer	13	7,1	Cevapsız	20	11,0	Yok	41	22,5
Kararsızım	38	20,9				Diğer	34	18,7
Cevapsız	18	9,9				Cevapsız	20	11,0
Toplam	182	100	Toplam	182	100	Toplam	182	100
Asla oy verilmeyecek parti	Frekans	%	Asla oy verilmeyecek parti liderini en iyi tanımlayan ifade			Frekans	%	
AK Parti	48	26,4	Ayrılıkçı			39	21,4	
CHP	23	12,6	Siyasal liderlik özelliği yok			14	7,7	
MHP	23	12,6	Empatiden yoksun/insancıl değil			7	3,8	
BDP	56	30,8	Dürüst değil/güvenilir değil			36	19,8	
TKP	5	2,7	İlkel değil			13	7,1	
Diğer	6	3,3	İdeolojik görüşünü beğenmiyorum			8	4,4	
Kararsızım	2	1,1	Aşırı milliyetçi			13	7,1	
Cevapsız	19	10,4	Diğer			30	16,5	
			Cevapsız			22	12,1	
Toplam	182	100	Toplam			182	100	

Tablo 3’de yer alan veriler siyasal ilgi ve eğilimlere dair frekans dağılımını ortaya koymaktadır. Aktif siyasetle ilgilenme durumuna bakıldığında öğrencilerin %34’lük bir yüzdeyle “aktif olarak ilgilenirim”, buna karşın %5,5 oranında “hiç ilgilenmem” yanıtını verdikleri görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda öğrencilerin çoğunluğunun siyasete karşı son derece ilgili olduğu görülmektedir. Sahip oldukları siyasal görüşün ne olduğu sorusuna ankete katılanların çoğunluğu (%28,6) sağ ya da sol görüşün merkezinde yer aldıkları yanıtını vermişlerdir. Bu başlık altında “ulusalcı” ve “milli görüş” gibi son derece düşük katılıma sahip diğer kategorisinin dışındaki en düşük yüzdelerin aşırı sağ (%6,6) ve aşırı sol (%7,1) görüşe sahip olanlara ait olması bir önceki sonucu doğrular niteliktedir. Öğrenciler kendilerini en çok milliyetçi olarak tanımlamaktadır (%24,7). Yine bir önceki sonuçlarla paralel olarak birbirine eşit oranlara sahip olan İslamcı ve Komünist tanımlama ölçütleri en düşük tanımlama kategorilerini oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların en yakın hissettikleri parti %24, 2 oranı ile CHP’dir. AKP %17,6’lık bir oran ile ikinci, MHP %15,9’luk oran ile üçüncü partidir. Hiçbir partiye yakınlık

hissetmeyenler de yüksek bir orana sahiptir (%15,9). Bu kategori içinde en düşük oran ise TKP'dir (%3,8). 2011 seçimlerinde oy verilen partilerin dağılımına bakıldığında en yakın hissedilen parti oranları ile örtüştüğü görülmektedir. En yüksek oran %28,0 ile CHP'ye, ikinci en yüksek oran ise %17,0 ile AKP'ye aittir. MHP %15,9 ile üçüncü en yüksek orana sahip partidir. Oy kullanmadım diyenler %17,6 ile yüksek bir oranı oluşturmaktadır. Bu başlık altında en düşük oran Has Parti (%1,1) ve HEPAR'a aittir (%1,6). 2001 seçimlerinde oy tercihlerinin nedeni sorulduğunda en yüksek oranın görüşlerime uygun olduğu için yanıtına ait olduğu görülmektedir. İkinci en yüksek oran ise liderlerini beğendiğim için yanıtına aittir (%12,1). Bu başlık içinde en düşük oran ise denemek için yanıtına aittir (%2,7). Bu sonuçlar doğrultusunda öğrencilerin tercihlerinde siyasal görüşlerini öncelikle, siyasal liderin ise ideoloji oranında değilse de yüksek bir oranla tercih nedeni olduğu söylenebilir. Siyasal sistem ile ilgili köksüz bir durumu ortaya koyan denemek için yanıtının düşük olması son derece önemli bir bulgudur. Gençlere bir sonraki seçimlerde hangi siyasal partiye oy verecekleri sorulduğunda yine CHP (%20,3), AKP (%14,3) ve MHP (%12,6) sıralaması ile karşılaşılmaktadır. Kararsızların (%20,9) ve bir sonraki seçimlerde oy kullanmayacak olanlar (%9,9) ise son derece yüksek oranlara sahiptir. Oy verilen ya da oy verilmek istenen siyasal parti lideri sorulduğunda bu kez AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan (%22,0) ile CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun (%21,4) son derece yakın ve yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir. Devlet Bahçeli yanıtı verenlerin oranı ise %13,2'dir. Bu grup içinde en düşük oy oranına sahip lider Selahattin Demirtaş olmaktadır (%2,2). Hiçbiri diyenlerin oranı da son derece yüksektir (%18,1). Oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasal parti liderini tanımlayan ifadelerle bakıldığında en yüksek oranın yok yanıtı verenlere ait olduğu görülmektedir (%22,5). Bu sonuca göre araştırmaya katılan öğrencilerin çoğu liderlerini tanımlayacak bir ifade bulamamaktadır. Siyasal liderlik özelliği yüksek (%14,3) ve dürüst, güvenilir (%14,3) yanıtları ikinci en yüksek yanıt grubunu oluşturmaktadır. En düşük oran ise ideolojik görüşünü beğeniyorum yanıtına aittir (%3,8). Şu halde gençler siyasal partilere oy verirken ideolojik görüşlerini öncelikle, lidere oy verirken liderlik özelliklerine ya da dürüstlük ve güvenilirlik durumlarına göre oy vermekte, bu durum gençlerin liderlerle ilgili olarak ideolojik görüşten çok kişiliklerine göre tercih ettiklerini düşündürmektedir. Asla oy vermeyecekleri siyasal parti sorulduğunda araştırmaya katılanların yüksek bir oranı BDP (%30,8) yanıtını vermiştir. İkinci en yüksek yanıt ise AKP'ye aittir (%26,4). CHP ve MHP'nin oranları birbirine eşittir (%12,6). Bu başlık altında en düşük oran kararsızım diyenlere aittir (%1,1). Bu sonuçlarla bağlantılı olarak asla oy verilmeyecek parti liderini en iyi tanımlayan ifadelerle bakıldığında çoğunluğun ayrılıkçı (%21,4) ve dürüst/güvenilir değil (%19,8) yanıtlarına; en düşük yüzdelerin ise empatiden

yoksun/insancıl değil (%3,8) ile ideolojik görüşünü beğenmiyorum (%4,4) yanıtlarına ait olduğu görülmektedir. Oy verilen ya da oy verilmek istenen lidere ait ifadeler ile bu sonuçlar karşılaştırıldığında ayrılıkçı olmanın önemli bir tercih konusu olduğu görülmektedir. Gençler için en önemli değişken asla oy vermeyecekleri lideri tanımlarken bölen, ayıran, dışlayan ya da ötekileştiren bir liderlik algısına sahip olunması oy verdikleri ya da oy vermek istedikleri lideri tanımlarken ise liderlik özelliği yüksek olmasının ayırt edici bir değişken sayılmasıdır. Bu durum aynı zamanda asla oy verilmeyecek bir lider olmanın ideolojik bir içerik taşıdığını göstermesi bakımından ayrıca önemlidir. Bir diğer önemli bulgu ise dürüstlük ve güven tercihinin her iki liderlik algısı için de belirleyici olmasıdır. Liderin empatik ve insancıl niteliklerine sahip olmaması da kişilik özelliklerinin belirleyiciliğine dikkat çekmektedir.

Beş Boyutlu Duygusal Zekâ Modeline Ait Frekanslar

Tablo 4. Liderin Kişisel Yeterlilikleri/Yetkinlikleri-Kendisi ile İlgili Farkındalık (z Bilinç/z Farkındalık) Algısı

A.KİŞİSEL YETERLİLİKLER/YETKİNLİKLER					
1.KENDİYLE İLGİLİ FARKINDALIK (Z BİLİNÇ/Z FARKINDALIK)					
Açık sözlüdür.	Frekans	Yüzde	İtendir	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	80	44	Kesinlikle katılıyorum	76	41,8
Katılıyorum	52	28,6	Katılıyorum	38	20,9
Kararsızım	8	4,4	Kararsızım	24	13,2
Katılmıyorum	7	3,8	Katılmıyorum	7	3,8
Kesinlikle katılmıyorum	1	0,5	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1
Cevapsız	34	18,7	Cevapsız	35	19,2
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Kararlarına destek isteyeceği zamanı doğru seçer.	Frekans	Yüzde	Gücünü dayandırdığı siyasal konuları doğru seçer.	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	58	31,9	Kesinlikle katılıyorum	73	40,1
Katılıyorum	53	29,1	Katılıyorum	52	28,6
Kararsızım	27	14,8	Kararsızım	14	7,7
Katılmıyorum	6	3,3	Katılmıyorum	3	1,6
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2
Cevapsız	36	19,8	Cevapsız	36	19,8
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Kendinden emindir.	Frekans	Yüzde	Lider olarak varlığını herkese hissettirir.	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	82	45,1	Kesinlikle katılıyorum	66	36,3
Katılıyorum	40	22,0	Katılıyorum	32	17,6

Kararsızım	16	8,8	Kararsızım	33	18,1
Katılmıyorum	3	1,6	Katılmıyorum	13	7,1
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1
Cevapsız	39	21,4	Cevapsız	36	19,8
Toplam	182	100	Toplam	182	100

Araştırmaya katılan öğrenciler, oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasi parti liderinin kişisel yeterlilik/yetkinlik alanlarına ilişkin olarak en çok kendinden emin olma (%45,1) ve açık sözlü olma (%44) durumlarına kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu grup içinde en düşük oran ise kararlarına destek isteyeceği zamanı doğru seçer durumuna aittir (%31,9). Oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasi parti liderinin kişisel yetkinlik alanlarından biri olan kendi ile ilgili farkındalık algısını ortaya koyan sonuçlar liderin *kendinden emin ve açık sözlü* olma özelliklerinin tercih edilme ölçütü olarak diğerlerine göre daha çok öne çıktığını göstermesi bakımından önemli bir bulgu olmaktadır.

Tablo 5. Liderin Kişisel Yeterlilikleri/Yetkinlikleri- Kendini Yönetmek

(Özyönetim/Duygu Yönetimi) Algısı

2.KENDİNİ YÖNETMEK (ÖZYÖNETİM/DUYGU YÖNETİMİ)					
Kendini kontrol edebilir	Frekans	Yüzde	Duyularını denetleyebilir	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	55	30,2	Kesinlikle katılıyorum	56	30,8
Katılıyorum	53	29,1	Katılıyorum	51	28,0
Kararsızım	28	15,4	Kararsızım	24	13,2
Katılmıyorum	9	4,9	Katılmıyorum	15	8,2
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	Kesinlikle katılmıyorum	1	0,5
Cevapsız	34	18,7	Cevapsız	35	19,2
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Ahlaklıdır	Frekans	Yüzde	Dürüştür	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	78	42,9	Kesinlikle katılıyorum	74	40,7
Katılıyorum	50	27,5	Katılıyorum	42	23,1
Kararsızım	18	9,9	Kararsızım	27	14,8
Katılmıyorum	1	0,5	Katılmıyorum	3	1,6
Kesinlikle katılmıyorum	1	0,5	Kesinlikle katılmıyorum	1	0,5
Cevapsız	34	18,7	Cevapsız	35	19,2
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Güvenilir bir liderdir	Frekans	Yüzde	Uyumludur	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	70	38,5	Kesinlikle katılıyorum	64	35,2
Katılıyorum	51	28,0	Katılıyorum	53	29,1

Kararsızım	20	11,0	Kararsızım	22	12,1
Katılmıyorum	5	2,7	Katılmıyorum	5	2,7
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1
Cevapsız	34	18,7	Cevapsız	36	19,8
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Hızlı değişime ayak uydurabilir					
Kesinlikle katılıyorum	53	29,1	Kesinlikle katılıyorum	55	30,2
Katılıyorum	42	23,1	Katılıyorum	64	30,2
Kararsızım	37	20,3	Kararsızım	20	11,0
Katılmıyorum	12	6,6	Katılmıyorum	7	3,8
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	Kesinlikle katılmıyorum	1	0,5
Cevapsız	35	19,2	Cevapsız	35	19,2
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Vicdanlıdır					
Kesinlikle katılıyorum			Kesinlikle katılıyorum	69	37,9
Katılıyorum			Katılıyorum	57	31,3
Kararsızım			Kararsızım	16	8,8
Katılmıyorum			Katılmıyorum	3	1,6
Kesinlikle katılmıyorum			Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6
Cevapsız			Cevapsız	34	18,7
Toplam			Toplam	182	100

Liderin kişisel yeterlilik/yetkinlik alanları ile ilgili ikinci grup sonuçlar Tablo 5'teki kendini yönetme (Özyönetim/Duygu Yönetimi) durumlarına ait verilerdir. Söz konusu veriler doğrultusunda en yüksek oranın %42,9 ile ahlaklıdır, ikinci en yüksek oran ise %40,7 ile dürüştür seçeneğine ait olduğu görölmektedir. Bu kategori içinde en düşük oran ise %29,1 oranı ile hızlı değişime ayak uydurabilir yanıtına ait olmaktadır. Tercih edilme durumu göz önüne alındığına liderlerin kendileri ile ilgili en çok öne çıkan özelliklerinin ahlaklı ve dürüst olmak olduğu görölmekte, değişime ayak uydurmak ise kategori içine giren özellikler içinde en az önemli görülen özellik olmaktadır.

Tablo 6. Liderin Kişisel Yeterlilikleri/Yetkinlikleri- Motivasyon Algısı

3.MOTİVASYON						
Başarma isteği çok güçlüdür	Frekans	Yüzde	Amaçlarına bağlıdır	Frekans	Yüzde	
Kesinlikle katılıyorum	73	40,1	Kesinlikle katılıyorum	92	50,5	

Katılıyorum	55	30,2	Katılıyorum	40	22,0
Kararsızım	17	9,3	Kararsızım	10	5,5
Katılmıyorum	1	0,5	Katılmıyorum	1	0,5
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6
Cevapsız	34	18,7	Cevapsız	36	19,8
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Girişimcidir					
	Frekans	Yüzde	İyimserdir	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	67	36,8	Kesinlikle katılıyorum	67	36,8
Katılıyorum	50	27,5	Katılıyorum	52	28,6
Kararsızım	23	12,6	Kararsızım	19	10,4
Katılmıyorum	6	3,3	Katılmıyorum	8	4,4
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1
Cevapsız	34	18,7	Cevapsız	34	18,7
Toplam	182	100	Toplam	182	100

Araştırmanın 3. boyutunu oluşturan kişisel yeterlilik/yetkinlik alanı ise liderin motivasyonuna ilişkin verilerdir. Tablo 6'daki veriler doğrultusunda en yüksek oranın amaçlarına bağlıdır (%50,5) yanıtına ait olduğu görülmektedir. En düşük oran ise birbirlerine eşit yüzdelerle (%36,8) girişimci ve iyimser olma özelliklerine aittir. Bu sonuçlar doğrultusunda amaçlarına bağlı olmanın en önemli tercih nedeni olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Liderin Sosyal Yeterlilikleri/Yetkinlikleri- Empati Algısı

B.SOSYAL YETERLİLİKLER (YETKİNLİKLER)					
4.EMPATİ					
Başkalarının bakış açısını kavrayabilir	Frekans	Yüzde	Farklılıklara saygı ve hoşgörü göstererek uzlaşabilir	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	49	26,9	Kesinlikle katılıyorum	50	27,5
Katılıyorum	70	38,5	Katılıyorum	62	34,1
Kararsızım	18	9,9	Kararsızım	19	10,4
Katılmıyorum	7	3,8	Katılmıyorum	15	8,2
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	Kesinlikle katılmıyorum	1	0,5
Cevapsız	35	19,2	Cevapsız	35	19,2
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Başkalarının duygularını, ihtiyaçlarını ve endişelerini anlayabilir	Frekans	Yüzde	Başkalarını geliştirmek için çaba harcar	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	53	29,1	Kesinlikle katılıyorum	44	24,2
Katılıyorum	61	33,5	Katılıyorum	60	33,0

Kararsızım	24	13,2	Kararsızım	31	17,0
Katılmıyorum	7	3,8	Katılmıyorum	7	3,8
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1
Cevapsız	35	19,2	Cevapsız	38	20,9
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Partisinin ve taraftarlarının duygusal yönlerini kavramada çok başarılıdır					
			Frekans	Yüzde	
Kesinlikle katılıyorum			64	35,2	
Katılıyorum			54	29,7	
Kararsızım			20	11,0	
Katılmıyorum			6	3,3	
Kesinlikle katılmıyorum			2	1,1	
Cevapsız			36	19,8	
Toplam			182	100	

Tablo 7’de yer alan veriler araştırmaya katılan öğrencilerin oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasal parti liderlerinin sosyal yeterlilik ya da yetkinlik alanlarından empati durumları ile ilgili olarak en yüksek oranın partisinin ve taraftarlarının duygusal yönlerini kavramada çok başarılıdır seçeneğinin %35,2 ile en yüksek orana sahip olduğunu göstermektedir. En düşük oran ise %24,2 ile başkalarını geliştirmek için çaba harcar seçeneğine aittir. Gençlere göre tercih ettikleri lider taraftarlarının duygusal yönlerini kavrayabilme gücüne sahiptir.

Tablo 8. Liderin Sosyal Yeterlilikleri/Yetkinlikleri-Sosyal Beceri Algısı

5. SOSYAL BECERİLER					
Etkileyicidir	Frekans	Yüzde	İkna gücü son derece yüksektir	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	69	37,9	Kesinlikle katılıyorum	64	35,2
Katılıyorum	43	23,6	Katılıyorum	35	19,2
Kararsızım	21	11,5	Kararsızım	28	15,4
Katılmıyorum	8	4,4	Katılmıyorum	14	7,7
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,3	Kesinlikle katılmıyorum	5	2,7
Cevapsız	35	19,2	Cevapsız	36	19,8
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Belirlediği hedeflere ulaşmada ilgi ve istek uyandırma gücüne sahiptir					
	Frekans	Yüzde	Aktif dinleme kapasitesi yüksektir	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	61	33,5	Kesinlikle katılıyorum	57	31,3
Katılıyorum	52	28,6	Katılıyorum	56	30,8
Kararsızım	26	14,3	Kararsızım	23	12,6
Katılmıyorum	7	3,8	Katılmıyorum	8	4,4
Kesinlikle katılmıyorum	1	0,5	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1
Cevapsız	35	19,2	Cevapsız	36	19,8

Toplam	182	100	Toplam	182	100
Verdiği mesajlar inandırıcıdır	Frekans	Yüzde	Düşüncelerini nasıl ifade ettiğini bilir	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	54	29,7	Kesinlikle katılıyorum	64	35,2
Katılıyorum	56	30,8	Katılıyorum	54	29,7
Kararsızım	27	14,8	Kararsızım	16	8,8
Katılmıyorum	7	3,8	Katılmıyorum	10	5,5
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6
Cevapsız	36	19,8	Cevapsız	35	19,2
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Çatışmaları çözecek güç ve yeteneğe sahiptir	Frekans	Yüzde	Değişim yaratıp güce sahiptir	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	56	30,8	Kesinlikle katılıyorum	59	32,4
Katılıyorum	53	29,1	Katılıyorum	48	26,4
Kararsızım	27	14,8	Kararsızım	31	17,0
Katılmıyorum	6	3,3	Katılmıyorum	6	3,3
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6
Cevapsız	37	20,3	Cevapsız	35	19,2
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Çevresi ile ilişkileri güçlüdür	Frekans	Yüzde	Ekip çalışması ve iş birliğine inanır	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılıyorum	63	34,6	Kesinlikle katılıyorum	65	35,7
Katılıyorum	58	31,9	Katılıyorum	54	29,7
Kararsızım	16	8,8	Kararsızım	22	12,1
Katılmıyorum	5	2,7	Katılmıyorum	2	1,1
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6
Cevapsız	37	20,3	Cevapsız	36	19,8
Toplam	182	100	Toplam	182	100
Ortak hedefleri gerçekleştirecek grup sinerjisi yaratabilir	Frekans	Yüzde			
Kesinlikle katılıyorum	64	35,2			
Katılıyorum	61	33,5			
Kararsızım	16	8,8			
Katılmıyorum	2	1,1			
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6			
Cevapsız	36	19,8			
Toplam	182	100			

Beş boyutlu zekâ modelinin son kategorisi olan sosyal beceriler başlığı altındaki verilere bakıldığında yüzde oranlarının birbirine son derece yakın olduğu görülmektedir. Birbirine yakın veriler arasında en yüksek oranın %37,9 ile etkileyicidir yanıtına en düşük oranın ise %29,7 ile verdiği mesajlar inandırıcıdır yanıtına ait olduğu görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda gençlerin oy verdikleri ya da oy vermeyi düşündükleri siyasi parti liderinin tercih edilmesinde verdiği mesajın inandırıcılığından

çok liderin etkileyici olmasının önemli olduğu şeklinde bir değerlendirme yapılabilir.

Tartışma ve Sonuç

Liderlik siyasal bağlamı ile değerlendirildiğinde-her ne kadar cesaret-korku, özgürlük-baskı gibi çelişkileri yansıtırsa da- kişiselini yanı sıra toplumsal yani kendi ve başkalarının duygularını anlayabilme ve bu sayede düşünce ve davranışları yönlendirme yeterlilik/yetkinlikleri olarak tanımlanan duygusal zekadan bağımsız değildir. Bu noktada siyasal parti liderinin üniversite öğrencileri üzerindeki duygusal zeka algısını dolayısıyla gençler üzerinde en etkili duygusal zeka boyutunu ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma oy verilen ya da oy verilmek istenen liderin kişisel boyutta kendinden emin, ahlaklı ve amaçlarına bağlılık algısının, toplumsal boyutta ise partisinin ve taraftarlarının duygusal yönlerini kavramada başarılı olma ve etkileyicilik algısının yüksek olduğunu göstermiştir. Bir başka açıdan okunduğunda bu sonuç belirtilen özelliklere sahip olmanın tercih edilmede son derece belirleyici olduğu anlamına gelir. Özellikle toplumsal düzlemin siyasal liderliği gerçekleştirdiği düşünülduğünde, tercih edilme noktasında en yüksek algının liderin parti üyelerinin ve kendini izleyenlerin duygusal yönlerini kavrayabilme yeterliliği/yetkinliğine ait algının yüksek olması anlaşılır olmaktadır. Öte yandan araştırma kapsamında ele alınan üniversiteli seçmen kitlesi dolayımında, gençlerin siyasete karşı ilgisiz olduğu iddiasının aksine siyasete karşı ilginin son derece yüksek olması dikkate değer bir bulgu niteliği taşımaktadır.

Seçmen kitlesinin değer yönelimleri ile siyasal liderin değer yönelimleri arasında uyumun olması ya da liderin bu değerleri benimsediği, paylaştığı yönündeki bir algının oluşturulması tercih noktasında son derece önemlidir. Araştırma, dürüstlük, güvenilirlik gibi temel bireysel değerlerin yanında siyasal bir değer olarak milliyetçiliğin tercih olarak öne çıkması, duygusal zekanın toplumsal zeka olarak adlandırılmasının gerekçesini oluşturan değerler düzleminde ortaya çıkan örtüşmede de kendini göstermektedir. Öte yandan duygusal zeka boyutları içinde sosyal beceriler boyutunun en düşük katılıma sahip olması siyasal kültüre yapılacak bir atıfla değerlendirilebilir. Bu tür bir kültür siyasal liderliğin toplumsal boyutundan çok bireysel yetkinlik/yeterliliklerini öne çıkarır.

Siyasal iletişim süreçlerinin dolayısı ile "söz"ün etkililiğinin sağlanmasında "duyguların siyasallığı"nın taşıdığı önemin altını bir kez daha çizmek gerekmektedir. Seçmen kitlesinin inancını sürekli kılmak dolayısı ile meşruiyetin sağlanması büyük ölçüde liderin, yine seçmen kitlesinin öfke, sevinç, umut, heyecan gibi duygularının temsilcisi olmasına dahası siyasal karar ve uygulamalarını bu ortak duygulara dayandırmasına bağlıdır. Çünkü, demokrasi kültürü liderliğin sahip olduğu otoritenin meşruluğunu bir başka ifade ile toplumsal rızanın sağlanmasını gerektirir. Bu koşul aynı zamanda siyasal sistemin sürekliliğini belirleyen siyasal

katılım ve çözüm durumlarının da belirleyicisidir. Seçmen kitlesi siyasal iletişim sürecinde edindiği liderin “söz”ünü yeniden anlamlandırarak kendi katkı düzeyini belirler. Dolayısıyla türü ne olursa olsun lider ya da liderlik süreçleri kendini ancak duygusal zekanın bireysel ve toplumsal boyutlarını eşit ölçüde öne çıkaran bir anlayışa sahip olmakla gerçekleyebilir.

Kaynaklar

- BALCI, Şükrü (2005), “Medya ve Siyaset İlişkilerinde Siyasal Reklam: Güncel Örnekler Üzerinden Bir Değerlendirme”, Zülfikar Damlapınar (Ed.), Medya ve Siyaset İlişkileri Üzerine içinde, Ankara:Turhan Kitabevi, 141-177
- BALTAŞ, Acar (2001), Ekip Çalışması ve Liderlik, 2.Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- DOMENACH, Jeanmarie (1995), Politika ve Propaganda, Çev.Tahsin Yücel, İstanbul:Varlık Yayınları.
- DUVERGER, Maurice (1993), Siyasi Partiler, Çev. Ergun Özbudun, 4. Basım, İstanbul: Bilgi Yayınları.
- EREN, Erol (2006), Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, 9.Basım, İstanbul: Beta Yayınları.
- GOLEMAN, Daniel (2000), İş Başında Duygusal Zekâ, İstanbul: Varlık Yayınları
- GOLEMAN, Daniel (2006), Duygusal Zeka EQ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?, Çev.Banu Seçkin Yüksel, 30.Basım, İstanbul:Varlık Yayınları.
- KOUZES, James M. (1999), “Liderliğinizin İfade Biçimini Bulmak”, Liderden Lidere içinde, İstanbul:Mess Yayınları, 39-45
- LA BOETIE, Etienne, (1995), Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev, Çev.,Mehmet Ali Ağaoğulları, 2.Basım, Ankara:İmge Kitabevi.
- LE BON, Gustave, (2001), Kitleler Psikolojisi, Yunus Ender (Ed.), İstanbul: Hayat Yayınları.
- MACHIAVELLI, Hükümdar, (1998), Çev., Kemal Karabulut, 5.Basım, İstanbul: Sosyal Yayınları.
- POLAT, Veli, (1996), “Medyatik Lider ve Medyatik Seçim Kampanyaları”, Yeni Türkiye Dergisi, (11), 860-863.
- ŞENEL, Alaeddin, (2004), Siyasal Düşünceler Tarihi, 10.Basım, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- TOFFLER, Alvin, (1981), Üçüncü Dalga, Çev., Ali Seden, Altın Kitaplar Yayınları.
- UZTUĞ, Ferruh (1999), Siyasal Marka/Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı, Ankara: MediaCat Yayınları.
- YILDIZ, Nuran (2002), Türkiye’de Siyasetin Yeni Biçimi:Liderler, İmajlar, Medya, Ankara:Phoenix Yayınları.