

BURSA TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ❖ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖNCÜLLERİ İLE
DUYGUSAL ZEKÂ DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ÇEŞİTLİ
DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Fatma Ecehan ERMANONUK

Uluslararası Ekonomi Politikası Anabilim Dalı

Uluslararası Ekonomi Politikası Programı

ARALIK 2020

BURSA TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ❖ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖNCÜLLERİ İLE
DUYGUSAL ZEKÂ DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ÇEŞİTLİ
DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Fatma Ecehan ERMANONUK
19297531083**

Uluslararası Ekonomi Politikası Anabilim Dalı

Uluslararası Ekonomi Politikası Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Gazanfer ANLI

ARALIK 2020

BTÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 19297531083 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi Fatma Ecehan ERMANONUK ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı "TEZ BAŞLIĞI" başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : **Doç. Dr.Gazanfer ANLI**
Bursa Teknik Üniversitesi

Jüri Üyeleri : **Dr. Öğr. Üyesi Salih KALAYCI**
Bursa Teknik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Okan BİLGİN
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

Prof. Dr. Adı SOYADI
Üniversitesi

Prof. Dr. Adı SOYADI
Üniversitesi

Savunma Tarihi : 21 Aralık 2020

SBE Müdürü : **Doç. Dr. Hilal YILDIRIR KESER**
Bursa Teknik Üniversitesi/...../.....

İNTİHAL BEYANI

Bu tezde görsel, işitsel ve yazılı biçimde sunulan tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uyularak tarafımdan elde edildiğini, tez içinde yer alan ancak bu çalışmaya özgü olmayan tüm sonuç ve bilgileri tezde kaynak göstererek belgelediğimi, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim.

Öğrencinin Adı Soyadı: Fatma Ecehan ERMANONUK

İmzası:

X X X X X



Çocuklarım ve torunlarıma,

ÖNSÖZ

Bursa Teknik Üniversitesi ile Bursa Uludağ Üniversitesi lisans ve yüksek lisans öğrencileri arasında gönüllülük esasına dayanarak yapılan bu çalışmada, duygusal zekâ düzeyleri ile sosyal girişimcilik öncülleri arasındaki ilişki çeşitli değişkenler baz alınarak incelenmiştir. Duygusal zekâ kavramının günümüzde sosyal hayattaki önemi belirginleşmektedir. Sosyal girişimcilik kavramı da toplumun problemlerine çözümler üretirken, hayat kalitesini yükseltmekte, geliştirici ve dönüştürücü etkisi ile sorunları fırsata çevirip değer üretmekte, dezavantajlı kesimlere yardım misyonu üstlenmektedir. Ülkesel ve küresel bazdaki aktif sosyal girişimcilik olgusu irdelenerek hayata katılma noktasındaki üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri arasındaki bağıntı tespit edilmeye çalışılmıştır. Toplumsal faydaya ışık tutmak amaçlanmıştır.

Yüksek lisans yapmama beni ikna ve motive edip, her daim destekleyen canım kızım İpeğ, sevgileriyle beni yüreklendiren canım kızım Elif, oğlum Ufuk ile sevgili torunlarım Ceren, Kağan, Eymen, Alper'e ve tez sürecimin başından sonuna dek saygılı üslubu ve kıymetli yardımlarıyla beni yönlendiren değerli tez danışmanım Doç. Dr. Gazanfer ANLI'ya, Bursa Teknik Üniversitesi'nin birbirinden değerli hocalarına ve sevgili sınıf arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

Aralık 2020

Fatma Ecehan ERMANONUK

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	viHata! Yer işareti tanımlanmamış.
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ÖZET	x
SUMMARY	xi
1. GİRİŞ	1
1.1 Problem	1
1.2 Araştırmanın Amacı	4
1.3 Araştırmanın Önemi.....	4
1.4 Sayıtlılar	5
1.5 Sınırlılıklar	5
1.6 Tanımlar	6
2. KURAMSAL ÇERÇEVE.....	7
2.1 Duygu.....	7
2.2 Zekâ.....	15
2.3 Duygusal Zekâ	19
2.4 Girişimcilik	34
2.5 Sosyal Girişimcilik.....	40
3. YÖNTEM.....	57
3.1 Araştırmanın Metodolojisi	57
3.1.1 Araştırmanın Yöntemi.....	57
3.1.2 Veri Toplama Araçları	57
3.1.3 Evren ve Örneklem	58
3.1.4 Verilerin Toplanması	58
3.1.5 Verilerin Analizi.....	58
4. BULGULAR.....	60
4.1 Kişisel Özellikler.....	60
4.2 Betimleyici İstatistikler	62
4.3 İstatistiksel Analizler.....	62
4.3.1 Duygusal Zekânın Kişisel Özelliklere Göre Değişkenliği	62

4.3.2 Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Kişisel Özelliklere Göre Değişkenliği	66
4.4 Duygusal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik Öncülleri Arasındaki İlişkiler.....	69
5. SONUÇ ve TARTIşMA	71
5.1 Sonuçlar	71
5.2 Tartışma.....	72
5.2.1 Sosyal Girişimcilik Öncülleri İle İlgili Bulguların Tartışılması	72
5.2.2 Duygusal Zekâ Özellikleri İle İlgili Bulguların Tartışılması	80
6. ÖNERİLER	85
KAYNAKLAR	87
EKLER	96
ÖZGEÇMİş.....	98



KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AKUT	: Arama Kurtarma Derneği
ANOVA	: Analysis of Variance
AYDER	: Alternatif Yaşam Derneği
BHK	: Millenium Development
BRAC	: Bangladeşli Kırsal Gelişim Komitesi
BUĞDAY	: Türkiye’de Tabana Dayalı Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği
DGP	: Dengeleme Güç Piyasası
DZ	: Duygusal Zekâ
ECE	: Early Childhood Educatzitem
EI	: Emotional Intelligence
EKİLAT	: Eko Köyler İletişim Ağı
EQ	: Emotional Quotient
GİSEP	: Türkiye Girişim Stratejisi ve Eylem Planı
IQ	: Intelligence Quotient
İSMEK	: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitimi Kursları
KAGİDER	: Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KA-MER	: Kadın Merkezi
KEDU	: Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
PR	: Puclic Relations
S	: Sayı
s.	: Sayfa
s.s	: Sayfa Sayısı
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
TDK	: Türk Dil Kurumu
TOG	: Toplum Gönüllüleri Vakfı
yy.	: Yüzyıl

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Normallik Analizi	70
Tablo 2: Kişisel Özellikler	72
Tablo 3: Girişimciliğe Yönelik Özellikler	72
Tablo 4: Betimleyici İstatistikler	73
Tablo 5: Duygusal Zekânın Cinsiyete Göre Değişkenliği	73
Tablo 6: Duygusal Zekânın Yaşa Göre Değişkenliği	74
Tablo 7: Duygusal Zekânın Girişimcilik Öyküsüne Göre Değişkenliği	75
Tablo 8: Duygusal Zekânın Girişimcilik Rol Modeli Olup Olmamasına Göre Değişkenliği	76
Tablo 9: Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Cinsiyete Göre Değişkenliği.....	77
Tablo 10: Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Yaşa Göre Değişkenliği.....	78
Tablo 11: Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Girişimcilik Öyküsüne Göre Değişkenliği	79
Tablo12: Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Girişimcilik Rol Modeli Olup Olmamasına Göre Değişkenliği	80
Tablo 13: Korelasyon Matrisi	81

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖNCÜLLERİ İLE DUYGUSAL ZEKÂ DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ

ÖZET

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik öncülleri ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma Bursa Teknik Üniversitesi ve Bursa Uludağ Üniversitesi'nde öğrenim gören 268'i kadın, 52'si erkek toplam 320 katılımcı üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, duygusal zekânın alt boyutu olan öz kontrol düzeyinin 41 yaş üzerindeki 18-25 yaş aralığındakilerden daha yüksek olduğunu, girişimcilik öyküsü olanların sosyallik düzeylerinin daha yüksek olduğu, girişimcilik konusunda rol modeli olanların öznel iyi oluş ve duygusallık düzeyleri ile toplam duygusal zekâ puanlarının rol modeli olmayanlara göre daha yüksek olduğu, kadınların sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutlarından empati düzeylerinin erkeklerden, 18-25 aralığındakilerin ise 41 yaş üzerindeki 18-25 yaş aralığındakilerden daha yüksek olduğu, girişimcilik öyküsü bulunmayanların empati düzeylerinin girişimcilik öyküsü bulunanlardan daha yüksek, girişimcilik öyküsü bulunanların algılanan sosyal destek düzeylerinin ise girişimcilik öyküsü bulunmayanlardan yüksek olduğu, sosyal girişimcilik öncüllerinin girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca duygusal zekâ ile sosyal girişimcilik arasında pozitif yönlü ancak zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca her değişkenin alt boyutları arasındaki korelasyonel ilişkiler de çalışma kapsamında incelenmiş ve bulgularına yer verilmiştir. Bu araştırma nicel olarak kurgulanmış, ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Verilerin analizleri SPSS for Windows paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların kişisel özelliklerini belirlemek üzere demografik soruların yanı sıra Sosyal Girişimcilik Öncülleri Ölçeği ve Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Duygu, duygusal zekâ, empati, girişimcilik, sosyal girişimcilik

**AN INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL
ENTREPRENEURIAL ANTECEDENTS AND EMOTIONAL
INTELLIGENCE OF UNIVERSITY STUDENTS ACCORDING TO
VARIOUS VARIABLES**

SUMMARY

In this study, it is aimed to examine the relationship between the social entrepreneurship antecedents of university students and their emotional intelligence levels in terms of various variables. The research was carried out with a total of 320 participant university students, 268 women and 52 men, studying at Bursa Technical University and Bursa Uludağ University. Findings from the research show that the level of self-control, which is the sub-dimension of emotional intelligence, is higher in those over the age of 41 than those in the 18-25 age range, while those with a history of entrepreneurship have higher sociability levels. Also, the subjective well-being and emotionality levels and total emotional intelligence scores of those who have role models in entrepreneurship are higher than those who do not have a role model. Besides empathy levels, which is the sub-dimension of social entrepreneurship precursors, of women are higher than men, and those in the 18-25 age range are higher than those above the age of 41. Furthermore, the empathy levels of those who do not have a history of entrepreneurship are higher than those with an entrepreneurial history, while the perceived social support levels of those with a history of entrepreneurship are higher than those without a history of entrepreneurship. In addition, social entrepreneurship antecedents do not differ according to whether they have entrepreneurship role models or not, while there was a positive but weak significant relationship between emotional intelligence and social entrepreneurial antecedents. Finally, the correlational relationships between the sub-dimensions of each variable were examined within the scope of the study and their findings were included. This research has been quantitatively constructed and a relational survey model has been used. The analysis of the data was carried out using the SPSS for Windows package program. In addition to demographic questions, Social Entrepreneurship Predecessors Scale and Emotional Intelligence Scale were used to determine the personal characteristics of the participants.

Keywords: Emotion, emotional intelligence, empathy, entrepreneurship, social entrepreneurship antecedents

1. GİRİŞ

1.1 Problem

Günümüzün en önemli problemlerinden biri bireyselliktir. Küreselleşme ile birlikte tüm dünyaya empoze edilmeye başlanan Amerikan kültürü ve tüketim toplumu, bireyleri toplumdan uzaklaştırıp yalnızlaştırmaya, bireyselliğin yüceltilmesine neden olmaktadır. Bu da bireylerin başka insanların ve toplumun problemlerine değil kendi problemlerine odaklanmasına neden olmaktadır. Ancak şüphesiz insan sosyal bir varlık olarak tek başına değil başkalarıyla birlikte var olmaktadır. Bu sosyallik de başkalarının duygularını önemsemek, onları hissetmek, problemlerinin çözümü için çaba sarf etmekle sağlanabilir. Bu bağlamda bireylerin bireysellikten sıyrılarak toplumsal problemlerle ilgilenme ve bu problemlerin çözümü için aktif rol almaları sağlanmalıdır. Bu sayede problemlerden sıyrılmış sağlıklı bir toplum yapısı inşa edilebilir (Altıntaş, 2012, s.32). Bu açıdan bu çalışmada öncelikle duygu ve zekâ kavramları incelenmiş, sonrasında duygusal zekâ kavramına geçiş yapılmıştır. Ardından girişimcilik ve sosyal girişimcilik konuları ele alınmış ve empati, duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkilerin ortaya konulması için gerçekleştirilen araştırmanın bulgularına yer verilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H1a: Katılımcıların Öznel İyi Oluş düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H1b: Katılımcıların Öz Kontrol düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H1c: Katılımcıların Duygusal zekâ düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H1d: Katılımcıların Sosyallik düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H2: Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H2a: Katılımcıların Öznel İyi Oluş düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H2b: Katılımcıların Öz Kontrol düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H2c: Katılımcıların Duygusallık düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H2d: Katılımcıların Sosyallik düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H3: Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H3a: Katılımcıların Öznel İyi Oluş düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H3b: Katılımcıların Öz Kontrol düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H3c: Katılımcıların Duygusallık düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H3d: Katılımcıların Sosyallik düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H4: Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H4a: Katılımcıların Öznel İyi Oluş düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H4b: Katılımcıların Öz Kontrol düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H4c: Katılımcıların Duygusallık düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H4d: Katılımcıların Sosyallik düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H5: Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Öncülleri düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H5a: Katılımcıların Empati düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H5b: Katılımcıların Toplumsal Ahlaki Yükümlülük düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H5c: Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik Algısı düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H5d: Katılımcıların Algılanan Sosyal Destek düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H6: Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Öncülleri düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H6a: Katılımcıların Empati düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H6b: Katılımcıların Toplumsal Ahlaki Yükümlülük düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H6c: Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik Algısı düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H6d: Katılımcıların Algılanan Sosyal Destek düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H7: Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Öncülleri düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H7a: Katılımcıların Empati düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H7b: Katılımcıların Toplumsal Ahlaki Yükümlülük düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H7c: Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik Algısı düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H7d: Katılımcıların Algılanan Sosyal Destek düzeyleri girişimcilik hikâyesi olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H8: Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Öncülleri düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H8a: Katılımcıların Empati düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H8b: Katılımcıların Toplumsal Ahlaki Yükümlülük düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H8c: Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik Algısı düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

H8d: Katılımcıların Algılanan Sosyal Destek düzeyleri girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterir.

1.2 Amaç

Şurası bir gerçek ki insanı insan yapan en önemli özelliklerinden biri duygularının varlığıdır. Duyguları aracılığı ile insanlar diğer insanlar ile arasında ilişki kurar ya da bitirir. Ancak diğer insanların duygularını anlayabilmek duygusal zekânın varlığını gerektirir. Duygusal zekâları aracılığı ile başkalarının duygularını ve problemlerini algılayan kişiler, herhangi bir sorunun varlığı karşısında harekete geçtiğinde sorunun çözümü için inisiyatif ya da sorumluluk üstlenmektedir ki bu sorumluluk duygusunun harekete geçirilmiş hali sosyal girişimciliği oluşturmaktadır. Görüldüğü üzere duygusal zekâ ile sosyal girişimcilik öncülleri birbirinin tetikleyicisi gibi durmakla birlikte, aralarındaki ilişkinin ortaya konulması gereklidir. Böylece bireylerin sorunların çözümünde aktif rol almaları sağlanabilir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinde duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik öncüllerinin ilişkisinin incelenmesidir.

1.3 Önem

Duygusal zekâ sosyal zekânın bir formu olarak, bireyin kendine ve başkalarına ait duyguları izleyebilme, bunlar arasında ayırım yapabilme ve bu süreçlerden elde ettiği bilgiyi düşünce ve davranışlarında kullanabilme yeteneğidir (Aslan, 2018, s. 59-82). Bireylerin duyguları algılama, anlama ve bu duygusal bilgiyi kullanabilme yetenekleri birbirinden farklıdır ve bireyin duygusal zekâ seviyesi, gerek entelektüel gerekse

duygusal başarısına ve gelişimine çok önemli katkı sağlar (Bakan ve Güler, 2017, s.1-11). Duygusal zekâ, duyguların anlamlarını ve onların ilişkilerini fark etme yeteneğini, muhakeme etmeyi, temellerinde problem çözmeyi temsil edip duyguları fark etme, duygu bağlantılı hisleri özümleme, duyguların bilgisini anlama ve onları yönetebilme kapasitesini içerir (Yıldız, 2016). Kısacası duygusal zekâ, bireylerin karşısındaki insanın duygularını anlama yeteneğidir ve her insanın duygusal zekâ düzeyi farklıdır.

Üniversite öğrencileri, toplumların aydınlık yüzü olarak geleceği inşa edecek genç nesildir. Bu neslin toplumsal sorunlar ile ilgilenmeleri, gelecekte oluşturulacak sağlıklı toplum yapısının ilk yapıtaşını oluşturacaktır. Karşısındaki insanların duygularını doğru anlayacak bireyler, sahip olduğu duygusal zekâlarını sosyal girişimcilik alanında kullanarak toplumsal sorunlar için aksiyon alacaktır. Çalışmanın, geleceğin toplumunu imar edecek üniversite öğrencilerinin duygusal zekâları ile sosyal girişimcilik öncülleri arasındaki ilişkiyi ve bunların çeşitli kişisel özelliklerine göre değişkenliğini incelemesi bakımından literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir. Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerini kişisel özelliklerine göre belirlemeye çalışan çalışmalara literatürde sıklıkla rastlanmakla birlikte duygusal zekâyı sosyal girişimcilik öncülleri ile ilişkilendiren çalışma sayısı sınırlı sayıdadır. Çalışmanın, duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik düzeyi ilişkisini incelemesi bakımından literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

1.4 Sayıtlar

Araştırmada katılımcıların anket formundaki tüm ifadeleri doğru ve tam olarak anladıkları, yansız olarak yanıt verdikleri ve sosyal olarak istendik yanıtlar vermedikleri varsayılmıştır.

1.5 Sınırlılıklar

Araştırma, araştırma amacıyla ulaşılan örneklem ile ve araştırma kapsamında hazırlanan anket formunda verilen yanıtlar ile sınırlıdır.

1.6 Tanımlar

Duygu: Duygu olarak adlandırılan olgu aynı zamanda his şeklinde algılanırken, bu yönde gelişen fikirler psikolojik, bedensel ve pek çok fizyolojik davranışlara istikametlendiren hissedilenlerin tamamını kapsar (Goleman, 1998, s. 359).

Zekâ: Ruhsal bilim, canlılar dünyasına mensup olan insanın akletme, fikretme ve düşünce bazlı fikir üretebilme, objektif hakikatleri kavrama yeteneğiyle hüneri, muhakemesi ve nihayetinde hedeflenen sona erişme kabiliyetinin tamamı şeklinde açıklanan kavramdır (TDK, 2018).

Duygusal Zekâ: İnsanların kendileriyle çevresinde bulunanların duygularını idrak etmekle, onların üzerindeki denetleme becerisidir. Çalışılan alanı, şartlarını, doğru kavrayabilme, hayatı, hisleri tesirli olarak yönetebilmekle, fikredebilme kabiliyeti diye isimlendirilen kavram duygusal zekâdır (Gülbüz ve Yüksel, 2008, s.176).

Girişimcilik: Bütün ülkelerde işsizliğin ve yoksulluğun azalması için krizlerden çıkış yolu olarak ticaretin gelişebilmesinde, sektörler arası ilişkilerin olumlu yönde ilerlemesine katkı sunmak açısından önem taşıyan bir olgudur (Sönmez ve Toksoy, 2014, s.41).

Sosyal Girişimcilik: Sosyal girişimcilik, umulmadık işi, yararlı, verimli ve olumlu şekilde oluşturan yaratıcı, yenilikçi bireylerin hareketidir (Cools, 2008; akt. Kümbül Güler, 2010, s.126).

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1 DUYGU

Duygularımız, insanların harekete geçmelerinde rol oynayan en önemli dürtülerdir. Hayattaki zorluklarla mücadele edebilmek için bu tarz bir sistematığı vardır. “Motere” sözcüğü kök alınarak duygu (emotion) sözcüğü türetilmiştir. Bir devinimi, bir oluşu anlatan fiilin önüne “e” konduğu vakit uzlaşmak anlamını ifade eder. Bu durumda her bir duygu ayrı ayrı bir eyleme, davranışa, harekete doğru evrilme anlamı taşımaktadır (Goleman, 1998, s.20). “Emonotion” kavramı duygu sözcüğünü ifade eder ve enerji anlamına gelir. İnsanları belirli hareketlere yönelten duygulardır. Hareketlerin sürekliliğini temin eden ve istikamet belirleyen süreçlere dönüştüren de duygulardır. Duyguların ortaya çıkışı da birbirleri peşi sıra gelip, tamamlayan küçük adımlar halindedir (Tuna, 2008, s.10-12).

Duygu sözcüğü, Oxford adlı İngilizce sözlüğünde “Herhangi bir zihin, his, duygu çalkantısı yada devinimi, herhangi bir kuvvetli yada uyarılmış zihinsel durum” olarak görülmektedir (Sü Eröz, 2011, s.2). Latinler açısından bakınca, Voltaire’nin “sensun communis” sadece önsezi şeklinde algılanır olmadığını, hislerin, sezginin, yüreğin son kapasiteyle kullanılmasını ihtiva eden duyarlık ve insanlık anlamını taşıdığını söylediğini görüyoruz.

Son nörolojik kanıtlar göz önüne sermektedir: İnsan beyninin üst düzeyde düşünüp, değerlendirip, yargıya varma kabiliyetine haizliği mutlak gerekli bir dinamiktir (Cooper ve Sawaf, 2000, s.17). Sevgi, aşk gibi genel hallerimizin, içgüdüsel yönelişlerimizin, heyecanlarımızın, bütün tutkularımızın, duyduğumuz her şeyin genel adını duygu kelimesi kapsar ve ifade eder (Ören, 2011, s. 23). Heyecan duyulmasını sağlayan iç yaşantılar, insanın içinde olan istekleri tarif eden kelime, duygudur (Ergin ve diğerleri, 2013, s.76).

Fiziksel, bilişsel, tecrübesel halini algılanıp, yorumlandıktan sonra anlaşılabilen psişik halini sezgilere evirilen koordine cevap sistemine duygu denir (Mumcuoğlu, 2002, s.2). İnsanın kendini mutlu hissetme hali, hüznün, ümitsizlikte olduğu gibi biliş ve

fiziksel yapı ile ilgili kaynakları içeren hallerimizle davranışlarımızı çok büyük ölçüde şekillendiren etmenler de duygulardır (Feldman, 1996; akt. Çakar ve Arbak, 2004, s.27).

Duyguyu tanımlarken çevresel bazı fırsatlar, fiziki şartların oluşturduğu olgular istikametinde orta vadeli beliren, arada sırada izlenen biyolojik temelli yaşantılar, algılar, eylemler, davranışlar ve iletişimi gerçekleştiren normlardır (Keltner ve Gros, 1999; akt. Avcı, 2017, s.9). Daha sonraki evrelerde öğrenme yoluyla oluştuğu gibi, yaratılıştan öğrenilerek meydana gelmiş komplike yapılardır. Karakter, mizaç, kişilik bu şekilde oluşur. Günlük hayatta sıklıkla kullandığımız Hipokrates'in Antik yaşamdaki öğretileri, halen varlığını sürdürmektedir. İsa'dan birkaç yüzyıl öncesinden insanları dört grup şeklinde kümelendirmiştir; hırçın, neşeli, melankolik ve ağır tabiatlı. Şu şekilde de açıklanmıştır: Öfkeli zalimler, keder içinde yakınıp duranlar, keyifle hayatın tadını çıkaranlar ve tembel can sıkıcılar (Sartorius, 1999, s.16-17).

Goleman'a göre (2000) hayat süreci boyunca kişinin yaptığı her şey duygusal ve bilişsel zekânın belirleyiciliğinde meydana gelmektedir (Avcı, 2017, s.80). İletişimin çok fazla verimli olan şekline de duygu denir. Başka bir tarife göre de, duygular dikkatimizi çeken şeylerdir; alarm, davet, uyarı olarak da nitelendirilebilirler. Bunlar aynı zamanda güçlü mesajlardır. Önemi yoğun olan enformasyonu kelimelere dökerler, naklederler, iletirler. İnsanlardaki duyguların açığa çıkması bir nevi tiyatrodur. İnsanların özlerinde bir sahne arkası olduğu düşünülür. Duygular bu sırlı alanda hissedilir. Duyguları açığa çıkardığımız yeri ise, sahne önü olarak nitelendirebiliriz. Burası duyguların sosyal arenasıdır (Goleman, 2000, s.209-213).

İnsan beynini konu alan araştırmalar bilim insanlarınca yapıldıkça, duyguların insan zekâsının birer parçası olduğu tespitine ulaşılmıştır. Etrafımızdaki uyarıcıların büyük bir kısmını işlemede kullandığımız araçlar duygulardır. İnsanın bir konuda kesin hükme varma, öğrenme, mantık çerçevesinde münasebette bulunan evrelerinde duygular, güçlü ve önemli belirleyicilerdir (Epstein, 1998; akt. Babaoğlu, 2010, s.121).

Kelime olarak duygunun çift manası vardır: İlk olarak korktuğunda insanın hissettiği şeyi kapsamaktadır. Bu vaziyete umumi olarak his denmektedir. Diğer manası da hissedilmiş olan olgu ile birlikte yaşanan ruh durumunun içindeki fiziksel hali ve

yarattığı mesajı kapsamaktadır. Anılan sebeple duygu kavramını açıklarken, vücudun his ve fiziksel ifadesi olan imaj ve tarzına tesir eden olgu demek daha uygundur (Konrad ve Hendl, 2001, s.18).

Duygular sürekli imge iletimi içerir. Mesajları da gayet nettir. Ürkmek, korkmak ile ilgili duygu insanların hayatını sürdürebilmesine yardımcıdır. Zehirlenmeden insanları koruyan duygu tiksintidir. İnsanları dost canlısı, güler yüzlü, sıcakkanlı haline getiren ise, sevgi duygusudur. İnsanlara güç ve kuvvet veren öge ise, öfke duygusudur. Bütün bu farklılık biçimleri, oyunları çok daha iyi algılayabilmek ve irdeleyip çözümlemek için icap eden çabayı kendi içerisinde göstermesi lazımdır (Sartorius, 1999, s.39).

Duygunun bir diğer tarifi ise, heyecana sebebiyet veren hakikatlerin doğrudan algılanmasını takip eden, fiziki şartlardaki farklılıklara tepki olarak gösterilen hissedilenler diye adlandırılmasıdır. Farklı anlatımla da duygunun doğuşu ve yapılandırılması için, ilk evvel fiziki açıdan etkilenmesiyle, bu etkilenmeye farkındalık elde edilmesi lazımdır (Özdemir Yaylacı, 2006, s.41).

Doğru yargılama ve özümsemek için duygular gereklidir. Bunun nedeni duyguların, mantığı da tanımlamak için elzem olmasıdır. Düşünülerek açığa kavuşturulmuş bir mantığı bize duygular sunmaktadır. İyi ve kaliteli bir yaşamın itici dürtüleri de duygulardır (Su Eröz, 2011, s.9). Duygularını yönlendirebilen ve kontrol edebilenler, kendilerine güvenli ve aynı zamanda doğruluktan meydana gelen bir ortam inşa edebilirler. Böylesi bir ortam içinde problemler ve kavgalar mühim miktarda azalma kaydederken, hem hususi hem de iş hayatında verimliliğin inkişaf ettiği görülür. Böylece hayatı, hususi gayeleri istikametinde etkili idame imkânı artar (Titrek, 2013, s.189).

Bir his olarak tanımlanan duygu ve buna has bazı fikirler, biyolojik, psikolojik hallerle zincir şeklinde ilerleyen hareketler, ifade şeklinde kullanılmaktadır. Harmanlanmaları, nüansları, türleriyle uğradıkları mutasyonlarla yüzlerce sayılarla ifade edilen duygudan bahsedilebilir. Oysa, duygu olgusunun nüansları hepsini isimlendiren sözcüklerden çoktur (Goleman, 1998, s.359). İnsan hayatına duyguları, fayda odaklı bilinç katıcı, şuur açıcı, zekice, bilgi donanımlı, aynı zamanda seyrek müdahil olur. Umumiyetle duygular, mantıkla sağduyu olarak tanımlanan olguyla çakışmaz. Tam tersine, mantıklı ve itidalli düşünme tarzını teşvik eder, filizlendirir ve amaçlanan nihai

hedefe erişmek yolunda duygulara ivme katar. Gücün, kuvvetin, bilginin, yenilenmenin, dönüşümün, motivasyonla tesirin temel menbaıdır (Cooper ve Sawaf, 2000, s.14).

Duygunun içeriğinde, sevgi, nefret, heyecan, dileme, korkma olarak insani kabul edilen özellikler bulunur. Beynimizin güç kaynağı olması gibi, duygularda büyük ve önemli güç merkezlerimizdir. Hayatı boyunca doğru istikamette ilerlemek isteyen insan, aklın ve duyguların bu büyük gücünü idrak etmeyi, inkişaf ettirmeyi ve dengelemeyi bilmek zorundadır. İnsanın kendi güçlerinin farkına varması, geliştirmesi ve dengelemesi bu yolda kazanılacak en büyük yetenektir (Atabek, 2000, s.17).

Duyguları içeren zaman diliminin komplike, karmaşık oluşumlarına duygular denmektedir. Böyle biçim ve şekilde olduklarından ötürü pek çok farklı sebeplerle belirirler. İnsanların hayatın içindeki gündelik deneyimleri, savaş, ölüm, doğal yıkımlara benzer önemli yoğunluklu hadiseler ve doğa şartları, faktörler dahilindedir. Duygular, davranışları başlatan harekete tepki meydana getiren role de haizdirler. Duygular sayesinde uyarıcıları özlerine ait algılarıyla anlamlandırıp, yorumlama sistematğinde ne şekilde davrandığı analiz edilmektedir (Mumcuoğlu, 2002, s.2).

Duyguların meydana gelişi irdelendiğinde, psikolojik, bilişselle fiziki alanlarda oluşumunu yaratırken, bünyesini vaziyete adapte tepkimelere hazırlanmış duruma vardırma, bilgiyi ulaştırma, davranma sitillerini planlayıp, uygulanır hale getirme şeklinde kuvvetli bir çark sistemi görevi üstlenmektedir (Özdemir Yaylacı, 2006, s.42). Önceki yıllardan gelen tecrübelerimizin mısralarıyla dizesi, vücut ve hafızamızda çok daha yoğun duygular kapsar. Duyguların insana anımsatması gereken şeylerin başında, kim olduğuna dair hissetmesi gereken sezginin oluşturduğu gibi bedenimizde güç sağlayan enerji odağı da varlığını sürdürür. Enerji olarak tanımlanan bu güç yok olmadığı gibi yaratılamaz da. Gözlemlenen tek şey sürekli aktığıdır. Devamlı içinde akış halinde olan, yaşamımızın her alanına tesir eden, derin süreçleri harekete geçiren enerjilerden duygu oluşmaktadır (Cooper ve Sawaf, 200, s.21).

Duygunun yol gösterici vazifesi bulunmaktadır. Duygu, üzüntü verici yoksunluk, tehlike anındaki güçlülere rağmen gayeye kilitlenip gitme, bağ oluşturmayla sadece mantığın inisiyatifine terkedilmeyecek vaziyetlerde rehberlik yapar. Çeşitli şekillerde

harekete yönlendiren duygulardır. Duygular canlıların hayatında tekerrür eden zorluklara mukavemet edebilecek tarzda istikamet belirler (Goleman, 1998, s.18).

Bilişsel tutumda, hislerde, fiziksel farklılaşmalarla nedenini açık edici hareketlerle birlikte beliren eylemler, duygu olarak nitelenir. Duygular fevkalade komplike tecrübelerdir. Bir nevi nörolojik kabiliyetlerle, insanların ahvali, mütalaası aynı zamanda etüt edilmesi zarfındaki tepkimenin neticesidir (Avcı, 2017, s.10). Duygunun bir diğer anlamı da, bilişsel, fizyolojik motivasyona dayalı tecrübe edilmiş psikolojik hadiseleri kapsayan, intibak geliştirici sistematik reaksiyondur. Duygular, yaşamın içindeki insanın gösterdiği fiziksel tepkilerine benzer pek çok psişik alt mekanizmaları sistemleştiren içe ait hadiseler şeklinde tesirlidirler (Mayer ve Salovey, 1990; akt. Çakar ve Arbak 2004, s.27).

Duygular aynı zamanda fiziksel olarak dönüşümlerin, ruhsal vaziyetinin dışsal faktörlere müşterek tavrıdır. İnsana çevre ve çevredeki hadiselerle olduğu kadar kendisiyle de ilgili kıymetli veriler duygular sayesinde sunulur. Duyguların sunduğu veriler irdelenirse hareket stilleri farklılaşabilir. Çevresindeki hadiseleri pozitif tarzda tesirine alacak fikretme imkânı meydan getirebilir (Weisinger, 1998, s.15-21). Düşünce ve eylemin güçlü örgütleyicisi olarak da duyguyu görebiliriz. Muhakeme yapıp, makul, dengeli düşünebilmek için de bu duygular elzemdir. Bu minvalde duygular, henüz bilmediğimiz geleceği anlamada ve planlayıp programlamada destekleyen sezgileri, merakı diriltir (Sü Eröz, 2011, s.104).

Şahısların davranışlarının yaşam içindeki intibak ile intibaksızlıkların mühim tesirleri arasına baktığımızda yine duyguyu görmekteyiz. Duyguyla ihtiyaç ve dürtüler arasında yakın bir münasebet vardır. Bu sebeple insanların düşünce ve davranışlarını etkisi altına alır. Duygu ifadeleri arasında, sevinç, güven, sevgi gibi yetileri, duygusal hayat tecrübelerini duygu olarak görmekteyiz (Titrek, 2013, s.71).

Kendini algılama hüneri duygunun temel şartıdır. Kendi duygularını insan ne denli iyi tanır, böylece diğer insanların hislerini de o kadar iyi, doğru anlayabilmektedir. Başkalarıyla beraber hissetmek, o insanın duygu yaşamını paylaşmak anlamına gelir. Diğer insanların sevinçlerine, acılarına tanıklık eden ve duygularını onlarla paylaşanlar, konuya aktif katılmak ve çözüm üretebilmek üzere motivasyon kazanmış olurlar. Netice olarak, etrafımızla karşılıklı münasebetlerimizde başarıyı şekillendiren,

gündelik münasebetlerimizi istikametlendiren, cemiyetin örgüsünü muhafaza eden mühim belirleyicidir (Konrad ve Hendl, 2001, s.153).

Duyguları aksettirmedeki berraklık, duygulara kıymet vermek, karşısındakilerin duygularının düzgün, doğru, isabetli analizini yapabilmek, toplumdaki bireyleri çok daha güvenilir, reformist bireyler yapar. Neticede de enformasyona fazlaca müsait olmakla birlikte ilişkilerin sıhhatli şekilde meydana gelmesine sebebiyet verecektir (Karabulut, 2014, s.2). Duygular belirli periyotlarda birbirlerine ulanarak coşup, pik yapabilmektedir. Ansızın yumak haline gelebilmekte, sonrasında bu yumaklar fırtınalar oluşturabilmektedir. Duyguların fırtınaları insanları şaşırtabilir, mutlu edebilir ve şımartabilir. Daha sonra sakinleşip, dinginliğe erince kendimizi dinlediğimizde “her nasılsa mutlu bir andı işte” şeklinde söyleyebileceğimiz biraz süren anılar hediye verebilir (Sertorius, 1999, s.36).

Duygular dediğimiz olgular, yaratılışı itibariyle olumlu olarak da, olumsuz olarak da nitelendirilemez. İnsana sezgisel bilgeliliğin ebedi kaynağını sunarken, insan potansiyeli, samimiyeti ve sezgisinin mümbit membaı misyonuyla vazife ifa eder. İnsana günün her anı, hayati değere sahip ve potansiyel olarak yararlı bilgiler sağlar. Bu kaynak beyinden değil kalpten gelir. Hayat adına içsel pusula vazifesi görür. Umulmadık durumlarda rehberlik yapar ve insanı pek çok felaketlerden korur (Cooper ve Sawaf, 2000, s.12). Duyguyu sadece bize ait olan hususi mülk olarak da tanımlayabiliriz. Bizim haricimizdekiler duygularımız hakkında malumat edinemez. Duygularımızın eşliğinde, nasıl, ne tarzda davranacağımızla ilgili veriler, içgüdüsel şekilde insanla beraber dünyaya gelmektedir. Diğerleri ise, eğitim, çevre tesiri ile kazanılır (Konrad ve Hendl, 2001, s.169).

Duygu kavramı algı olgusunu içinde barındırdığı gibi ruhsal tepkileri, farkındalıkla ilgili içerikleri bünyesinde bulunduran psişik basamakların alt devrelerini birbiriyle organize eder. Duygular, insanların değişik durumlardaki münasebetlerine karşı yanıt tarzında oluşmuştur. İnsanın zihni, hayatın akışında hafızası, en yakın çevresi sayılan ailesi ve efradıyla yaşamsal iletişiminden tecrübelerle istinat eden duyguları da şekillendirmekte, dönüştürmektedir. Bütün duygular münasebet türlerini, farklılaşmaları takip etmekte, münasebetlerle alakalı anlam ifade etmekte ve takiben bunları ulaştırmaktadır (Özdemir Yaylacı, 2006, s.39).

Bilim insanları duygu olgusunun niteliklerini araştırırken, sekiz ana dayanağın varlığı esası olduğu konusunda ittifak etmişlerdir; sevmek, neşelenmek, korkmak, kederlenmek, şaşkınlık, tiksirmek, öfkelenmek, utanmak bütün hepsinin hülasası ve türevleri de sayısızdır (Sartorius, 1999, s.38). Yaşam sürecinde gelişen durumları pozitif ya da negatif şekilde telakki etmemize yol açan sitenografik işarete duygu denir (Davis, 2008, s.5). Duygunun sistemini etkileyen en önemli faktör çevredeki etmenlerden etkileşimdir. Bunlar, inançlarımız, tutumlarımız, yetişme tarzımız, önceki hayatımızda kazandığımız deneyimlerimiz sonuçta şahsiyetimizi meydana getiren kavramsal bir etmenlerdir (Weisinger, 1998, s.49).

Duygunun aklın matematiğini tamamlama gibi bir özelliği de mevcuttur. Böyle olmakla birlikte onun rasyonelleşmesini gerekli kılmaz. Duygu üzerinde fikredilip netliğe ulaştırılan mantık örgüsü verir. Kaliteli elit yaşamın lokomotifidir. Yaşamı anlamlandırma bakış açısına katma gibi bir misyonu da vardır. İnsanlığı varlığın temel sorunlarıyla yüz yüze getirir (Cooper ve Sawaf, 2000, s.8). Amaçlarımızı hakikate erdirerek bize ivme katan güdü, duygu dinamiğinin de ateşleyicisidir. Aynı zamanda algı ve dürtüyü pratiğe evirip bütün dinamiklerimizi dizayn eder (Goleman, 2000, s.137).

Goethe bir sözünde: “Bir insanın varabileceği en üst düzeyin, kendi inanç ve fikirlerinin idrakine varmak, kendini tanımak” olduğunu söyler. Böylelikle diğer insanların ruh hallerinin de samimiyetle, içtenlikle kabullenmenin kapısı aralanır. Duygular dediğimiz zaman, ruh durumu, heyecanları, karakteri, ruhsal açıdan güçsüz ve kuvvetli tarafları, hayal kurma düşkünlüklerini, birden bire öfkelenme meyilleri gibi daha pek çok olayı içerir. Diğer insanlara uzanan özel bir bağlantı yoluna da duygu denmektedir (Sartorius, 1999, s.42).

Bütün geniş kapsamlı yoğun duyguların hususi genetik mirası bulunur. Sözü geçen büyük duygu yüceldiğinde, peşi sıra ardına takıp götüren geniş muhtevalı dönüşümler silsilesiyle, söz konusu duygunun hâkimiyetindeki bedenin mekanik, istemsiz olarak ürettiği zincirleme, daha önce görülmemiş belirtiler dizgesi var olmaktadır (Goleman, 1998, s.368). Duygular aynı zamanda birer beşarettir. Kıymet gösterilen bir olgunun ifadesinin alınıp, mutlaka alıkonması icap eden ele geçmiş şansın belirtecidir. Aynı ayrı her bir duygu dikkatli toplanmada içtima borusudur. Duygular, soru soran,

düşüneni eyleme geçiren, netliğe eriştiren, hacmini genişleten, bilgilenen, uygulayan hususiyetlerdir (Cooper ve Sawaf, 2000, s.39).

Duygular enformasyon olarak da tanımlanır. Bilgi akışını ifade eden bu kavrama göre, duygu bir olgunun değerlendirilme şeklini insana net olarak ifade eder. Böylelikle insan, olaylar, şartlar, kavramlar, nesneler, fikirler, duyguları isabetli kavramak, özümsemek hususunda çok daha yoğun bilgiye erişebilmektedirler. Duygular ne kadar isabetli anlaşılırsa sevdiğimiz ya da sevmediğimiz ya da karar vermekte zorlandığımız haller husunda çok daha yararlı bilgi sunar (Davis, 2008, s.16).

Faaliyetin, bilginin, enerji potansiyelinin temel kaynağı duygudur. Yaratılıştan itibaren kötü veya iyi değildir. Ayrım insanların oluşturdukları güç ve bilgiye isnat edilerek yarattıklarından oluşur. İnsan olabilmeyen ana ihtiyacı, en kuytulara farkına varılan duyguları, günün her anında süreklilik şeklinde tesir eden bilgi ve etkileyicilerin vasıtasıyla birbirinden ayırıştırmasını gerçekleştirebilmektir (Cooper ve Sawaf, 2000, s.15). İnsanların yaşamlarında duygularını öğrenmesi, şuuruna varması, en uygun tarzda iletebilmesi, hayatının kıymetinin çoğalmasına, karşılıklı münasebetlerde başarmış olarak hareket etmesine, pozitif nazarına olumlama vermektedir (Furnham ve Petrides, 2003; akt. Tümkaya ve diğerleri, 2008, s.2).

Duygunun sosyal hayattaki yayılımı, vüritik bulaşıcılık şeklindedir. İnsanların karşılıklı her tür ilişkisinde sinyalizasyon tarzında mesajlar gelir gider. Bütün bu sinyaller verici ile birlikte onları tesiri altına alır. İnsanlar sosyal münasebetlerinde geliştikçe sinyal kontrolünde başarı elde ederler. Duyguların kontrolizasyonunda karşı tarafa destek sağlayan fertler, kıymet gösterilen sosyal metaaya maliktirler. Duygulara haiz bütün canlılar, diğer insanların olumlu yada olumsuz tüm duygusal dönüşümlerini oluşturmakta yararlandığı mekanik tamamlayıcılarıdır (Goleman, 1998, s.149).

Duygular oluşmaya adım attığı ilk vakitte baştaki dürtü kalpten gelir, beyinden gelmez. Bunun için, mecaz, şarkı, şiir, opera, sinema ile tiyatrunun sanat dalları direk gönüle konuşur. Örneğin; İsa gibi inançta önemli önderler, müminlerin gönüllerini duygunun ritminden yakalayarak kazanmışlardır. Ritüeller, semboller, öyküler, meseller aklın perspektifinden bakılınca yeterince anlamlandırılmazsa da kalbin söyleminde yer etmişlerdir. Kalbin idraki de Freud'un "birincil süreç" havzasında yerinde tanımlanmıştır (Goleman, 1998, s.366).

2.2 ZEKÂ

Zekâ için, Türk Dil Kurumu'nun (TDK, 2020) tanımına bakınca, insanların düşünmesi, olayları yordaması, yansız hakikatleri anlaması, muhakeme etmesi, neticeye varması gibi yeteneklerinin hepsi, hadiseleri müstakil şekilde düşünebilmesi, yeni vaziyetlere mükemmel uyumlanabilmesi, eylem ve davranışları önceden tespit edilmiş düşünce ve gayeler çerçevesinde cem edebilme kabiliyeti şeklinde tanımlandığını görmüş oluruz.

İnsanları yeryüzündeki başka yaratılmış canlı organizmalardan ayırt eden bariz özelliği, organ olan beynini şuurlu bir tarzda fonksiyonel hale getirmesi, diğer ifadeyle ona ait olan zekâyâ haiz olmasıdır. Zekâ sözcüğünün Latince adı “intellectus”tur. İçeriği de, anlamak, bilmek, tanımaktır (Gül, 2017, s.10). Farklı bir bilimsel alan olan psikolojinin tanımlanmadığı zaman dilimlerinde zekâ, değişik adlarla felsefenin konularından biriydi. Psikolojik hadiselerin nedeni ve ana kaynağı eski Yunan fikir adamlarınca ruh ve akıl anlamını ihtiva eden “nous” kelimesiyle açıklanan maden kaynağı gibi önemli noktaya bağlanmıştır. Evreni planlayan, değişmeyi ifade eden us anlamındadır (Titrek, 2013, s.20).

Auguste Comte zekâyâ “İnsanların davranışlarını duruma göre ayarlamalarıdır” şeklinde açıklama getirmiştir. İnsanlar zekâ bakımından ele alındıklarında, birbirlerine benzemezler. “Zihinler birbirlerinden müstakil, farklı pek çok fonksiyona sahiptir. Bu işlevlerden her biri insan zihninde düzenli ve beraber çalışmaktadırlar” şeklinde izahına devam eder (Toker ve diğerleri, 1968; akt. Titrek, 2013, s.26).

Zekâ ilk tariflerinde uyum problemi şeklinde değerlendirilmiş, insanların önceden belirlenmiş ortamda hayatını idame ettirerek adapte olması için gereken yetenekler örüntü tarzında ifade edilmişti. Zekâ üzerinde araştırmalar yapan araştırmacılar, insanın zekâsı miktarınca çevresine uyum gösterebileceği savında bulunmuşlardır. Bir problemle muhatap olduğunda zeki insan, daha fazla fikir üretebilmektedir. Zekâ tarifleri, kültürel normlardan, değer yargılarından etkilenip, farklılıklar gösterebilmektedir. Doğu ve batı kültüründe bu tanım değişiklikleri daha belirgindir. Batı kültüründe hız zekânın temel taşı olarak telakki edilirken, Çin kültüründe ise, insanın kendi özünü bütünüyle anlayabilmesi, bilebilmesi, zekâ kavramının yapı harcı şeklinde algılanmaktadır (Rau, 2001; akt. Ören, 2011, s.11).

Kâinatta insanları başka mevcut organizmalardan ayırt eden en mühim niteliklerden bir tanesi de düşünüp, idrak etme potansiyeli diğer adıyla sahip olduğu zekâdır. Yaratılıştta onun üzerine kodlanan işte bu hususiyet çeşitli şekillerde tarihsel serüveni boyunca anlatma ve gücünün miktarını fazlalaştırma gayretinde olmuştur (Sü Eröz, 2011, s.19).

Gılgamış adlı Sümerlerin Destanı'ndaki 5000 seneden geriye giden kayıt altına alınmış hikâyelerde, insanların mizaçlarına göre şu şekilde tanımlandığı görülür; akıllılık, iyi kalplilik, kararlılık gösteren İncil'in yazdığı zekâ olgusu Kral Süleyman şeklinde, aptallıkta Nuh'un çevresindeki komşularıyla, Firavunla alaka celbeden misaller görülebilir (Davis, 2008, s.6). Bugün zekânın tanımlarından biri de, dizi şeklindeki eylemler için söylenen nitelikli belirleyici şeklinde isimlendirilmektedir. Bu vaziyet ise, eylemlere anlam verme ile idrake destek teşkil eder (Aiken, 1985; akt. Mumcuoğlu, s.5).

Hicks'e göre ise, insanlara olaylar hakkında akıl örgüsü kurup yürütme kabiliyetini zekâ vermektedir. Neden-sonuç ilişkisini insanlar bunun yardımıyla tespit edebilmekte, kendi bilgileriyle harmanlayıp genellemelere ulaşabilmektedir. İnsan zekâsını çok farklı alanlarda kullanırken, mekân, yeni iklim ve çevresel şartlara adapte olabilmekte yararlanmaktadır. Bunlar gibi sebeplerden ötürü zekânın bir diğer tanımı da "İnsanların çevresel koşullara uyumlanabilmesini temin eden vasıta"dır" (Titrek, 2010, s.8).

Zekâyı incelerken şunu görüyoruz ki, zekâ kavramı insan beynine has bilgileri öğrenebilme, öğrenmiş olduğu bütün bilgileri de zihninde rapt ederek önceden öğrenmiş olduklarıyla irtibatlandırma, ayrıca yeniden yorumlayıp, zihinde barındırıp gerektiğinde tekrar döndürme, uyarma, fikir yürütebilme, sezebilme, algılayabilme şeklindeki potansiyelleri kapsar (Avcı, 2017, s.31). Her biri diğerinden başka sahalara dağılmış zihnin kuvvet hacmini, bu hacmi muntazam, üretken şeklinde kullanabilmesiyle sürecin muvazenesi biçiminde beliren sinerji olarak zekâyı tanımlayabiliriz (Atabek, 2000, s.21).

Bilinen sıradan çevreyle ilgili ilişkiyi tercih etme, biçimlendirip, adaptasyon için lüzumlu, zihinden neşet eden hünerlerdir (Erkuş,1999; akt. Mumcuoğlu, 2002, s.5). Bununla birlikte hünerlerin hangilerinin umumi zekâyla ilgili bileşendir hususunda

düşünce farklılıkları mevcuttur. Ortamdan ortama da zekâ hareketleri değişiklik arz eder. Herhangi bir kültürdeki hareketin biri zekice hareket diye isimlendirilirken, diğer kültürde ise böyle değerlendirilmeyebilir (Mumcuoğlu, 2002, s.5).

Zekânın değişik bir açıklaması da şöyledir: Zekâ pek çok değişik modülün faaliyetlerinden toplanarak beraberce oluşturdukları mekanizmanın organizasyonundan üreyen olgu şeklinde ifade edilmektedir (Damasio, 1999; akt. Çakar ve Arbak, 2004, s.26).

Piaget'e göre zekâ, etrafa adaptasyon sağlama kabiliyeti ve başa çıkma, uyum gösterme şeklinde anlaşılmalıdır. Bu yargıya da, insanların etraflarına uyum sağladıklarında başa çıkma yetisine de sahip olduklarından varmıştır. Bunun ışığında insanların içinde bulundukları ortama, duruma ne kadar süratli uyum gösterirlerse, o kadar zeki oldukları yargısına varılabilir (Mumcuoğlu, 2002, s.10). Piaget tanımında, insanları tümü birbirinden ayrı hale getiren mühim zihin faaliyetini oluşturan zekâ kavramının yapı taşı olan ana hususiyetlerini birkaç ana başlıkta birleştirmektedir (Titrek, 2013, s.41): 1-Organizma adı verilen canlı sistematüğün çevresindeki ortama uyumun hususi durumuna zekâ denmektedir. Söz konusu adaptasyon hali insanların dış ortamlarla iletişimini temin etmektedir. 2-Zekânın muvazeneyi sağlayan belirleyiciliğı de mevcuttur. Dış ortamlarla zihindeki oluşumlarda devamlı suretle tazelenen muvazene mevcuttur. 3-Zihindeki işlem için, işleyiş matematiğı de sistematüğü de zekâdır. Bilgiye ulaşmak eylemle meydana gelmektedir.

Zihinde olduğı kabul edilen kapasite, yaratma kaynağı olarak algılanan zekâdır. Bu yöndeki tarif, insanların şahsiyetinin bazı kısımlarını izahta destekleyici içerik şeklinde onaylanmaktadır. Zekâ, aynı zamanda “düşüncelerini yepyeni çabaya yönlendirme hususunda umumi kabiliyet, hayatın getirdiğı mesuliyetle arzulara beyinsel intibaktır” şeklinde de netlik getirilmektedir (Konrad ve Hendl, 2001, s.41).

Geniş perspektiften zekâ, öğrenme tarifine evvelden yüzleşilmemiş olaylarla mücadele kabiliyeti şeklinde tarif edilir. Zekâyâ baktığımızda basit olan bilgileri anlamak suretiyle, onları yepyeni hadiselerde işleyebilme kabiliyeti tarzında tanımlanmaktadır (Lam ve Kirby, 2002; akt. Gürbüz ve Yüksel, 2008, s.176). Günümüzde zekâ artık umumiyetle çok boyutlu şekilde algılanmaktadır. Nerdeyse son zamanlara dek, bir yönlü aritmetik ve astronomik kabiliyetlerle tanımlanıp, ölçüldüğünü görmekteyiz.

Zekânın kavramı dahilinde, iletişimin yeteneği insanlarla münasebetleri idrak etme, özbilinçle inanma, sevmek ve bunlar gibi pek fazla ibre üzerinde düşünülmektedir (Özdemir Yaylacı, 2006, s.21).

Planlama, harfleri kullanma, maddelerin sistematikliği, konsantrasyon, anlamlandırma, hakikat çerçevesinde biçimlendirme zekâyla alakalıdır. İnsanların hafızası, özel malumat bankası, sözlük kapasitesi, gördüğü manzaraların beyindeki mekanizasyonudur (Stein ve Book, 2003, s.32). Zekâ inkişaf ettirici, ivme katıcı yönleri içeren, öğrenmeyi sağlayan yetenektir. Bilhassa, önceki hayat evrelerimizde kazandığımız bilgiler zihinsel yeteneklerin inkişafı bakımından mühimdir, belirleyicidir. Şöyleki; onlar daha sonradan meydana gelebilecek şuursal terakkinin tabanını meydana getirmektedir. Özet olarak zekâ, yalnız öğrenme fiili için ana belirleyici değildir. Öğrenmeyi izleyen zaman zarfının nihai ürünüdür (Konrad ve Hendl, 2001, s.56).

Bilimle meşgul olan insanların bazı hareket tiplerini izahta seçtikleri içeriksel oluşum ya da kuvvet, zekâdır (Eripek, 2005; akt. Titrek, 2013, s.5). Üzerinde hemfikir olma noktasında sıkıntı yaşayan psikologların konulardan biri de zekâdır. Zekâyı ölçmek için hangi test kullanmışsa ölçülen olgunun adı zekâdır. Özetle zekâ alanındaki algılar birbirinden çok fazla değişiklik barındırmaktadır (Mumcuoğlu, 2002, s.5).

Zekânın, mantık yürütme, insan dimağında oluşan fikirleri mütalaa etme, benzerlikleri tanıma, rakamlarla matematiksel işlemler yapabilme, varsayımlar geliştirme, farklı olgularla kavramları özümseme istikametleri şeklinde tahayyül edilmiştir (Davis, 2008, s.4). Zekâ düşünen insanların analitik, kültürel, rasyonel, ussal kabiliyetlerinin bütünüdür. Uzaysal, dilsel, matematiksel kabiliyet ve potansiyelini içerir. Öğrendiğimiz farklı malumatları ne süratle öğrendiğimizi, egzersizlere, ödevlere hangi ölçekte dikkat ettiğimizi, yansız bilgileri hafızamızda hangi süreyle ne miktarda beklettiğimizi, rakamları beceriyle işleme katıp katmadığımızı, mücerret düşünme tarzı ile birlikte çözümlemeli soruları halletme kabiliyetini tartmaktadır (Stein ve Book, 2003, s.27).

2.3 DUYGUSAL ZEKÂ

İngilizcede “Emotional Intelligence- EI” yahut “Emotional Quotient-EQ” biçiminde tanımlanan, Türkçeye “Duygusal Zekâ-DZ” biçiminde geçmiş, yer etmiştir (Doğan ve Şahin, 2007, s.233). Sözlük anlamına gelince bu kavram, zekâ, sevinme, kederlenme, korku, nefret etme, üzüntü yada ilişkili vaziyet, zihinsel bilişle, gönülle alakalı sistemlerin farklılığını anlama hususunda tecrübeliliktir (Özdemir Yaylacı, 2006, s.44). Bir diğer tanıma göre, insanların kendileriyle çevresinde bulunanların duygularını idrak etmekle, onların üzerindeki denetleme becerisidir. Çalışılan alanı, şartlarını, doğru kavrayabilme, hayatı, hisleri tesirli olarak yönetebilmekle, fikredebilme kabiliyeti diye isimlendirilen kavram duygusal zekâdır (Gülbüz ve Yüksel, 2008, s.176).

Yirminci yüzyılda isimlendirilmeye başlanan duygusal zekâ kavramı üzerinde araştırmalar sürmektedir. Düşünürlerden Aristoteles, “Duygular neşesiz zamanlarda algılarımız ve varsayımlarımızla meydana gelmiş durumlardır. İstek ve arzu yaratmalarına rağmen bağımsızlığa sahip olmadıkları için bilinçle müşterek hareket ederler” şeklinde söz eder. İnsanların diğer insanlarla irtibatı, aniden meydana gelen oluşumlara çabuk intibak ederek, hal çareler bulup, başarmak, sosyal talepler karşısında ayakta kalma muaffakiyeti tarzında da isimlendirilebilir. Duygusal zekâ kavramını incelerken duyguları özümsemekle baskılamaktan ziyade onları daha da fazla başarı odaklı ve tesirli şekilde destekleyen bir enstrüman şeklinde farzetmek isabetli olacaktır (Barut, 2015, s.17).

Söz konusu olgunun gelişim öyküsüne bakıldığında Platon; “Tüm öğrenme süreci aslında duygusal bir temele dayanır” sözüyle iki bin yıl öteye isnadı olasıdır. Söz konusu zamanlardan bugüne konu ile alakalı olarak eğitimciler, felsefeciler, duygu kavramının yaşamın bütün katmanlarındaki tesirlerinin kanıtlarını göstermek üzere çalışmalarını sürdürmektedirler (Özdemir Yaylacı, 2006, s.44).

Bu mühim kavramının gelişme göstermesi, bireylerin başarılarını ölçmekte kullanılan testlerden (üniversite giriş sınavı ve IQ sınavları gibi) başarı sağlayanların reel dünyada başarısızlık sergilemelerinin tespitiyle ortaya çıkmıştır (Cumming, 2005; akt. Gülbüz ve Yüksel, 2008, s.176).

Bu kavram, aynı Einstein'ın varoluşa bakışının tamamlayıcı bir kısmıdır. Dits de, "Einstein, öncelikle görsel görüntüler ve duygulara dayanarak düşünmektedir. Bunu, ancak yaratıcı düşünme süreci tamamlandıktan sonra düşüncelerinin sözlü ve matematiksel ifadesi takip ederdi" der. Nihayetinde duygu denen olgular, numuneler, nişanlar, görseller ve başka unsurlarla bilimsel temelli cesur adımlara yardımda bulunur (Cooper ve Sawaf, 2000, s.335).

Duygusal zekâyı Bar-On (1995) "İnsanın baskı ve isteklerle baş edebilmesinde ona başarı kazandırma yeteneğini etkileyen bilişsel olmayan yetenekler, beceriler ve yetkinlikler sıralamasıdır" diyerek açıklama getirmiştir (Özdemir Yaylacı, 2006, s.46). Duygusal zekâyı Bar-On incelerken beş üniteye ayırıp incelemektedir. Birincisi olan içsel dünya sahası, insanların önce kendisine ait bilgilerini bilmesiyle otokontrol hünerini yansıtır. Özsaygı, dışa aktarım, farkındalık, kendini gerçekleştirme, müstakillik faktörleri üstünde dikkat kesilir. Diğerleri ise, dıştaki dünya sahasıdır. Empatiyle toplumsal odaklı mesuliyetli ilişkiler ve sorumluluktur. İrtibat kurup, geliştirme yetisi, karşıdan anlaşılabilme düşüncesini işaret eder. Üçüncü basamak ise uyumlama alanıdır. Hangi ölçüde esneklikle gerçekçi kalılabileceği ile alakalıdır. Sorunları bitirme hünerini yansıtır. Dördüncü adım ise, stres kayanıklı olguları yenebilme alanıdır. Stresin tesirlerini minimuma çekme ve stresi yönlendirebilmesiyle alakalıdır. Beşinci basamak umumi psikolojik durumdur. Mutluluk ve iyimserlik konuları ile ilişkilidir (Stein ve Book, 2003, s.37).

Gardner (1986) ifadesinde ise, duygusal zekâ kavramının ana kaynağında, karşısındakinin ruhsal seyrini, arzularını, karakterini, güdülerini idrak edip münasip karşılıklarla cevaplama kabiliyetini içerdiğini, özşuurun ise kilidin açıcısı hükmündeki "kendi duygularına erişebilme, duyguları ayırt edip davranışını yönlendirmeyi kapsar" şeklindedir (Goleman, 1998, s.57).

İnsanların duygularını bilgece tarzda, çevresine fayda sunacak şekilde yararlanabilme kabiliyeti zekânın duygusal boyutudur. Duygusal zekâyı ilgili kavram, türlü türlü pek çok kabiliyetleri ihtiva eder. Duyguların ifadesi, öz bilinç, karşısındakinin duygularını algılayabilmek, kendini harekete geçirebilmek ve sosyal kabiliyetleri özümseyebilmek bu kabiliyetler dahilindedir (Yeşilyaprak, 2001, s.139).

İnsanların kendileriyle, çevresinde bulunanlara has duyguları muntazam tarzda anlayıp, müzakere etmesiyle açıklaması bu duyguların içerisinden kazandığı verileri, fikir düzeyinde davranışlarında, eylemlerinde yararlanmasıyla alakalı hünerler şeklinde ifade edilen duygusal zekâ olgusu, insanlar arası komplike münasebetlerde başarılı neticeye varması ve çözüm aşamasına ulaşmamış sorunlarına pencere aralamada mühim becerilerine vurgu yapmaktadır (Acar, 2002, s.65).

Duygusal zekâ kavramı, insanların kendilerine ait olanla diğer insanların duygularını inceleme, yordama kabiliyetini, katagorize edebilmeyi, ilgili fikirlerle hal ve hareketlere kılavuzluk edebilmeyi kapsamaktadır (Çakar ve Arbak, 2004, s.25). Duygusal zekâ, insanların en yakınlarındakilerle aralarında faaliyetler oluşturmada duygulardan bir kılavuz şeklinde istifadelenme kabiliyetidir (Ergin ve diğerleri, 2013, s.76).

Duygusal zekânın kapsama alanına giren bir diğer husus da, duygulara komuta edilmesini kapsadığı gibi insanın kendisinin ve etrafındakilerin duygularını değerlendirmesini de içermektedir. Diğer bir ifadeyle, kontrolü ve denetlemesi gerekiyor ise, varolduğu duygusal vaziyeti dönüştürmenin ortaya çıkardığı olgudur (Mayer ve Gaschke, 1998; akt. Mumcuoğlu, 2002, s.26).

İnsanın hayat becerilerini fazlalaştıran ve sosyal münasebetlerine olumlu yönde tesir eden bir beceridir. Kararlılık, hoşgörü, azim, anlayış gibi farklı özellikleri içinde barındırır (Koçyiğit, 2016, s.5). Duygusal zekâ iç dürtüleri kontrol altına alarak tatmin duygusunu erteleyebilme, her türlü engele rağmen yoluna devam edebilme, kendini harekete geçirebilme, karşısındakinin konumuna kendisini yerleştirebilme şeklinde pek çok vaziyeti kendinde barındıran mühim olgudur. Duygunun davranışlara pusula olma haliyle, bu kılavuzluk neticesinde oluşan veriler bağlamında fikir üretmeye yönelik planlanmış formda duyguların istikamet bulması şeklinde de duygusal zekâyı tanımlamak mümkündür (Tuna, 2008, s.20-22).

Güven duymak, meraklanmak, münasebet geliştirmek, gaye oluşturmak, öz denetim, işbirliği, haberleşme, irtibat kabiliyeti, duygu-zekâ ile ilgili yedi anahtar ögedir. Bunlar; hisleri öğrenip, adlandıracak sözcük yaratmayı ifade edecek özşuuru, fikirleri, duyguları, verilen reaksiyonlara ait irtibatları hissedebilmeyi, ulaşılan bir yargıya düşünülenlerin mi, duyguların mı etkili olduğunu bilebilmeyi, değişik türde tercihlerin

neticesini önceden tahmin edebilmeyi, tüm bu gibi içsel görüleri alınacak nihai hükümlerde pratiğe geçirmeyi kapsamaktadır (Goleman, 1998, s.245-334).

Duygusal zekâ kavramının doğuş nedeni, muhayyilenin eksilmesi dışında insanın yüreğinin faaliyetidir (Cooper ve Sawaf, 2000, s.11). İnsanların kendileri ile etrafındakilere ait duyguları idrak edip, kritize etmenin yanında, o duyguları ilgilendiren verileri ve bunların yarattığı enerjiyi gündelik yaşamımıza, çalışma ortamımızın her alanına tesirlice aksettirerek münasip karşılıklar vermesidir. Şayet insanlar iş yaşantılarında, eğitim hayatlarında, hususi alanlarında tesirli neticelere varmak için, duygularını arzu ettikleri biçimde mantık çerçevesinde işleterek beklediği neticeye erişiyorsa “duygusal zeki” diye isimlendirilir (Yeşilyaprak, 2001, s.140).

Zekânın ünitelerinden olan duygusal zekâ alanı inkişaf etmiş insanlar, arzu ettiklerini gerçekleştirebilme ümidi yaratarak duygularını denetleyebilme kısmını işlevsel haline getirerek korku ve kaygı türü olumsuz duygulara meydan okuyup, üst standartlarda, kaliteli segmentte yaşam idame ettirebilirler (Dutoğlu ve Tuncel, 2008, s.15). İnsanların var olan potansiyellerini saptama becerisine de duygusal zekâ denmektedir. Anlamlı ve dolu bir hayat idame ettirmek tarzında belirginleşir. Var olan potansiyelleri aktive ederek neşeli, manalı aktivasyonlarla yaşam süresince enerjilikle keyif alma duygusunu yüceltir. Devamlılık halindeki aksiyoner zaman diliminde, hünerlerin aktivasyonu ile çoğaltılması anlamındadır. Olgulara karşı hissedilen alaka söz konusu duygulara ivme kazandırmaktadır (Stein ve Book, 2003, s.122).

İrade gücünü çoğaltma, duyarlılık kazanma, dürtülerin idaresi, otokontrol mekanizmasını elde etme, empati ekseninde karşısındakini dinleyebilme, grupça faaliyet idame ettirebilme, sorunları bertaraf edebilme, sevecen, hürmetli olmayı bilebilme, hatalarını ikrar edebilme hünerine duygusal zekâ denmektedir (Atabek, 2000, s.21). Kabiliyetlerini pratikte uygulayabilmek, hayattaki duygu yoğunluğunu dengeli idare edip kanalize edebilme, denetimini temin edebilme, haberleşme ve etkileşimi koordineli el birliği icap ettiren eylemleri tesirli şekilde gerçekleştirmenin de ilk koşuludur (Akar Kayserili ve Gündoğdu, 2010, s.188). Bu kavram dahilinde insanın kendine has düşünceyle duygularının ayırdına varma, özbenliğine hürmet, duygu kardeşliği becerisi, kendisini aktivasyona geçirme dinamiği, benzeri yetenekleri içeren hayati kavramdır (Koçyiğit, 2016, s.6).

Kişilik platformunda ele alınan bir hususiyet de duygusal zekâdır. Tipik hareket şekillerini bireysel açıklama envanteri ölçüp, neticelendirir. Duyguların karşıya aktarımı, doğru bilinmesi, etki oluşturma şeklinde düşünce ufkunu açması, yardımcı olması için meydana getirdiği biliş alanındaki ve duygu muhtevalı kabiliyetler nezninde değerlendirilir (Deniz ve diğerleri, 2013, s.410).

Biliş tandanslı hususiyetleri ile bunlara ait türevlerini tesir altına alan bir niteliktir (Yang ve Mossholder, 2004; akt. Yılmaz ve Altınok, 2010, s.289). Akıl kapasitesinin tamamına endeksli çalışmak için duygusal zekâya sahip olmalıdır. Şartların normaliyeti baz alındığında limbik sistem ile neokorteks amigdala ile prefrontal loblar, her birinin diğer ötekini bütünlemesi, zihnin zaman diliminde diğerine refakatini anlatmaktadır. Buradaki çiftler uyumlu bir reaksiyonda oldukları sürece duygusal zekâlar bilgiyle donanımlı kabiliyetle beraber yükselme fazına ulaşmaktadır (Goleman, 1998, s.45).

Duygusal zekâ kavramı, insanların önce kendilerinin sonra yakınlarındakilerin duygularını muntazam ve doğru özümseyip, muhakeme edip aktarması, duyguların ilişkisinde ayırım gözeterek fikir üretme aralıklarında ve de eylemlerinde uygulamasıyla alakalı yüksek kabiliyetleri tanımlamaktadır. Bireyin hususi ve mesleki yaşantısındaki muaffakiyetlerini saptamada gelenek bazlı olarak ölçülen (Intelligence Quotient) IQ kadar önemlidir (Cacippo ve Gardner, 1999; akt. Acar, 2002, s.54).

IQ'nun tersine yaşam boyunca duygusal zekâ iyileşir. Umulmadık buluşlara talihin yaver gitmesi gibi duygular alanımızdaki kıyafetliliğimizi artırma fırsatı verir. Yaşam serüvenindeki akışta ruhsal vaziyetimizin şuuruna ermeyi, kasvetli hislerle savaşmayı empatiyle dinlemeyi başardıkça zekânın duygusal boyutu yükselme grafiği çizmektedir (Goleman, 2000, s.300).

IQ'ya baktığımızda duygusal zekâ olgusunun ona seçenek olmadığını, bilakis onu fazlalaştıran ek olduğu görülür. İnsanların her alandaki pek çok hususlarda tam motivasyonla çalışabilmesi için, her iki zekâ türüne de ihtiyacı vardır. Bilişsel ve duygusal zekâlar birbirine muhtaç iki kanat gibidirler. Her konuda hem kendisini, hem de çevresindekileri şevklendirmek için lüzumlu olan serinkanlılık, gayret, sağduyu ve yetenek öğeleri duygusal zekâda yüksek kalibrenin rafinerizasyonudur (Konrad ve Hendl, 2001, s.13). Geçmiş yakın senelerde pek çok kurum ve kuruluşlarda

onaylanmakta, alaka ile izlenmektedir. İnsanların işe girmesine bilişsel zekâ (IQ) kapı aralarken, iş yerinde kalıcı olup irtifa kaydetmesi ise zekâsının duygusal boyutunun katkısı ile gerçekleşmektedir (Sü Eröz, 2001, s.38).

Genetik olarak belirlenemeyen şey, duygusal zekâdır. IQ 13-19 yaş aralığının nihayetinde artık gelişim dönüşüm göstermezken, zekânın duygusal boyutunun öğrenebilme ihtimali yüksektir. İnsan ömrünü devam ettirip tecrübelerinden istifade ederek, öğrendikçe tekamül sürer. Kendilerine özgü duygularıyla, dürtülerle başarılı şekilde motivasyon kazanmakta, empati birikimleriyle sosyallik mahremiyetlerini öğrenmekte, bilgeleştikçe duygusal zekâları gün geçtikçe perçinlenmektedir (Goleman, 2000, s.14).

Bir zihin türü olarak duygusal zekâ şöyle açıklanabilir: İnsanın kendini tanımasında, gagesine erişmesinde, duygularının bilincine varmasında, yaşamdan keyif elde etmesinde, kendi motivasyonunda olumlu ve yaratıcı tarzda fikretmesinde, empati kurmasında, bilinçli ve sağlıklı karar vermesinde, diğer insanlarla olan münasebetlerini yönetmesinde, sorunların çare üretiminde olumlu istikamette değerlendirilmesinde faydalanılacak bir zihinsel olgu çeşididir (Avcı, 2017, s.197).

Kavramsal açıdan, kişinin en önce kendi duygularını düzgün olarak anlaması ve düzgün yönlendirebilmelerini beceren, aynı zamanda başkalarının da duygularını düzgün anlama, düzgün duygudaşlık kurma, motivasyonu artırma fırsatına yön tutan bir kavramdır (Yıldız, 2016, s.455).

Kendisiyle, çevresindekileri anlayıp, aktive edebilmek, üzücü hayatlar önünde soğuk kanlı olabilmek, belirlenen hedefe erişebilmek için direnç, azim, kararlılık tezahürü için lüzumlu olan yetinin adıdır (Koçyiğit, 2016, s.219). İnsanların kendileriyle, etraflarıyla, irtibat halinde olanların hisleriyle düşüncelerini algılama, karşılıklı münasebetlerde empati kurabilme, onun gözünden durum değerlendirmesi yapabilme, kaygıları izale edebilme, duyguları şekillendirebilme, belirlenen gayeye ulaşmakta duygularından tam kapasitede yarar sağlayabilme kabiliyet ve kufyetliliğidir (Titrek, 2013, s.82).

Zekâsının duygusal boyutu gelişmiş olanlar, sinirli, ürkek, rahatsızlık veren duygular algılandığında bunların devinime nasıl tesir ettiğini, etrafındakilerin hareketlerinden ne ölçüde tesir altında kaldığını anlar. Neticede hissettiklerini ve hareketliliği

algılamak, tedirginlik oluşturan davranışları denetlemeyi işlevselleştiren enerjiyi oluşturur (Stein ve Book, 2003, s.75).

İnsanların şahıslarına ait duyguları bilmeleri, etrafındaki insanların duyguları için kıymet belirlemeleri, empati yapmaları, hislerine özel ipuçlarını sezerek, edindiği duyguları eylemleştirerek, organize etme becerisi şeklinde duygusal tarifi oluşturabiliriz (Gürbüz ve Yüksel, 2008, s.186). Sonradan öğrenilebilir olan duygusal zekâ, ruhsal ve toplumsal kabiliyetlerden müteşekkildir (Barut, 2015, s.10). Toplumdaki insanların sıhhatli, olumlu, verimli, yapıcı bir yaşam idame ettirebilmede birçok yeteneklerin, hünerlerin yanısıra duygusal zekâ denen olguya malik olması lüzumludur (Dutoğlu ve Tuncel, 2008, s.17).

İncelenen ve duygusal zekâ olarak tanımlanan bu kavram aynı zamanda maddi kabiliyettir. İşlenmemiş zekâ ve bütün yetenekleri yerli yerinde kullanabileceğinin belirleyicisidir. Böylesi kabiliyet maliki kendi hislerini bilen, yöneten, empatisi gelişmiş olup tesirli hal çareleri bulabilen şahıslar, hayatın bütün sahalarında politik ve duygusal münasebetlerde zafere götürecek şartları algılama hünerinde şanslıdırlar (Goleman, 1998, s.53). Bu tür zekâ hepimizin içinde taşıdığı içsel bir ışıktır. Bu ışığın farkında olmak ve parlaması için çaba göstermek bazı insanlara mahsustur. Bazı insanlar da bu ayrıntıyı gözardı eder. Parasal hayat stili, statü için çabalar söz konusu kategoridekiler menzile erişmek yolunda fazla çabalayıp, başarı gösterirlerse de neticede hayretle bu olguların saadet, huzur sağlamadığını görürler (Stein ve Book, 2003, s.80).

Başka bir ifadeyle de, duyguların vasıtasıyla düşüncelerin mantıksallık içermesi şeklinde açıklanabilir. Duygusal zekâ aynı zamanda yaşamın bilincine erme, algılama, kuvvetin ve duyguların parlak hafızasına müracaat yeteneği, hayat motivasyonu, bilgilendirme, haberleşme, varetmecilik,, sürur, emniyet ve eylem merkezidir (Özdemir Yayıncı, 2006, s.48).

Duygu silsilesinin mantıksal çerçevede pratiğe dökülüp, uygulanabilmesi duygusal zekâdır. Eylemlerimizi, davranışlarımızı istikametlendirmek gerekince, hislerimizden yararlanıp, istifade edip, takdirlik neticeler sağlamaya gayret sarf etmektir. Birey, kendinin, başka insanların hislerini doğru algılayıp tanzim ederse, hissel kabiliyetlerini uygulamıştır (Öztürk, 2006, s.2-9).

Duygular hayatla alakalı pek çok bilginin membaıdır. Hisleri dengeleyen mekanik sistem duygusal zekâdır. Bireyin şahsına özel duygularının, çevresindekilerin hissettiklerinin bilincine ermesidir. Bu farkındalığın adıdır. Duygular denen olgunun odağındaki mesajların problem giderme hüneri bireye kuvvet pompalamakta, eyleme yöneltmekte, ivme katmaktadır. Hepsinin nihayetinde hissedilenler, davranışlara tesir ettiğinin şuurunda olup, hisleri doğru ve sıhhatli münasebetler geliştirmeye kanalize etme kabiliyettir. İnsan olumlu ya da olumsuz davranışları bitişiğindeki ayrımın şuurundayken, şahsıyla çevresindeki insanlarla oluşturacağı irtibatta aktarımlarını olumlu rotada tanzim ederek ilişki halinde olması duygusal zekânın alametidir (Avcı, 2017, s.198).

Biliş tesir, duygu durumlarının bileşimi duygusal zekâdır. Hayatımızdaki sorunları halletmede tesirli ve kabiliyetli hayat sürme istikametinde duyguları kullanma becerisi duygusal zekâdır. Uygun duyguyu gerekli zaman diliminde ve ölçüde hayata geçirebilmek duygusal zekâdır (Sü Eröz, 2011, s.43). Hislerini, karakterini idare edip denetleme, hürriyet, adaptasyon, karşısındakinin yerine kendini koyabilme, onaylanma, bireyler arası sorunlara hal çaresi tasarlayabilme, azim, kararlılık üzere hareket edebilme, nezaket, sıcakkanlılık, hürmet tarzı hususiyetleri tasvirde duygusal zekâ kullanılmaktadır (Shapiro, 2000; akt. Yılmaz, 2004, s.134).

İnsanın meslek hayatına direkt tesirli oluşum, duygusal zekâdır. Önemli olan bütün kabiliyetlere (hayatın akışının kontrolü, empati, yargıya ulaşma, değişim toleransı, grup etkinliği, sunum, iletişim, tazyike direnç, öfke yönetimi, sosyallik, güven, esneklik, müşteri hizmeti ve mesuliyet) kapı açarlar (Bradberry ve Greaves, 2017; akt. Avcı, 2017, s.82).

Duygu zekânın kapsamında öz denetim, direnç, ısrarcılık, kararlılık, kendi aktive etmek vardır. Tüm bu kabiliyetler öğrenilebilirliğinden, kalıtımsal çekilişte kazanılan bilgece enerjiyi verimli uygulayabilmede fırsat elde etmektir (Atabek, 2000, s.14). Duyguların zekâsı, duyguları idare ve yönlendirmede onlardan kazanılan deneyimlerle duyguların kuvvetinden istifade etme becerisiyle hüneridir. Bireylerin bir numaralı güç, dinamizm hazinesiyle çevresine tesir vasıtasıdır (Casper, 2003; akt. Yılmaz, 2004, s.135).

Yaşamda insanların duygularına hakimiyetini ve hangi ölçüde üretken olduklarını belirleyen değişken nedeni duygusal zekâlarıdır. Duyguların enerjisini aktive edebilmesini öğrenen duygusal zekâ düzeyi yüksek olanlar, kariyerle hususi hayatlarını basitleştirirler. Etrafındakilerin, şahsının duyumsadıklarının bilincine vardıklarından, gündelik hayattaki çözümsüzlüklerin mücadelesi kapasitelerini genişletmektedir (Konrad ve Hendl, 2001, s.15).

Aynı zamanda sosyal çevresine geniş bakış perspektifiyle bakabilmesi, politik durumları çözümleyebilmesi hadisesidir. Karşısındakilerin emellerini, gereksinimlerini, zayıf, güçlü yönlerini keşfedebilmekten, kaygıdan irak olmayı temin eden hislerden müteşekkildir (Stein ve Book, 2003, s.28). Engellere karşı ilerleme, kendini harekete geçirebilme, içten gelen güdülerini denetleyebilme, doyumunu tehir edebilme, psikolojik vaziyeti tanzim edebilme, üzüntülerin düşün alanına etki etmesine izin vermeme, empatiyle karşısındakinin tarafından bakabilme, ümitlenme özelliklerinin mühim grubudur (Goleman, 1998, s.50).

Duyguların zekâsı, soyut fikirlerle ayrıştırıp, inceleme yerine değerlendirmeye ilintili hisler, sertlikten ziyade irtibat, direnç yerine samimiyet, rutin yerine kökten ayrıştırma, sıgıktan ziyade kaynağına gitme şekliyle bireysel olarak bilmeyi başardığı ve de başkalarını bilgilendirdiği nitelikleri sergilemektedir (Cooper ve Sawaf, 2000, s.27). Duyguların zekâsının ehemmiyeti, karakter, farkındalık, ahlak dürtüleriyle ilişkiye yasanır. Hayattaki ahlaki davranışlar kaynağında duygularla ilintili güdülerin neticesidir (Atabek, 2000, s.15).

Duygusal temelli zekâ, yaratılış kadar eskidir. Kainatta hayatiyetin başlangıcından itibaren insanlarla beraber büyüyen olgu olarak başlamıştır. İptidai dönemlerden beri herhangi bir olayla mücadele süresinde başarıya ermek, bulunan yere intibak etmek yaşamsallığını sürdürmenin birincil mühim ihtiyacıdır (Stein ve Book, 2003, s.29).

Biyolojik oluşumumuzun yapı taşları benzeri olan duygusal zekâ, dört tane ana yapıdan oluşur (Weisinger, 1998, s.13): 1-Duygu, bütünü muntazam olarak idrak ve yordama, tarifleme hüneri, 2-Özünü ya da başkasını anlamana vesile teşkil edecekse, işitildiği ve istendiğinde duygulara erişme, çoğalma kabiliyeti, 3-Hislerle duyguların çeşitliliğinden meydana gelmiş olan bilgilendirme dizisini idrak etme, 4-Duygu bazlı

kültürel bilgece tekamüle karşı kuvvet oluşturarak duygu çeşitlerini art arda dizme becerisi.

İnsanların dıştan gelen tesir ve tazyiklere pozitif karşılıklar göstermesini temin eden bilişle alakalı sayılmayan kabiliyetler tamamıdır. Entelektüel ve de duygusal inkişaf da lüzum edecek düşüncelerin arkasında durma, hisleri ifade ettikleri kavramları idrak edebilme ve de izleme hüneridir. Hayatın karmaşıklığında hususi yol ve tarzını tesirlice uygulayabilme kabiliyeti duygusal zekâdır (Stein ve Book, 2003, s.28).

Zekânın duygusal alanla bağıntısı, insanların kendileriyle etrafındakilerin duygularını anımsama, harekete geçirme, özlerindeki ve münasebetlerindeki hisleri doğru idare etme becerisine atıf oluşturmaktadır. Zekânın akademik boyutu ile ölçülebilen sadece bilimsellik ile ilgili yetilerinden farklı gösteren ama onu tarif eden kabiliyetleri ifade eder. Zekânın entelektüel boyutu ise, neokorteksin tepe bölgesindeki kısımların faaliyetlerine istinat eder. Duyguların kontrol noktaları insan beyninin alt taraflarında kortekste işlevini sürdürür. Duygusal zekâ alanları, entelektüel odaklarla uyumlu işlev yapan söz konusu duygu üssüyle irtibat halindedir (Goleman, 2000, s.393).

İnsan değerlendirildiğine, kapasitesinin ve varmayı planladığı noktaların ardından gitmeye yönelten, içsel noktaları dinamize eden, aynı zamanda onları fikirlerinde olanlardan deneyimlediği olguya çeviren kabiliyetler, duygusal zekâdır (Cooper ve Sawaf, 2000, s.11). Duygusal zekâ düzeyi yüksek, özsel duygularıyla bunlara ait etkilerini öğrenmiş insanlar hissettikleri duygularıyla bunların sebeplerinin farkındadırlar. Fikrettikleri ve ifade ettikleriyle, duyguları arasındaki bağıntının şuurundadırlar. Duyguların enerji kapasitelerini ne şekilde etkilediğini bilirler. Kıymetleri ve istikametleriyle alakalı rehberlik şuuruna haizdirler (Goleman, 2000, s.71).

Duyguları kapsayan zekânın insanlar için pek çok faydası mevcuttur. Duygusal zekâsı gelişmiş olan insan, bir işi yapabilme inancı ortaya koyar. İnsan duygularını kontrol yeteneğini dışa vurarak stres, korku, endişe, kaygı yaşadığı negatif duyguları minimuma indirerek iyi bir hayat kalitesine erişebilir (Baltaş, 2006; akt. Yıldız, 2016, s.453).

İnsan içerikli, nüve duygular, iç güdü kapsamındaki dürtüler ve tercih edilenlerin müşterek ortak alanıdır. Duyguların sahip olduğu kuvveti ve özümseyişini, insanların

hacmini, bildiklerini ve tesir odağı şeklinde hissettiklerini, idrak etme, tatbik etme kabiliyetidir (Cooper ve Sawaf, 2000, s.377). Duygusal zekâ olarak adlandırılan olgunun ölçülenmesindeki kriter şahsi doygunluk, umumi tatminlik, yaşamdan haz ve keyif alabilme hallerinin kesişmesidir. Bu tür nitelikler insanlarda kifayetsiz olduğunda depresif haller, sürekli hüznün hali, istikbal endişesi, sosyolojik sinme hali, kendini suçlama, hayattan zevk almada güçlük, kendi hayatını sonlandırma, canına kıyma şeklinde hareketler gözlemlenmektedir (Stein ve Book, 2003, s.239).

Duygusal zekânın gerekliliği toplumdakilerin gelişmişliğini, kalkınmışlığını, düşünmeden yoğunlaşmayı, sosyal alanda, cemiyet içinde yakın ilişkiler kurmayı, bulunduğu ortam ve yerin standardını yükseltmeyi hedefleyen mükellefiyeti kapsamaktadır. Kendini merkeze alan, iş dünyasıyla ilgili aynı zamanda da maddeci zihinsel zekâyâ göre yaşamı bütün nüanslarıyla değerlendirmeye alıp, geniş perspektife malik olduğunu net olarak yansıtır (Stein ve Book, 2003, s.156).

Duygularımızın süratini, algı şeklini, yapısal enerji bağıntısı, bilgi ve tesir odağı şeklinde anlama, hissetme, gerekli ve yeterli düzenleyişle uygulama hüneridir (Cooper ve Sawaf, 2000, s.12). Kendisinin kalıtsal alt yapısında var olan zihinsel zekânın tersine duygusal zekâ olgusu, eğitimsel, deneyimsel duyguların empatisiyle süreç içinde inkişaf etmektedir. İnsanlar kendilerine has olan kapasitelerinin hacminin farkındalığına erişmeleri, cılız ve kuvvetli taraflarını idrak etmeleri, mesuliyet şuurunun belirginliği, duyguların yönetilmesiyle karşılıklı münasebetlerini idare edebilmesi duygusal zekânın yeteneklerini gözler önüne sermektedir (Koçyiğit, 2016, s.222).

İnsanlar arasında duygusal zekâ yönünden üst basamakta olanlar, negatif, dezavantajlı hadiseleri kendilerine yönelmiş olumsuzluk olarak değerlendirmeden ziyade, gelişip, yenilenip, dönüşümleri için şans şeklinde telakki ederler. Olayı yenebilmek için gerekecek beceriye maliktirler. İnsanın uyumlanma yöntemleri yeğlemesine, negatif duygularını azaltıp, pozitif duygularına yer açmasına olanak verirler. Güç ve ters hadiselerin karşısında yoğun duygusal zekâyâ sahip olan insan, duygusal zekâ düzeyi alt seviyede olanlardan daha düşük kaygı, gerginlik hisseder. Somatik şikâyetlerle, psikolojileriyle ilgili belirtiler minimum miktarda gözlemlenir (Mikolojczak ve Limunet, 2008; akt. Deniz ve diğerleri, 2013, s.410).

Hayattan alınan doyum, duygusal zekâ seviyesi yukarılarda olan insanlarda daha belirgin olarak, yüksek seyreder. Duygusal zekâ, duyguların organizasyonu, sosyal yeterlilik ve yaşam tatmini ile üst düzeyde ilişkilidir. Kendini anlama, olumlu duyguların tatmininde, hayatın içeriği bağlamıyla alakalı hislerini de yanında gezdirmektedir (Ergin ve diğerleri, 2013, s.76).

Toplum içinde duygusal zekâ eşiği üsttekiler, diğerlerinin birlikte olmaktan hoşlandığı kişilerdir. Toplum içinde kolay iletişime geçebilen, hislerinin karşı aktarımlarını kolayca sezebilen, sistematikleştiren ve bütün faaliyet alanlarında oluşabilecek çatışmaları başarıyla sonuçlandırabilecek insanlardır. İnsanlar duygu bağlamında doyurucudurlar. Ruhsal iyileşme sağlarlar ki “Böyle insanlarla beraber olmak ne büyük zevk” şeklinde yorumlar yaptırırlar (Goleman, 1998, s.154).

Toplumda duygusal zekâ seviyesi üst basamaklarda seyredenlerin, aldıkları keyif miktarıyla doyum da üst eşiklerde seyreder (Deniz ve diğerleri, 2013, s.19). Duygusal zekâ eşiği üst derecelerdeki fertler şahıslarına birçok sorular sorarlar: “İletişim becerilerim nasıl? Kendimi düzgün ifade edebiliyor muyum? Kendimi ne kadar tanıyorum? İradem kuvvetli mi yoksa duygularımın esiri miyim? Başkalarını dinleyebiliyor muyum? Diğerleriyle anlaşabiliyor muyum? Onlarla çalışmaktan zevk alıyor muyum? Etrafımdakileri motive edebiliyor muyum? Seviliyor muyum? Yeni fikirler verebiliyor muyum? Aranan biri miyim? Onlar benden keyif alıyor mu?” bu tür soruları mütemadiyen yönelten farkındalıklı bireylerdir (Hacıoğlu, 2007, s.12).

Duygusal zekâ yoğunluğu, insanların bilme, öğrenebilme hacminin müthişliğini yansıtır. Bu hacimdeki potansiyeller müstakildir, birbirleriyle bağlantılı ve lüzumludur. Fakat bu kifayetsizdir. Şahsına münhasır nitelikleri bulunur, hiyerarşiktir (Goleman, 2000, s.37). Duygusal zekânın kapsamındaki olguların farkına varmış olanlar, bu duygu yoğunluğunun şuurunda, duygularını denetleyen, toplumsal sorunlara ve bunlar hakkındaki düşüncelerine kulak verip, herkesin baktığı perspektiften, onların referansı ile etüt eden, ivmelenen, kolay iletişim kurabilen, meslek münasebetlerine dönük oluşuma maliktirler (Karabulut, 2014, s.67). Umumiyetle, lüzumlu miktarda toplumsal kabiliyete malik olanlar etraflarıyla tesirli, güçlü haberleşme tesis edebilirler (Deniz ve Yılmaz, 2004, s.19).

Duygusal zekâ normları üst skaladakiler daha fazla güçlü, bireysel ve mesleki irtibatlar tesis ederek çok aktif lider karizması göstermekte ve önce şahıslarına daha sonrada etraflarına güzel motivasyon sağlayabilmekte, en mühimi de sıhhatli ve doğru yönde ivmeye sahip yaşam idame ettirmektedirler (Özdemir Yaylacı, 2006, s.15). Duygusal zekâ kifayetsiz ise hüküm verme basamaklarında ulaşacağı yargının çevresindekine nasıl tesir edeceği hususunda tahminler yapamamasına, başkalarının herhangi bir konuda hükme varmaktan imtina etmesi ve tazyik meydana getirecek duyguların tesisine neden olabilirler (Yılmaz ve Altınok, 2010, s.700).

Duygusal zekâ kapsayıcı faaliyetler, duyguların ölçümlerinin mühim ibresini teşkil ettiğinin farkına varmakta, tam açıklığın temel kriter olarak benimsendiği, pozitif tenkidin yer aldığı kültürel yapıyı olumlamaktadır. Bunların haricinde farklılık, elastikiyet, duygu yönetimi, şeffaflık hali, çift yönlü iletişim, inşa edici memnuniyetsizlik, güven, mesuliyet, bağımlılık ve etrafa hassasiyet, kabul edilmiş normlar belirginleşmektedir (Özdemir Yaylacı, 2006, s.132). Bireyin, şahsını ve etrafındakileri tesirli şekilde idare etme becerisine sahip duygusal zekâ olgusu, hususi ve meslek yaşamında başarmış ve mesut olabilmesinde elzemdir. Bu bireylerin hayat standartlarının tavanda seyretmesi olasıdır (Deniz ve Yılmaz, 2004, s.3).

Söz konusu zekâ alanı, hayatın her türdeki alanlarında münasebet seviyelerinde gerekli bir olgudur. Örneğin: Çocuk-ebeveyn, çalışan-müşteri, işveren-çalışan vb. motivasyona dayalı ilişkilerin kurulmasında da fayda sağlamaktadır. Aşk, sevgi, utanma, gurur, kabul görme ihtiyacı tarzındaki sosyal ve ruhsal duygular münasebetlere adaptasyon, yararlılık gibi. Böylelikle hislerin kişiler arası irtibat bağlamında tahlil edilmesi, incelenmesi, çalışmayla özel yaşamında uzun mesafe spektrumlu, şuurlu, yoğun anlamlandırılmış, olumlu görebilmeyi temin ve tesis edebilmektedir (Özdemir Yaylacı, 2006, s.189).

Günümüzde çalışma ortamında zekânın duygusal türü, o zamanın geçen süresinde çoğalan alaka ile irdelenmesinde görülüyor ki, aynı duyguyu paylaşma, duygu kardeşliği, olumlu çerçeveden bakma, tesirli iletişim, duygu idaresinde bireysel ve etrafındakileri idare edebilme, zorluklarla baş etme şeklindeki mevzuların başarma ivmesini yükselttiğini değerlendirmesidir (Karabulut, 2014, s.58). Meslek hayatındaki duygusal zekâ, insanlar arasında, aile fertleriyle dengeli anlaşmasını temin eder. Toplumdakileri oldukları şekilde benimseyip, onaylayıp, onlara kulak verip,

anlayabildiklerinden sevgiye dayalı kuvvetli münasebetler inşa ederler (Hacıoğlu, 2007, s.14).

Hayat temposunun hacimli, hızlı, dönüşüm gösterdiği çağımızda insanlar, maziye nazaran artan popülasyonlarla farklı insanlarla hep birlikte hayat sürmektedirler. Bu tablo insanlar için değişik olgu, aynı zamanda hayat öykülerinde farklı karakterleri yaşamaya sevk eder. Söz konusu karakterleri tam manasıyla uygulayabilmek, çalışma, aile ve hususi yaşantının tamamını tesiri altına alır. Bu karakterleri yaşamakta IQ'nun kifayetsizliği, buna omuz verenin zekânın duygusal boyutu olduğu onaylanmış hakikattir (Deniz ve Yılmaz, 2004, s.1).

Duyguların bileşimiyle çalışma stillerini öğrenmemizi sağlayan duygusal zekâdır. Okullardan mezuniyeti gerçekleştiren IQ olsa da, EQ hayattaki başarı grafiğimiz için en belirleyici olandır (Avcı, 2017, s.14). Sağlıklı ve daha dayanıklı yaşamayı başaran insanlar, meslekleriyle toplumsal hayata dinamik dahil olanlar, ürettiklerinden ve dahil oldukları cemiyetten keyiflenenler, her zaman pozitif yönde umut içindekiler, toleranslı, uyumlanabilen mizaca haiz olanlar etraflarıyla olumlu münasebet tesis eden insanlardır (Deniz ve Yılmaz, 2006, s.18).

Sosyo-kültürel hayatta muaffakiyetin, etrafla tesirli irtibat tesisinin, şahısları tam ve doğru anlamının, huzurlu, uyumlu, şahsıyla etrafındakilere pozitif yararlılık verenlerin mühim niteliklerinden olduğu bilinen hakikattir. Bu tür niteliklere haiz olanlar duygusal zekânın bağlamında ele alındığında, üste konumlandıkları tespit edildiğinden söz konusu kavramın ehemmiyeti çok daha fazla görünür olmuştur (Karabulut, 2014, s.60).

Duygusal zekânın aktive edilip, kullanımı için hislerini, mimik ifadelerini, sessel hususiyetlerini iletmeleri, dolayısıyla irtibat kurmaları icap etmektedir. Duygusal zekâ ve irtibat tekniklerini tesirli uygulayanlar, kendinden fazlaca emin olan doğru bağlantılar kurarak karşılarında beliren sorunları kolaylıkla çözmek istediklerini çok net belirtmekte, özgüvenli, kabul görür bağlantılar kurmaktadır (Avcı, 2017, s.200).

Duygusal zekâ pratikte yaşanırken iletişimsel olması zaruridir. Bu iki ögeyi yerinde uygulayanlar özgüvenle davranmakta, normal ve muntazam iletişim gerçekleştirmekte, sorunları basitçe çözüme kavuşturmakta, istediklerini kavrayıp çok daha kolaylıkla iletebilmektedirler (Avcı, 2017, s.193). Toplumsal irtibat kabiliyeti,

duyguların kültür havzası, duygusal zekâ olgusu, diğer canlılarla bir arada olmakla alakalı beden, ses, tecrübe, anlamlandırma ve kendisini ifade kabiliyetini fazlaştırmayı becerme hüneridir (Sartorius, 1999, s.25).

İlişkiler zaman diziminde özel duyguların ifadesi, diğerlerinin hislerine empati yapabilmesi, ilgili zaman diliminde oluşmuş olan duygularla ilgili ipuçlarına istikamet verebilmesi bakımından, duygusal zekâ sıhhatli iletişim becerisini dirençli kılar. Bunun nedeni ise, insan duygusal zekâsını işler hale getirirken irtibat kurmaya zaruri ihtiyaç hisseder. Bu olgunun ana odağında sıhhatli, doğru, muntazam bağlantılı haberleşme dokusu vardır (Avcı, 2017, s.109).

Diğer insanlarla iletişimde bulunurken, duygusal zekâyla bağlantı kurulduğunda söylediklerimizin karşıdakilerin hislerinde, fikirlerinde, hareketlerinde bıraktığı tesiri etüt ederseniz veya ses tonumuzu, kelimelerimizi tekrar dizayn edersiniz. Dolayısıyla bu farkındalık bir kabiliyete evrilir (Weisinger, 1998, s.128).

Toplumdaki insan münasebetleri boyutunda bağlantı ünitelerinde belirgin olan tesirli olgu duygusal zekâdır (Ören, 2011, s.29). Çalışırken, iş çevresinde iletişimin ne şekilde yol alacağı hususunda rehberlik ve kılavuzluk eden duygulardır. İletişimi gerçekleştirenin duygusal zekâsı üst seviyede ise, kazandığı bilgiler ve bağının proaktif yönüyle irtibatı gerçekleşmiştir. Böylelikle bu iki temel unsur sayılan iletişim ve duygusal zekâ bütünleşip, tamamlanan iki bölümdür (Sü Eröz, 2011, s.161-219).

Duygusal zekâsı yüksek olan bireylerin daha bağışlayıcı olabildiklerini gözlemlemekteyiz. Hz. Mevlana “Dost acı söyler, acıyı tatlı söyler” derken, duygusal zekâsı yüksek olanların toplumsal ilişkilerdeki davranışlarından söz etmektedir. Duygusal zekânın sosyal ilişkilerdeki barışçıl, uzlaşmacı rolüne dikkat çekmektedir. Güzel üslup kullanabilme becerisini de içinde barındıran duygusal zekâ, hayattaki olayları tolere edebilme gücünü de kapsamaktadır. İlişkisel bir varlık olan insanın, yaşamı boyunca duygusal zekâsının önemi açıktır.

Duygusal zekâ hem dış dünyayla ilişkileri hem içsel mutluluğu dizayn etmektedir. Kendinin, çevresindekilerin ve elindekilerin farkına varmaya pencere açan duygusal zekâ yetinme duygusuyla da mutluluğa kapı aralar. Dış dünya ile kendi iç dünyası arasında pozitif anlam bağı oluşturur.

Batı felsefesinin kurucusu Sokrates, erdeme inanmış ve erdem için de ölmüştür. Eflatun, Aristo'da anlam peşinden gitmişlerdir. Bu, onların duygusal zekâlarının yüksekliğini göstermektedir. İnsanların hayatında soyut hedefleri, anlam arayışları olmalı ki mutlu olsunlar. Hayatı yaşanılır kılan da budur.

Duygusal zekâ düzeyi yüksek insanlar, sevgide daha fazla yoğunlaştıklarından, sinirleri koruyan oksidosin hormonu beyinde daha fazla salgılanmaktadır. Bu da sinirleri, kalbi, damarları, beyni koruyup, uzun yaşamaya sebep olmaktadır. Sevgi sosyal çevreyi de genişletir. Karşı tarafın hatalarını unutturan sevgi, etiyolojik bir erdemdir.

Duygusal zekâsı yüksek olan bireyler gerektiğinde duygularını erteleyebilirler. Olaylar karşısında “dur-düşün-harekete geç” tarzında hareket ederler. Duyguları ve doyumunu erteleyebilmek duygusal zekânın becerisidir. “Hayat ödülünü tahammül edenlere verir” sözü yaygındır. Bu da sabır eğitiminin özüdür. Sabır adeta insanın kalite belgesidir. Duygusal zekâda kazanılan bu beceri, duygusal zekâsı düşük olan aceleci bireylerde gözlenmez. Bunlar, duygularını yönetemedikleri gibi sağlıklı karar veremezler. Oysa duygu ve mantık dengede olmalıdır. Kriterleri, sınırları olan, çözüm odaklı, yenilikçi kişiler, duygusal zekâlarıyla, yüksek sosyal adaptasyon kabiliyetleri ve sosyal girişimci ruhlarıyla hayatın pek çok alanında kariyer basamaklarında yükselirler.

2.4 GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik kelime olarak ilk kez Fransız Richard Cantillo tarafından 1730'larda kullanılmıştır. 19. yy. da ise John Stuart tarafından İngiliz literatürüne girmiştir (Sönmez ve Toksoy, 2014, s.42). Uygarlığın gelişmesinde girişimcilik önemli işlev sahibidir. İletişim ve bilginin etkisinin en fazla olduğu günümüzde girişimcilik olumlu yönde çok daha fazla gelişecektir. Diğer toplumlara göre Türk insanı daha yoğun girişimci ruhu taşımaktadır. Eğitilmiş insan olarak görülen üniversite gençlerini bu açıdan değerlendirirsek, her birine girişimci adayı namzedi gözüyle bakmak doğru olur. Bilgi ve iletişim toplumunun katkısıyla, ekonomik kalkınmaya ivme katmaları beklenmektedir (Aslan, 2002, s.2).

Toplum refahının yükselmesine girişimciliğin katkısı yadsınamaz. Ülkemizdeki literatür genelde küçük ve orta ölçekli işletmeler kurma üzerinde daha bilinirdi.

Gardner, Low ve Mac Millan yaptıkları araştırmalarda: “Girişimcilik yeni işlerinde organizasyonların oluşturulması, ürünlerin, süreçlerin ve pazarların yepyeni bileşenlerinin yaratılmasıdır” derler. Girişimci bir anlamda fırsatları kovalayan insandır. Bird’e göre toplumda ortaklarla beraber katma değer yaratan ve hizmet sunandır. Ducker’e göre, organizasyon içinde girişimsel özellikleri olan bireyler girişimcidir. Mescondo’ya göre her türlü yeniliği bir organizasyon çevrevesi içinde oluşturan kişi girişimcidir. Miner’e göre ise, kâr amaçlı yeni fırsatlar peşinde olan kişi girişimcidir. Girişimcilik alanında en geniş anlamdaki çalışmayı Shrader ve Simon gerçekleştirmiştir (Morris ve Sexton, 1996; akt. Ağca ve Yörük, 2006, s.161-162).

Girişimcilikte gerekli dört yetenek vardır: İş yeteneği, girişimcilik yeteneği, kişisel yetenekler, liderlik yeteneği. İş yeteneği içinde stratejik düşünme, fırsatlarla tehditleri farkına varıp ayırma ve küresel bakış açısından görme vardır. Bunlar sektörel farkındalık olarak değerlendirilir. Girişimcilik yeteneği ise teknik yeterlilik, idrakte girişimcilik, süreçte ihtisaslaşma, geniş perspektif gerektirir. Liderlik yeteneği, karar mekanizmasını doğru ve zamanında kullanma, yüksek düzeyde liderlik yapabilmedir. Kişisel yetenekler ise beceri, farkındalık, yaratıcılık, azimle kararlılık, cesaret, iletişim, ikna kabiliyeti, şahsi etkinliktir (Sönmez ve Toksoy, 2014, s.44).

Atıl kaynaklar üretime katılırken, ekonomiyle birlikte sosyal hayat canlanır. Üstün öngörü gerekirken, risk alma potansiyeli yüksekliği de gerekir. Faiz düşüklüğü, bürokratik engellerin giderilmesi gibi devletin koruyucu önlemleri lüzumludur. Önceleri toplumda kullanılan “teşebbüs” ve “müteşebbis” kavramlarının yeni karşılığı bugün “girişimci” dir. Bu terim girişkenliği ifade eder, akademik araştırmalar da bu alanda yoğunudur. Sosyal bilimler, iktisat, işletme girişimcilikle ilgilenmektedir. Girişimcilik sosyal yapıyı dönüştürücülüğü ile kültür kalıplarını etkiler (Küçükaltan, 2009, s.26).

İktisat ve işletme alanlarında girişimcilik olgusu kavram olarak uzun zamandır bilinip, kullanılmaktadır. Emek, sermaye ve tabiat diğer faktörlere ilave olarak girişimciliğe J.B. Say ile birlikte eklenmiştir. Smith ise bireyi bağımsız olarak değil, daha güzel bir toplum yaratmak gayesi taşıyan bir fert olarak isimlendirir. Girişimci ona göre, geniş bir organizmanın bir hücresidir. Bunu, liberalizmi baz olarak söyler (Petzinger, 1999; akt. Bilge ve Bal, 2012, s.132).

Bilinen en eski tanıma göre, girişimci kendi işini kurmayı başarmış, üretim için birçok faktörü bir araya toplamış, risk alıp üretime başlamış ve kâr etmiş bireydir (Emsen, 1996; akt. Aslan, 2002, s.2). Girişimcilik hâlihazırda bulunan veya yeni oluşturulacak kurumlara, örgütlere değer yaratmaları için fırsatları belirleme ve onları geliştirme periyodudur (Brenkert, 2008, akt. Küçükaltan, 2009, s.22).

Girişimcilik, bütün ülkelerde işsizliğin ve yoksulluğun azalması için krizlerden çıkış yolu olarak ticaretin gelişebilmesinde, sektörler arası ilişkilerin olumlu yönde ilerlemesine katkı sunmak açısından önem taşıyan bir olgudur. Vizyon sahibi ve azimli olmak, esneklik, hızlı karar alma girişimciliğin karakteristiğidir (Sönmez ve Toksoy, 2014, s.41).

Risk alma ve yenilikçilik, girişimciliğin ana şartlarıdır. Girişimciliğin kendi doğal yapısında zorluklar olduğunu savunanlar da bulunur. Bu tanımları dar olarak değerlendirmemek gerekir. 1982-1992 yılları arasındaki tanımlarda girişimcilik, yeni ürünlerin ve fırsatların ardından teşebbüste bulunma, işletme kurmaya adım atma, kişisel fayda gözetme, yenilikçilik, gelişime ve büyümeye açıklık ön plana çıkmaktadır (Bilge ve Bal, 2012, s.133).

Girişimcilik, her türlü organizasyonlarda çok boyutlu olarak, psikolojik, ekonomik ve sosyolojik olarak işletme yönetimi gibi alanlarla ilintili her sektörde, her ölçekteki işletmeler içinde yer alan bir faaliyettir. Girişimci, yenilikçi faydacı fikrini ticari fırsata döndüren ve bu organizasyonu sistematik tarzda yapan kişidir. Örneğin; inisiyatif alan, şartları ve eldeki kaynakları sosyoekonomik olarak düzenleyip değere dönüştüren, risklerle başarısızlıkları kabul edebilendir. Dünyaca ünlü otomobil üreticisi Henry Ford, Amazon.com'un kurucusu Ceŧf Bezos, Microsoft'un kurucusu Bill Gates gibi devrimsel ve evrimsel olan girişimciler, fikirlerini fırsata dönüştürmeyi başarmış küresel bazda girişimcilerdir. Girişimcilik kavramı, girişimci anlamını ihtiva eden Fransızca "entreprendre" terimine dayanır. 1755'de Cantillon kullanmıştır. Ekonomist bu kavramı kendi disiplini dahilinde değerlendirirken, psikolog ise, başarıma arzusu ve güdülerle açıklar. İş insanı da stratejik bir ortak ve müşteri gibi kendi alanına göre tanımlar (Ağca ve Yörük, 2006, s.159).

Thomas ve Mueller'e göre girişimciliğin evrensel, bağımsız ve yenilikçilik özelliği ön plandır. Knigh'a göre girişimcilik, risk almanın ve belirsizliğin kârıdır. Casson'a göre

koordineli, sistemli az kaynağın yargısal kararlarıdır. Gardner’a göre farklı, yeni bir örgüt oluşturmaktır, Herber ve Link’e göre var olan işi tekrardan uyandırıp, yaşamasını devam ettirmektir. Timmons’a göre ise girişimcilik yaratıcılık, tutku, geniş bakış açısı, enerji ve motive edilmeyi gerektirir (Louw vd., 2003; akt. Kümbül Güler, 2008, s.8-10).

Girişimci üretimin kilit unsurudur. Girişimcilik, bütüncül ve rasyonel bir olgudur. Burada fikirlerin bulunup, ürünlere çevrilmesinden pazara kadar uzanan bir girişimin varlığı söz konusudur (Zhao, 2006; akt. Küçükaltan, 2009, s.22). Dünyada birçok girişimci kaynaklara erişimde güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Micro, orta ve makro bazda bu geçerlidir. Girişimcilikte demografik özelliklere göre farklılıklar olur. Girişimciler, ticaret, üretim ve en çok da hizmet alanında iş kurmayı planlarlar. İstihdam yaratma potansiyeli önem arz eder (Sönmez ve Toksoy, 2014, s.52).

Girişimci hayat kalitesini yükseltmeyi hedeflerken başarıya kenetlenmiş, planlı, fırsatları ve kaynakları kullanabilen, öngörüsü açık, proje tasarlayan bireydir. Riske girmede tereddütsüz, hizmet üretilip topluma sunabilen, yenilikçi, sermaye ile bağlantılı olandır. Girişimciliğe başlama sebepleri, hür olarak patron olmak, kendi idealini hayata geçirip, potansiyelini ortaya çıkarmak, görünür olup kabul görmekle birlikte üst sınıfa geçme arzusudur (Norman ve Zimmer, 1996; akt. Bozkurt, 2006, s.97).

Toplumun şartları girişimciliğe yön vermektedir. Beklentiler fırsatlarla bağlantılıdır. Toplumsal kültürler kariyer seçimlerinde ve ön kabullerde belirleyicidir. Demokratik kültürü içselleştirmiş toleranslı toplumlarda girişimcilik daha fazladır. Schumpeter, girişimciliği kâra indirgemedi açıklayan kuramcıdır. Sosyal alanda ihtiyaçları görünür olup, önemsenme tarzındaki psikolojik güdülere dayandırır (Morrison, 2000; akt. Aytaç ve İlhan, 2007, s.104-107). Alman Schumpeter, Yaratıcı Yıkım Teorisi’nde kapitalist sistemin yenilikçi, girişimci doğası icabı yeni pazarları inşa edip, bu doğrultuda eskilerin yıkılması zaruretinin meydana çıktığını söylerken, bunu nihayetlenmeyecek bir süreç şeklinde tanımlar. Bu ilerlemede oluşmuş olan denge de sarsılacaktır. Aynı bağlamda yeni müştereklikleri ve evrilmeleri sağlayan aktif ve dinamik faktöre girişimci adını vermektedir (Yener, 2018, s.10).

Pinehot’un tanımında iç girişimci “Kurum içinde bir iş fikrini pratiğe geçirme mükellefiyetini taşıyan kişi” olarak tanımlanır. “Vizyoner ve aksiyoner olmakla

birlikte her yeni fikir ile fırsatı karlı hale dönüştürendir” (Naktiyok, 2004, akt. Ağca ve Yörük, 2006, s.162). İç girişimcilik kaynakları sponsor veya ana firmaca karşılanırken, bağımsız girişimcilik ile farkı fonlama konusundadır. Farklı kaynak ve farklı strateji kullanan bağımsız ve iç girişimciler, performans ortaya çıkarmada farklılık gösterirler. Porter ve Caves’e göre, iç girişimciler sponsor ve ana kaynaklardan ve markayla ticaret ünvalarından ötürü avantajlıdırlar. Sermayeye daha çabuk erişirler (Shrader ve Simon, 1997; akt. Ağca ve Yörük, 2006, s.165).

İlk kez 1938’de Japonya Kobe Üniversitesi’nde girişimcilik anlatılmıştır. KOBİ kursları 1940’larda ortaya çıkmıştır. 1970’li yıllarda Harward Bussines School’da konunun eğitimi verilmeye başlanmıştır. İngiltere ve Fransa’da 70’li yıllarda iken, Türkiye’de 2000’li yıllarda girişimcilik okutulmaya başlanmıştır. Türk toplumu dayanışmacı hususiyetiyle Japonya, Arjantin ve Pakistan’a benzetilmektedir (Karadeniz ve Özkan, 2020, s.872-885).

İçinde bulunduğumuz zaman diliminde girişimcilik tarifi şöyle yapılmaktadır: Yüksek derecede yaratıcılık kullanılarak meydana gelen, daha üst seviyelere ulaşmak için gerekli bir yöntem. Girişimci yetiştirip ekonomiye katkı hedefleniyorsa, bastırılmayan bilakis yaratıcılığa özendirilen gençler yetiştirmek gerekmektedir. Girişimciliğe ivme kazandıran, kentleşme süreciyle teknolojidir. Aileden gelen eğilimlerde belirleyicidir. Gelecek güvencesi kaygısıyla gençlerin kamuda çalışmayı tercih etmeleri ise, girişimciliğe ket vurmaktadır (Aslan, 2002, s.2).

Girişimcilik planlı fikirleri ve fırsatları dönüştürmede bir davranış çeşididir. Bu nedenle davranışsal olduğundan psikolojik boyut da içerir. Fırsatları, ihtiyaçları takip eden bireylerin veya grupların belli bir intizam içinde ilerledikleri zaman parçası, girişimcilik sürecidir (Coulter ve Robbins, 2003; akt. Küçükaltan, 2009, s.22). Girişimciliğin özendirildiği ve desteklendiği ülkelerde, işsizliğin nispeten az olduğu görülmektedir. Refah arttırdığı için, o ülkelerin dünya ekonomisi ve siyasetinde sözü daha çok geçer (Romanelli, 2001; akt. Küçükaltan, 2009, s.23).

Girişimcilikte aile rol modelidir. Pazarlama, iletişim ve yönetme teknikleri de belirleyicidir. 20-25 yaşları kariyere başlama yaşlarıdır. Coğrafi şartlar da bu alanda önemlidir. Soğuk iklimler sert, sıcak iklimler yumuşak ve duygusal karakterleri geliştirir. Girişimcilik, insan psikolojisinde olan başarıma, kazanma ihtiyacına hitap

ederken, kitle iletişim araçları da ruhu motive eder. Girişimcilik, aksiyon insanlarına ilham kaynağıdır. Otokontrolü yüksek insanların yoğunlaştığı alandır. Teknoloji bilhassa pazarlamada etkindir (Bozkurt, 2006, s.98).

Çetindamar ve diğerleri (2010), girişimcinin sadece birey olmayabileceğini, örgüt, grup vs. de olabileceğini söylerken, Casson'de girişimciyi az kaynakların sistemli olması hakkında yargısal karar verme noktasında deneyimli birey olarak tanımlarken, piyasa ekonomisi içinde özel sektörle ilişkili olduğuna dikkat çeker. Kolverid, devlete veya özel sektöre bağlı çalışmanın teşvik ve destek görmesi halinin girişimciliğe köstek olduğunu söyler. Young'a göre girişimcilik, girişimci bazlı tek boyutlu bir olgu değildir. Sosyal, siyasi, ekonomik, kültürel değişkenlerle birlikte değerlendirilmelidir. Çevresel faktörler ve bireyin psikolojisi önemlidir (Kümbül Güler, 2008, s.12-14).

Yapılan araştırmalara göre ailenin, gençlerin girişimcilik niyetlerine geliştirici, iyileştirici olumlu etkisi görülürken eğitimin ise, fazla rol oynamadığı görülmüştür (Bilge ve Bal, 2012, s.134). Girişimcilik, organizasyonlar yaratma sürecidir. İç ve bağımsız girişimcilik olarak iki kolda değerlendirilirken, kaynakları değerlendirme kabiliyeti, performans düzeyi ile strateji belirleme açısından iç girişimcilik, bağımsız girişimcilikten farklıdır (Ağca ve Yörük, 2006, s.2).

Girişimcilik çevredeki fırsatları sezip, hayaller oluşturup, onları projelendirme, dış dünyada değer ve zenginlik üreterek, yaşamı yaşayanlar için kolaylaştırıp rahat hale getirme hüneridir (Aslan, 2002, s.2). Girişimci rakiplerine fark yaratmak için yeniliklere her zaman açık olan zor vazifeleri omuzlayan insandır. Girişimcilikte eğitim ve bilginin yanı sıra, teknik, pratik, akademik bilgi, doğuştan ve sonradan edinilen şahsi hususiyetler gerekmektedir. İçinde bulunduğumuz yüzyılda girişimcilik, "bilişimci girişimcilik" olarak tanımlanmaktadır (Şenocak, 1992; akt. Aslan, 2002, s.2).

Girişimciler bazı iş insanlarıncı zorlu bir rakip olarak nitelenirken, bazılarına göre ise, ülkelerin ekonomilerindeki makro parametreler girişimciliğin özendirilip, geliştirilmesiyle aynı oranda ilişkilidir. Girişimciler toleranslı, detaycı, yılmayan, mükemmeli arayanlardır. Sosyal sorumluluk üstlenen, devletle iş dünyasıyla iletişimi en güzel tarzda gerçekleştirenlerdir. Özel mülkiyet kaynakları kullanılırsa "özel

girişimcilik”, kamu kaynakları kullanılırsa “kamu girişimciliği” olarak adlandırılır (Cox, 2002; akt. Kùçùlaltan, 2009, s.26).

Girişimcilerin kişilik özelliklerinin başarılarında en az sosyal ve ekonomik etmenler kadar mühim oldukları görùlmektedir. Kişilik özelliklerinden olan öz yeterlilik, dışa dönüklük, çevre oluşturma, yeni pazarlara açılma, yeni ürünler geliştirme, ilişki başlatma, organizasyon yapma, zorlu ani durumlarla baş etme becerisi gösterme gibi hususiyetleri kapsar. Yaratıcılık unsuru ön plandadır (Başol, Dursun ve Aytaç, 2011, s.4-22).

2.5 SOSYAL GİRİşİMCİLİK

İçinde bulunduğumuz yüzyıl çok fazla ve çeşitli sosyal sorunları üretip, katlayıp beraberinde getirmiştir. Hastalıklar, çevre problemleri, iklim şartlarının değişimi ve bununla ilintili olarak su, tarımsal kaynakların azalması, açlık, doğal afetler, ekonomik darboğazlar, göçler, aile ve toplumda şiddetin artışı, çocuk, kadın, insan hakları ihlalleri, istismarları, suç türleri ve oranlarındaki artış, savaş türlerinin değişikliği, bağımlılıklar, medyanın ve teknolojinin tesirleri, iletişim çağının getiri ve götürüleri başlıca sorunlardır. Bunlara çözüm üretebilmek sorumluluk almayı gerektirir. Bu sorumluluk bilincinin aktive olmuş haline “sosyal girişimcilik” denir (Meydanoğlu, 2019, s.1-10).

Sosyal girişimciler, toplumda üstlendikleri görevlerinin ve misyonlarının devamını temin için ekonomik finansmana ihtiyaç hissederler. Ana amaçları kâr olmamakla birlikte, toplumsal hizmetlerini aksatmamak adına finansmanlarını düşünmek zorundadırlar (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s.81-95). Sosyal girişimcilerin ortak ana gayesi toplumun problemlerini çözüp, ihtiyaçlara el birliği ile cevap vermek, yardımcı olmak, çözüme katkı sunmaktır. Müşterek kullandığımız dünyayı daha güzel ve yaşanır kılmanın mesuliyetini yerine getirmektir (Akar ve Doğan, 2018, s.83-90).

Sosyal girişimcilik, analiz ve empati yeteneği olan bireylerin toplumu değiştirmesidir. Örneğin, Türkiye’de 9000 sosyal girişimci olduğundan söz edilir. Sosyal girişimcilik kadınları güçlendirir. Türkiye’de 203 üniversitenin 16’sında bu konuda düzenli çalışmalar vardır. 13 üniversitede, sosyal girişimcilik ve inovasyon dersleri verilir. Sositypark, sositykent, teknopark bunlara örnektir. Büyük şirketlerce sosyal sorumluluk projeleri dâhilinde koordineli çalışmalarla desteklenirler. Sosyal

girişimcilikte gönüllü ruhların dönüşümü destekleyici özelliği bulunur. 1872’de Darüşşafaka Eğitim Kurumlarını kuran Yusuf Ziya Bey ile 1862’de Zeynep Kamil Hastanesi’ni inşa ettiren Prenses Zeynep Kamil Hanım Türkiye’de sosyal girişimcilik öncüleridir. Kızların eğitime yönelik vakıflar, otistik, aidsli, engelli, lösemili çocukların eğitimi ve yaşam kalitesini arttırıcı sosyal girişimler görölmektedir (Aksoy, 2013, s.1-2).

Sosyal girişimcilikte merkezdeki temel konu faydacı niyettir. Mair ve Nobaa’nın Dört Bileşenli Modeli: 1-Toplumsal ahlaki mesuliyet, 2-Empati, 3-Algılanan sosyal destek, 4-Özyeterlilik. Sosyal girişimcinin içinde yetiştiği kültür gereği mesuliyet bilinci yüksektir. Normları iyi bilir. Yenilikçi ve faydacı misyonu ile kâr kaygısı olmadan, gönüllü sektörde özel sektör tarzında girişimcilik yapar (Kayalar ve Aslan, 2016, s.58).

Serbest piyasanın usulleri ile sosyal problemlerin çözümüne yönelik girişimcilik modeline sosyal girişimcilik denir. Toplumsal yarar kapsamında hayır faaliyetlerinden, kâr amaçlı şirket tasvirinden ayrı melez bir model türüdür. Aynı zamanda temel niyeti baz alındığında kökleri çok eski yıllara dayanmaktadır. Sosyal girişimciler misyonları için ticareti araçsallaştırmışlardır (Can ve Canbal, 2017, s.118-119).

Sosyal girişimcilik, Bangladeşli Muhammed Yunus’un öncülük ettiği Grameen Banks’ın bireysel mikro kredi desteği vermesiyle başlayan ve 2006’da Nobel Barış Ödülü almasını sağlayan, sosyal faydacı misyonlu pozitif yenilikçi bir olgudur. Dünya, ülkeleri ekonomilerinin krizden çıkıp büyümesi, gelişmesi umudunu da sosyal girişimcilikte görmektedir. Bu sebeple ülkelerin kamu ve özel sektörlerince desteklenmektedir (Sönmez, Arıker ve Toksoy, 2016, s.103).

Sosyal girişimciliğin, mesleki kariyerlerinin başında olan üniversite öğrencileri için ufuk açıcı, ileriye dönük ivme kazandıran, cesur bir misyonu mevcuttur. Tarihsel derin kökleri mevcuttur. 1998’de Bill Drayton’un Schwab Vakfı bu olgunun tanınmasına katkı sağlamıştır. Dünyadaki ilk ve en geniş kapsamlı sosyal girişimcileri buluşturan ağ ASHOKA’dır. Sivil toplumla özel sektörün imkânlarını ve kaynaklarını bağdaştırır. 24 Kasım Sosyal Girişimcilik Günü olarak kutlanmaktadır (Meydanoğlu, 2019, s.1).

Kütüphanecilerimizden Mustafa Güzelgöz Efendi, ülkemizdeki ilk sosyal girişimcilerimizden biri olarak görülür. 1943 senesinde kütüphanecilikteki ilk

memuriyetinde en fazla 300 kitabın mevcut olduğu Nevşehir'in Ürgüp İlçesi'ne tayin edilerek gelir. Kitapların hiç okunmadığını görünce bir sosyal girişim projesini aklında tasarlayıp, uygulamaya koyar. Haftada iki gün köyde kütüphaneyi açar. Diğer günler ise, kütüphanenin kitaplarını eşeğinin sırtına yükleyerek köyleri gezer ve çocuklara kitap okuma sevgisini kazandırmaya muvaffak olur. Köydeki kadınlara yönelikte dikiş makinesi imalatçılarından 10 adet dikiş makinesi temin eder. Salı günleri kütüphanede dikiş sırası bekleyenlerin de kitap okumasını sağlar. Halkevleri'nde okuma yazma ve halıcılık kursları açtırır. Bu faaliyetinden ötürü emekliye sevk edilse de toplumun inkişafına yönelik bu çabası onun Türkiye'de ilk sosyal girişimcilerden biri olarak anılmasına vesile olur. Halk tarafından kendisi ve eşeği Yüksel'in heykeli yaptırılır (Cin, 2013, s.1)

Sosyal girişimcilerin ortak özellikleri; liderlik, ileriye görebilmek, vizyonerlik, kararlılık, cesaret, program ve proje yapabilme, idare edebilme, yönlendirebilme, ufuk açma, eldeki imkan ve kaynakları en doğru tarzda kullanabilme, öz yeterlilik, derin empati, sosyallik, tecrübelerden istifade edebilme yeteneğidir (Akar ve Aydın, 2015, s.433).

Sosyal girişimciler ülkesel ve küresel bazdaki sosyal sorunlara ve çözüm yollarına karşı daha bilgili ve bilinçli olabilmek gayesiyle yüksek eğitime önem verip, ona yönelmektedirler. Yüksek eğitime ulaşmak, sosyal faydacı projelerine kaynak bulup, uygulamada kolaylık elde etmek, böylelikle daha fazla insana ulaşabilmek için büyük şehirleri ve şehir merkezlerini tercih etmektedirler. Başarılı olmuşları rol model alıp, tecrübelerinden istifade ederler. Sosyal girişimci bağışlardan çok, rekabetçi anlayışla faaliyet göstermektedir (Can ve Canbal, 2017, s.133-135).

Sosyal girişimciler, cesurca sorumluluk üstlenen, risk alan, değişimin aracılarıdır. Değişimin aracısı grup, birey ya da kuruluşlardır. Kolektif gayeye sıkıca bağlıdırlar ve güven telkin ederler. Sosyal girişimcilik, toplumsal amaç doğrultusunda, niteliksel başarı hikâyesiyken, özel sektör girişimciliği kar hedefli nicel başarı beklentisidir. Her iş insanı girişimci olamazken, her sosyal sektör mensubu da sosyal girişimci olarak değerlendirilemez. İnsanlığın faydasına, dışlanmış, eşitliksiz kesime yönelik hizmet ve fayda hedefleyen reformcu ve devrimcilere sosyal girişimci denir. Sosyal girişimcilik tanımı yapan yazarlar şunlardır: Theobald, Waddock ve Host, Leadbeater, Goss, Dees, Thompson, Alvy, Lees, Glancey, Mc Quaid, Brinckerhoff, Fowler,

Frumkin, Mort, Mair, Marti, Alvord, Bornstein, Tan, Haugh, Light, Birch, Whittam, Peredo, McLan, Robinson, Martin, Osberg (Kümbül Güler, 2010, s.54-57).

2006 Nobel Barış Ödülü sahibi olan Bangladeşli Muhammed Yunus'un Grameen Bankası, öncelikle yoksul kadınlara yönelikken, Hindistan'da Dr. Venkataswamy'nin kurduğu Araveind Göz Hastanesi, az maliyetli katarakt ameliyatlari yaparak yoksullarin görme sorunlarına çare üretmektedir. Mısır'da İbrahim Abouleish'in kurduğu Sekem sosyal işletmeye dönüşmüş, pamuk tarlalarında böcek ilacı kullanımını azaltıp, organik tarımı teşvik etmektedir. Eğitim merkezi, okullar, tıp kurumları açmış, sosyal değer üretmiştir (Mair ve Marti, 2006; akt. Kümbül Güler, 2008, s.67).

Sosyal girişimciler dönüştürmeye yerelden başlarken, küreselliğin yaşandığı günümüzde sosyal girişimcinin oluşturacağı projeler, küresel ölçekte dönüşümü de tetikleyebilmelidir. Sağlık, insan hakları, sürdürülebilirlik, çevre, inovasyon planları ve projeleriyle toplumsal dönüşümü gerçekleştirirler (Kayalar ve Arslan, 2016, s.56).

Sosyal girişimcilerde piyasaya yönelim, sosyallik, yenilik farklı ölçülerde tatbik edilir. Mesela huzurevlerinde yenilikçilikle, sosyallikte görünürlük ön plandayken, piyasaya yönelim miktarı azdır. Bazı kuruluşlarda oluşmuş olan düzen aynen sürdürülürken, bazı çevresel plan ve projelerde krediye ihtiyaç hissedilebilir (Nicholls ve Cho, 2006; akt. Kümbül Güler, 2010, s.73).

1883'de Willham L. Garrison, köleliğe karşı çıkan ilk gazete "Amerikan Anti-Salavery Society" çıkarmıştır. 1980'de Bill Drayton fon kaynağı için, Ashoka'yı kurmuştur. 1889'da Hullhouse'i kuran Jane Adams yoksullara yardımı hedeflemiştir. 1976'da Muhammed Yunus Bangladeşli kadınları güçlü kılmak ve fakirliğe çare üretmek amacıyla Grameen Bank'ı kurmuştur. Bill Strickland, Pittsburgh'da Manchester Craftsmen's Guild'i kurmuş, iletişim alanında programlar geliştirmeyi amaçlamıştır (Mair ve Marti, 2006; akt. Kayalar ve Arslan, 2016, s.58).

Sosyal girişimcinin özerkliğe ve başarıya olan ihtiyacı belirgindir. Emir altında olmaktansa kendilerinin patronu olmayı yeğlerler. Sosyal sermayenin kapsamına ise sosyal ağlar, yatırımcılar, hukukçular, tedarikçiler, muhasebeciler ve aile üyeleri girer (Yamada, 2004; akt. Kümbül Güler, 2010, s.144).

Sosyal girişimciler ekonominin dinamizmini, sıçrama yapmasını hedefler. İnsani gelişmişlik seviyesi altlardaki ülkelerde sosyal girişimcilik yaygındır. Gelişmiş ülkelerde iş imkânlarının fazlalığı ve sosyal güvencenin yaygınlığından girişimciliğe fazla yönelme görülmemektedir. Özel sektör girişimcileri kişisel risk alırken, sosyal girişimci toplumsal seviyede riski göze alıp, kamu kuruluşlarıyla daha fazla beraber çalışır. Sosyal girişimcilerin başarı, özerklik, üstünlük ihtiyacı vardır (Bosma ve diğerleri, 2008; akt. Kümbül Güler, 2008, s.5).

Sivil toplum kuruluşları yeterli çözümler üretemediklerinden, sosyal girişimcilik ortaya çıkma lüzumunu hissetmiştir. İhtiyaçlar arttıkça şekil değiştirmiş bir kavramdır. Sosyal girişimciliğin artmasıyla üniversitelerde yaygın hale gelmesi için KOSGEB sorumluluğunda ilgili kuruluşlarla koordineli şekilde hayata geçirilecektir. GİSEP, hukuki çerçevenin oluşmasında girişimcilik kültürünün yerleşmesi için yarışmalar düzenlemekte etkilidir. Üniversitelerin “Genç Girişimciler Kulüpleri” bulunmaktadır. Bölgesel, küresel yarışmalar düzenlenmekte, vakıfların, bankaların işbirliği ile gençlere ve kadınlara yönelik, projelere imza atılmaktadır. Örneğin, Garanti Bankası Ekonomist Dergisi, KAGİDER, Metro Market, Capital Ekonomist Dergisi, İstanbul Kalkınma Ajansı ile Kalkınma Bankası destekli (2015) “Sosyal Girişimci Gençler” projesinde çeşitli üniversitelerle çalışılmıştır (Sönmez, Arıker ve Toksoy, 2016, s.102-118).

Dees (1998) sosyal girişimciyi, azimli ve sebatkâr olarak tanımlarken, tersliklerin üstesinden gelmeyi de sebatkarlık olarak betimler. İyimser bireyler, hayata pozitif bakıp çözümler üretirken, kötümserler durumu olduğu gibi kabullenirler. Öz yeterlilik sosyal girişimciyi motive edip, hedefe kilitler. Performansı tetikler ve mücadelede dinamiklik verir. Sosyal girişimci, umulmadık işi, yararlı, verimli ve olumlu şekilde oluşturan yaratıcı, yenilikçi bireydir (Cools, 2008; akt. Kümbül Güler, 2010, s.126).

Sivil inisiyatiflere model olan sosyal girişimciler, keskin ve kalıcı dönüşümlere kapı aralamışlardır. Literatür bu kavramı William Drayton’a borçludur. Hindistan’da yaptığı gözlemler bugün sosyal girişimciliğin sektörleşmesine kaynak olmuştur. Toplumsal devinimdeki kapanıklıkları açmanın çaresini oluşturmuştur. Anlık değil köklü çözümlere taliptirler. Problem tespitiyle işe başlayıp, proje, yöntem ve kaynak yaratarak organizasyonun sürdürülebilirliğini etik çerçevede sağlarlar. Günümüzde

dünyanın en önemli ve en büyük üniversitelerinde sosyal girişimcilik dersleri okutulmaktadır (Denizalp, 2009, s.7-14).

Austin, kamu ile kâr gayesini öncelemeyen sektörler arasında sosyal girişimciliğe sektörel sınırlama çizmektedir. Sosyal sorumluluk projeleri uygulayan, aynı amaç etrafında hareket eden grupların hepsini sosyal girişimci kabul eder. Robert Baden ve Powell, yüksek erdemlerin yaygınlaştırılmasını sağlayan izcilik hareketiyle sosyal girişimin bir örneği olmuştur. Clara Barton, Amerikan İç Savaşı'nda yaralı askerle için çalışmış, barışta ise, Kızılhaç'ın hastalık ve felaketlerdeki yardımlarında etkili olmuş bir sosyal girişimcidir. Doğa ve tarihi eserleri koruma gayesiyle National Trust Vakfı'nı kuran Octavia Hill'de bir sosyal girişimcidir. Yoksulların da güzel evde oturması amacına kendini adanmış duyarlı bir kişiliktir. Hepsi, "toplumsal kâr" amacı ile toplumu ve çevreyi değiştirmek için çalışmışlardır (Kümbül Güler, 2008, s.69-78).

Sosyal girişimcilikte kritik etmenlerden biride sosyal ağlardır. Bilgiye ulaşp ileriye gitme imkânı verir. Örneğin Çöp Adam'ın Sabancı Üniversitesi'nde doğup, yayılması sosyal ağ sayesinde. Diğer girişimcilerle olan irtibat da sosyal ağlar sayesinde. GENÇTUR üyelerinin uluslararası gönüllü çalışma kamplarındaki bilgi ve tecrübe paylaşımları sosyal ağ ile mümkün kılınmıştır. "Buğday"ın köy pazarında başlayan öyküsü sosyal ağın organik gelişimine yaslanır. Kenv'in kaynaklara ulaşması Şengül Açar'ın kişisel sosyal ağıyla ilerlemiş, Türkiye'deki kadınlara ait en büyük kooperatifi haline gelmiştir. Aynı zamanda büyük eforla adanmışlık örneği sergileyip, bütün zamanını sosyal girişime ayırmak özverisi gerçekleşmiştir. Sosyal girişimciliğe güç veren diğer bir faktör ise, tutkudur (Dervişoğlu Okandan ve Görgülü, 2012, s.28).

Küreselleşen dünyada artan çevre sorunları, tüketici, engelli hakları gibi farklı ve mühim problemler sosyal politikaları gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda sivil inisiyatif belirginleşmektedir. Sosyal girişimciler, işletmenin bakış tarzıyla sorunlara müdahale edip, çözümler arayan ve üreten kuruluşlardır. Özel sektör kârını sermayedarlarına dağıtırken, sosyal girişimcilikte tekrar yatırıma dönüştürülmektedir. Sosyal girişimcilik, Lewellyn'e göre toplumun enerjisini toplum sorunlarını çözüme kanalize edilmesidir. Diğer adı da "gönüllü sektör" (voluntary sector) dır. Sosyal girişimciler, piyasanın altında ücret alırlar ya da ücretsiz çalışırlar. Gönüllülük, sivil toplum bilinci inşasında öncülük misyonu taşırlar. Sosyal girişimci, toplumdaki sosyal sermaye

sayılabilecek aktif kaynaklarıyla sosyal politika üretir (Fahey, 2003; akt. Kümbül Güler, 2010, s.63-70).

Giresun Üniversitesi'nin "Gepetto Usta Projesi" anaokulları ve özel eğitim kurumlarındaki 3-6 yaş çocukların el becerileriyle yaratıcılıklarını geliştirmeyi hedefler, doğal materyallerden hayal gücüyle oyuncaklar tasarlanıp üretilmesine öncülük eder. Özel okullarda az bir ücret istenirken, devlet okullarında ve sevgi evlerinde ücretsiz çalışmalarla üretilenler çocuklara armağan edilir. Hedef, ülke genelinde çocukların ürettiği ilk oyuncak sergisini açmaktır. Gaziantep Üner Spor Kardeşliği Projesi, mülteci çocukların sporun ortak diliyle sosyal uyumuna hizmettir. Büyükşehir Belediyesi Tekerlekli Sandalye Basketbol Takımıyla ilişkilerde motive edicidir. Boğaziçi Üniversitesi "Boğaziçi Maker Projesi" yazılım ve teknolojiye liselilerle atölye çalışmaları güzel örnektir. MEF Üniversitesi "İnovatim Projesi" robotik kodlama, üç boyutlu yazıcı ve tasarım odaklı düşünce elektronik alanda üniversite öğrencilerine eğitim vererek daha sonra inovasyonu dezavantajlı öğrencilere de verilmesine imkân açmakta, sosyal yarar oluşturmaktadır.

Van Yüzüncü Yıl Üniveristesi (YÜZTAK) takı tasarım atölyesinde Van Gümüş Savat İşlemeciliğini tasarlamakta, dezavantajlı gençlere gelir oluşturmaktadır. Boğaziçi Üniversitesi (Chapputz) kullanılmayan kıyafetlerin geri dönüşümle, çaput kilim dokumacılığıyla hayata kazandırılıp, çift yönlü gelirle kadınlara fayda sağlar. Çukurova Üniversitesi "Emekli Mentörlük", Adana'da yaşlıların sosyalleşmesi, gençlerle tecrübelerini paylaşması temasıyla diyalog projesidir. Huzurevleri, öğretmenevleri, parklar ziyaret edilir. Kayseri Abdullah Gül Üniversitesi "Komşu Tencere Uygulamasıyla" Suriyeli mültecilerin mutfak kültürleriyle bütünleşme sağlanma projesidir (Toplum Gönüllüleri, 2016, s.1-5).

Türkiye'de (Şefkat Okulu Darüşşafaka) Yusuf Ziya, Prenses Zeynep Kamil, Mesut Cemil (Cumhuriyetin ilk radyo kurucusu) öncüdürler. 2007'de Profesör Mustafa Sarı, 2008'de Nebahat Akkoç yılın sosyal girişimcisi ödülünü almışlardır. Ashoka Türkiye Üyeleri (2009) Ömer Madra, İbrahim Betil, Arzum Meleksoy, Berna Yağcı (Mardin'de Sabun Üretimi), Ercan Tural (Engellilerin Topluma Eşit Katılım Projesi), Güneşin Aydemir (Doğayı Koruma), Halime Güner (Uçan Süpürge Kadın Hareketi), Korhan Gümüş (Yerelde Deprem Riskleri Azaltma), Prof. Dr. Mustafa Sarı (Van Gölü'nde İnci Kefalinin Korunması), Nasuh Mahruki (Akut Derneği), Nazmi Ilıcalı

(Organik Tarım), Naşide Buluttekin (Diyarbakır Yoksul Kadınlar Projesi), Nebahat Akkoç (Aile İçi Şiddet 1997 KA-MER), Nejat Ünlü (Ayrımcılığa Karşı Pozitif Yaşam Derneği'nde HIV Hizmetleri), Nevin Eracer (Otistik Derneği), Selma Demirelli (Nilüfer Kadın Kooperatifleri), Şengül Akçar (Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı), Tahir Dadak (Diyarbakır Kalkınma Merkezi), Victor Ananias (Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği), Yasemin Ute Kılıç (Ekolojik Tarım Eğirdir Gölü), Yusuf Kuka (Umut Çocukları Derneği), Zeynep Uluer (Özel Sektör Gönüllüler Derneği) gibi isimler sosyal girişimcilikte aktiflerdir (Denizalp, 2009, s.24-32).

Muhammed Yunus, “Yoksulların Bankacısı” kitabında annesinin yoksul akrabaları için para ayırmasının onu reformist yaptığını anlatır. Prabhu'da ailenin, çocuğun kariyer seçiminde etkili olduğunu söyler. Dolaylı öğrenme böylelikle gerçekleşir. Küçüklük travmaları da ileride bu alana yönelmelerinde etkilidir (Plather ve Zeyberg, 2005; akt. Kümbül Güler, 2010, s.21).

ECE (Erken Çocukluk Eğitimi, Early Childhood Education), kadın ve çocuğa yönelik bakım, güvenlik ve eğitim faaliyetlerinde öncüdür. Montessori Yaklaşımı benimsemiştir. Yerel kadın örgütlenmeleri olarak kadın kooperatifleri de kurulmuştur. Kadınların toplum temelli okul öncesi eğitim ve mikro kredileri bunların temelidir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na bağlı kurulan 91 Kadın Kooperatifinden 70'i aktiftir. Kadınların 1 konut, 28 Tarım Kooperatifi vardır. ECE hizmetlerine destek veren Bakırköy Belediye Başkanı, Bernard Vanlleer Foundation ve dünyadaki ihtiyaçlı kadınların tecrübelerinden faydalanan Groots International ve Citi Bank önemli destekçilerdir (Dervişoğlu Okandan ve Sönmez, 2012, s.134-143).

Çöp Adam, 2008 Ağustosunda Ayvalık'ta Tara Hopkins ve Melih Özsöz ile başlayan kadınlara istihdam yaratıcı geri dönüşüm projesidir. Amerikalı sosyal girişimci Tara Hopkins Sabancı Üniversitesi'nde bu projeyi oluşturmuş ve ASHOKA'nın ilk Türkiye temsilcisi olmuştur. Kadınları şiddetten korumanın yolunun onları güçlendirmekten geçtiğini düşünmüştür. Ambalaj atıklarından çanta üretimine karar vermiştir. Meksika Cezaevi'nde yapılan bu çantaların yapımını öğrenmek için oraya gider. Sabancı Üniversitesi desteğini alır. Unilever firmasıyla ambalaj tedariki ve ücretsiz kargo için anlaşır. Boyner Mağazası'da satışta yardımcı olur. Ayvalık'taki evinin bahçesinde başlayan atölye çalışması büyür. Diyarbakır'a şube açılır. Güler Sabancı bu çantaları kullanarak PR desteği sağlar. Satış hizmetini Melih Özsöz yapmaktadır. Her ürünün

içine kimin yaptığına dair kimlik kartlarının konusu anlamlıdır. Bu sayede varoluş amacını tüketiciye aktarır, sosyal değere ortak etmiş olur (Sanje ve Dinç, 2012, s.55).

Ashoka'nın logosu girişimciliği profesyonelleştirme anlamında güçlü meşe ağacıdır. Ashoka, hükümetlerden fon almaz. Küresel ölçekte güçlü şirketlerden, vakıflardan, derneklerden, şahıslardan finanse edilebilir. 2009 itibari ile 1889 üyesinin olduğu bilinmektedir. Buraya üye olmak için, beş aşamalı seçimlerden geçilir. Ulusal seviyede kabul görüp, dünyaya önemli katkı yapmış, değer üretmiş, projeler yapmış olmak gerekir. Türkiye'de 24 Ashoka üyesi bulunmaktadır (Kayalar ve Arslan, 2016, s.63-72).

Sosyal girişimlerde dışardan yönetilip, sahiplenilip, fon sağlanması olabilirken, kâr güden faaliyetlerde yönetimle sahiplenebilirlik, içerden olmak durumundadır (Prabhu, 1999; akt. Kümbül Güler, 2008, s.79). Sosyal girişimcilerin amacı, “iyi iş” adı verilen etik ölçülerde en iyiyi, en güzeli, en doğruyu, en faydalıyı, en anlamlıyı yaparak nihayetinde mutlu olmaktır. Değer yaratıp, doyuma ulaşmaktır. Sosyal girişimcilik sivil toplumun ve üyelerinin problemlerini çözmek için inisiyatif alıp, riske girerek sorumluluk yüklenmesinin neticesinde sosyal açığı gidermek için farkındalıklı yarar amaçlı gönüllü ve tetikleyici bir faaliyettir. Muhammed Yunus'a göre gerçekten dünyanın istikbali, piyasa odaklı fikirlere sahip girişimcilerle şekillenecektir. Eğitimmeleri ve yüreklendirilmeleri şarttır. Böylelikle sinerji oluşumu sağlanmış olur (Kümbül Güler, 2010, s.152-220).

Kadın Kooperatiflerinin Çalışma Alanları; Küçük Çocuk Bakım ve Eğitim Hizmetleri; kreş ve oyun üniteleri, oyuncak içerikli kütüphaneleri, ana-baba eğitimleri, yeni anneleri bilgilendirme rehabilitasyon merkezleri açmak. Üretim; hediyeelik eşya, dokuma, dikiş, takı, el becerileri, gıda, sabun-mum üretim merkezleri. Hizmet alanları; kuaförlük, pansiyon, yemek yiyecek tesisler işletmek, turizm içerikli organizasyonları yapmak, ikinci el dükkânları açmak. Eğitim Çalışmaları; kadın, çocuk sağlığı, beslenme, kadına yönelik şiddet için eğitimler vermek, kadınlara bilgisayar kursları açmak, okuryazarlık öğretmek, zihinsel engellilerin ailelerine eğitim vermek. Ekonomik Güçlendirme Faaliyetleri; beceri ve meslek kursları, el ürünleri dükkânları açmak, kermesler festivaller düzenlemek. Müşterek Problemler İçin Örgütlenme; mahallelerde ihtiyaçları tespitle ilgili kurumlara iletme, belediye, kaymakamlık yardımlarını ulaştırmak, üreme sağlığı çalışmaları planlamak. Kadınlar için Bilgi

Merkezi; kadınlara internet, bilgisayar eğitimi vermek, valilik, kaymakamlık, belediye ve kamu da yapılan çalışmaları ihtiyaçlılara yönlendirmek. Sosyal Kültürel Çalışmalar; basın yayın ürünleri çıkarmak, kadınlara yönelik filmlerin gösterimini organize etmek, festival, kütüphanecilik gibi sosyal kültürel etkinlikler yapmak (Dervişoğlu, Okandan ve Sönmez, 2012, s.148).

Sivil inisiyatiflerin girişimci etkin bakış açısının lüzumlu olduğu alanlara çağımızda mutlak gereklilik hissedilmektedir. Birleşmiş Milletler'in 2000'de ki Bin Yıl Kalkınma Hedefleri BKH (Millenium Development Goals) belirlenmiştir. Bunlar açlık, yoksulluk, insan hakları ve cinsiyet eşitsizliği, temel eğitime erişememe, çocuk, anne ölümleri, halk sağlığı hastalıkları, çevre sorunları, temiz suya ulaşamama gibi durumlardır. Bu bağlamda sosyal girişimcilere çok iş düşmektedir. Schwab Vakfı bu yönde fon sağlamaktadır. Bornstein de sosyal bazlı sorunların, yaratıcı fikirler oluşturulup, desteklenmesi bağlamında ancak çözüme ulaşabileceğini söyler. Örneğin, Green-Works eski ofis mobilyalarını geri dönüşümle yenileyip, düşük fiyatla okullara, derneklere kazandırmakta, dezavantajlılara da iş imkânı sağlamış olmaktadır (Kümbül Güler, 2010, s.79).

Kişi başı 27 dolar mikro kredi vererek, projesini başlatan ekonomi profesörü Muhammed Yunus, köyleri gezerek Safiye Begüm'ün bambu tabure yapacak parası olmadığını görüp, projesini hayata geçirmiştir. 2003'de Diyarbakır, Siirt, Urfa ve Batman'da Yunus'un bu projesi uygulanmıştır. Yunus, öğrencileriyle köylülerin ayağına gidip, çeltik ayıklayanlara, çömlekçilere, inek alacaklara ve bilhassa kadınlara kredi vermiştir. Geri ödeme %97'dir. 7.5 milyon insana borç vermiştir. Bunların %65'i kadınlardır. 79 925 köyde 2462 şubesi bulunur. Greemen Bank'ın hisseleri devlete ve yoksul müşterilere aittir (Denizalp, 2009, s.18).

1883'te William L. Garrison'un kölelik düşmanı olarak çıkan öncü gazetesi American Anti-Salavery ve toplumsal öncü yenilikçi Jane Adam tarafından fakirlere destek için tesis ettiği "Hullhouse" ilk örneklerken, sosyal içerikli toplumsal girişimci gruplar içinden çıktıkları toplumda görünürlüklerini artırıp, sosyal etki boyutunu amaçlarlar. Kâr bu amaç kapsamında yatırıma dönüşüp, kurumun etki çeperini artıran projelere aktarılır. Sosyal girişimcilik düşünüldüğünde insan kaynağı, sosyal değer fırsatı ve finansal kaynak aynı kavşakta birleşir. Sosyal girişimci iç kaynakla dış bağlantıları doğru birleştirendir. Bu bileşenleri, sosyal değer oluşturacak şans kapılarını fark

edebilme, reformist olabilme, membaı oluşturma, devamlılık şeklinde sıralar. Kâr amaçsız sosyal girişimlerin yaşayabilmesi için sivil toplum örgütlerindeki gibi hedef kitlelere ulaşma başarısı ile özel sektörün iş disiplinine sahip olması gerekir (Austin, 2006, s.22).

Sosyal girişimcilikte performans ölçütü farklıdır. Ticarete kâr miktarı dikkate alınırken, burada ise, kendine has olarak performans ölçütlerini daha az standartlaştırılmış olarak görürüz. Ticarete girişimci servetle kendini ölçerken, sosyal girişimci misyonuyla alakalı değer yaratmayı baz alır (Smith ve Hunter, 2008; akt. Kayalar ve Arslan, 2016, s.62).

Topluma iyi hizmet eden sosyal girişimciler, devamlı yeni, denenmemiş şekillerde hizmet yolları araştırıp, uygulayarak, insanlığa ne şekilde daha fazla, daha güzel hizmet edilebileceği üzerinde çalışmalara devam ederler (Brinckerhof, 2000; akt. Kümbül Güler, 2008, s.81). Weber ve Tawney, “Protestan Ahlakı, Din ve Kapitalizmin Yükselişi” kitaplarında Protestanlığın girişimciliği motive ettiğini söylerler. Öz disiplin, çalışıp başarmak, zengin olmak, dürüst, üretken ve gayretli olmak prensiplerinin sayesinde birikimler çoğalmakta, yatırıma dönüşmektedir. Girişimci, yaratıcı ve yenilikçidir. Bu bakış sosyal girişimciliği doğurmuştur. Tutku, sosyal girişimciliğin en belirgin özelliklerindendir. Sosyal girişimciliğin çıktısı mutlaka sosyal olmak durumundadır. Sosyal sermaye hedeflenir. Sosyal içerikli amaçlar hizmet odaklıdır. Sosyal değer üretebilen, ihtiyaca yönelik vizyoner kişilerdir (Does, 1998; akt. Kümbül Güler, 2010, s.45-47).

Muhammed Yunus, 2006’da Nobel Barış Ödülü’nü aldığıında amacının hayırseverlik olmadığını ifade ederken, hayırseverliğin insanları pasifize ettiğini ve fakirliğin devamını sağladığı için, amacının insanlara eşit, adil şartlarda hayata tutunabilmeleri için şans alanı oluşturmak olduğunu söyler (Kümbül Güler, 2011, s.1).

Fazle Abed Bangladeş’te, Peter Eigen Almanya’da, Oded Grajew Brezilya’da, Alice Tepper Marlin ABD’de, Jeroo Billimoria Hindistan’da, Dener Giovanini Brezilya’da, J. B. Schram ABD’de, Petra Vitovsova Çekoslovakya’da, Hemşire Veronica Khosa Güney Afrika’da, Tomasz Sadowski Polonya’da, Rogelio Padilla Meksika’da sosyal girişimcilik öncüleridir (Denizalp, 2009, s.22).

Sosyal girişimciler insan haklarının arttırılmasını sağlayan, dezavantajlılarında hizmetlere ulaşabilmesini kolaylaştıranlardır. Tarihe baktığımızda, Hindistan’da 7 milyon adetten fazla toprak arazisi dağıtan Vinoba Bhav’yi görürüz. Doktor Maria Montessori’yi erken çocukluk eğitiminin öncüsü olarak izleriz. Florence Nigthingale, Gandhi, Martin Lutter King Jr. gibi örnekler sıralanabilir. Sosyal girişimciliğin dünyada kabul görmüş tam tanımı bulunmamaktadır. Piyasa temelli modeller olmasına rağmen, kâr amaçlı olmayan yaratıcı, yenilikçi, melez modellerdir. Sosyal girişimci, sonuçlarının tahmini güç eylemi başlatan, organize eden gönüllülerdir (Toplum Gönüllüleri, 2016, s.21).

Hindistan’da Chatna Sinha’nın Women’s Bank’ı kadınlara, hem ekonomik hem de sosyal hakları açısından güçlendirmek için faaliyettedir. Bangladeş’te İbrahim Sophan ders sayısını azaltıp, ev ödevini kaldıran bir hizmet türü geliştirmiştir. Liderlik becerisiyle özgüven üzerinde durmuştur. ABD’li Victoria Hale ishal geçiren çocukların az maliyetli ilaçlara ulaşmasında gayret sarf etmektedir. ABD’li David Green, Hindistan’da kurduğu Aurolap adlı karsız üretim tesisinde, katarakt ameliyatında kullanılan çok ucuz göz içi mercek üretmektedir. Aynı zamanda, Conversation Sound adlı sosyal girişimiyle yüksek kaliteli işitme cihazları sağlamaktadır. BRAC (Bangladeşli Kırsal Gelişim Komitesi) Afrika’da anne-çocuk sağlığı ve eğitimiyle ilgili çalışmaktadır. Kurucusu Fazle Hasan Abed’tir. Gram Vikas adlı kuruluşla Hindistan Orissa’da köylülere ucuz doğalgaz erişimi sağlamaktadır. Her ailenin tuvalet, banyo ve temiz suya erişimi böylelikle temin edilmiştir. Dünya çapında pek çok ödüle layık görülmüştür. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. Mustafa Sarı, ekolojik bilinç sağlayarak doğaya hizmet amaçlı “Doğa Gözcüleri Derneği” ni oluşturmuştur. Van Gölü’nde inci kefali balıkçılığına katkı hedeflenmiştir (Kümbül Güler, 2010, s.107-111).

Serah Bahadırılı ve Seda Gül’ün vaka çalışmasında anlattıklarına göre AYDER kurucusu Ercan Tural eksiklerini tamamlamak için “zayıf başlangıcın, güzel bir fikri öldürebileceği” düşüncesinden yola çıkarak, bir yıllığına projesini durdurup yurt dışında Uluslararası Engelli Dalgıçlar Federasyonu’nun çalışmalarına katılıp uzmanlaşmış olarak ülkeye döner. GENÇTUR’un başarısında da verimli bir ekip çalışması görürüz. Buğday Projesi’nde Victor Ananias’ın çok uzun yıllara dayanan bilgi üretme süreci vardır. KEDV’in kurucusu Şengül Akçar projesini Boğaziçi

Üniversitesi Kamu Yönetimi eğitiminde oluşmuş, saha tecrübesiyle harmanlamış, Dünya Bankası'na tavsiyeler verecek konuma yükselmiştir (Erhart ve Sanul, 2012, s.93-115).

Sosyal girişimciler toplum içinde yaşayan dezavantajlı olarak görülen kesimlerin problemlerine çözüm üreten toplumsal faydayı hedefleyen kuruluşlar olarak adlandırılmaktadır. Dees'e göre (2006) sosyal girişimciler, ticaretle uğraşan kuruluşlar ile hayırsever faaliyetlerin karışımından oluşmaktadır. Sosyal girişimciliği, toplumsal problemlere işletme açısından çözümler üreten örgütler olarak yorumlar (Neary ve Parker, 2004; akt. Kümbül Güler, 2008, s.83-84). Girişimci ailelerde yetişen gençler, rol model gördükleri için iş ahlakına da vakıf yetişirler. 6 yıldan fazla girişimcilik yapanların daha çok işletmeye sahip olma eğilimleri gözlemlenmiştir. İş tatminsizlikleri de iş kurmaya itici faktör özelliği taşır (Bird, 1993; akt. Kümbül Güler, 2010, s.15-16).

Sosyal girişimcilerin başarısında müşterek etik değerlerin payı vardır. Eksik tarafların eğitimle tamamlanmasına özen gösterilmesi önemlidir. Örneğin Çöp Adam'ın kurucusu Tara Hopkins atık ambalajdan çanta yapımını öğrenmek için Meksika'da bir cezaevine gitmiştir. Sosyal girişimciliğin ekosistemde karşılaştığı engel alanları; pazar alanında, kanuni çerçevede, görünür altyapıda, enformasyonla becerilerde, maddi faaliyetlere erişimde. Sosyal girişimcilerin önlerine çıkan mühim bir kısıt ise, yasal çerçevedir. Çünkü yasa ile tam tanımlanmamışlardır. Örneğin, kâr amacı olmayan Çöp Adam, bugün birçok kâr amaçlı şirketten fazla vergi ödemektedir. Kolaylaştırıcı kanuni düzenlemeler ivedilikle beklenmektedir. Toplumsal hizmet sınırlı kaynaklarla devam etmektedir (Dervişoğlu Okandan ve Görgülü, 2012, s.30-32).

Alternatif Yaşam Derneği AYDER, engellilere yönelik oluşmuş bir sosyal girişimdir. Sosyalleşmeleri, hayat kalitelerinin yükselmesi için, sporun, sanatın yaratıcı, özgürleştirici özelliğiyle bu amaca hizmet sağlanır. Görme, işitme, ortopedik, dil, zihinsel engellilere yöneliktir. Antalya Kaş'ta Ercan Tatal'la ortaya çıkmıştır. Dalış sporuyla engellileri hayata entegre etmeyi aktif ve özgür kılmayı amaçlamaktadır. Sporla sosyal dönüşüm mümkündür. Alternatif Kamp Projesi'de (2002) bir iş insanının desteğiyle hayata geçmiştir. Kamplarda müzik, resim, dans, tiyatro, drama, ritim seramik, satranç, yabancı dil, tekneçilik, bahçecilik kursları düzenlenmektedir (Bahadırılı ve Gül, 2012, s.61-87).

GENÇTUR, toplumlar var olduğu müddetçe sorunlar beraberinde olacaktır. Çözüm sorumluluk yüklenenlerce bulunacaktır. Önemli olan toplumsal yapıyla çelişmeden, ileri görüşlü projeler üretebilmektir (Denizalp, 2009, s.93).

KEDV Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı, toplumda dezavantajlı olmasına rağmen sosyal değer üretmede değişimi sağlayan unsur kadınlardır. Beceri geliştirmede İSMEK kurslarıyla KOSGEB'in KAGİDER'in kadın girişimcilere eğitim destek hizmetleri söz konusudur. Kadın kooperatifleri de sosyal dönüştürücü güce sahiptir (Dervişoğlu Okandan ve Sönmez, 2012, s.117-125).

BUĞDAY (Türkiye'de Tabana Dayalı Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği), 1990'da Ege'de bir kasabada Buğday Hareketi başlamıştır. Ekolojik Tarım, ürün, gıda güvenliği gibi kavramların ve çevre kirliliğinin farkındalığını ve bilincini ortaya çıkarmış bir harekettir (Kasalak, Yurcu, Akıncı ve Bahtiyar Sarı, 2018, s. 223).

Victor Ananias Buğday Derneği'ni kurmuştur. Bodrum Yalıkavak'ta değirmenci bir babanın oğludur. 120 yaşındaki babası Ali Ananias'ın "Ekolojik Yaşam Rehberi" vardır. Ufku geniş, uzun vadeli düşünen biridir. Bütün insanlığın huzuru, paylaşımı, yeterliliği yörüngesinde ilerleyen bir harekettir. Ege köylerinde pirinç, kekik, adaçayı, zeytinyağı, deniz tuzu alıp, Victor Ananias'ın Bodrum pazarında satması ile başlar. Daha sonra "Başak Doğal Ürünler Dükkânı" olur. Ardından "Naturcafe" açılır. Sağlıklı beslenme ve çevreci misyon yüklenir. Bunu, Buğday Vejeteryen Restoran" takip eder. Ekolojik bilinç yeri merkezi oluşmuş olur. 16 sayfalık bültenler yayınlanır. "Habitat Zirvesi ve Eko Köyler İletişim Ağı EKİLAT" toplantısına ev sahipliği yapar. Bültenen sonra "Buğday Dergisi" dünyaya gelir. Dergi, Oya Ayman'ın şahıs şirketinden çıkar. Türkiye'nin ilk ekolojik hayat dergisidir. 11 sene, 2 ayda bir yayınlanır. Pratik bilgileri içeren, hayat ansiklopedisi tarzında "Ekolojik Hayat Rehberi" ne dönüşür. Tv programlarıyla konuya duyarlılık kazandırmıştır. 3 Aralık 2004'te "Organik Tarım Kanunu" çıkması sağlanmıştır. Tarım ürünlerinin Hal Kanunu'ndan muafiyeti sağlanmıştır. (Demir, Kayhan ve Soylu, 2012, s.149-173).

Sosyal girişimcilik, fonksiyon olarak bir değişim ajanı olarak görülmektedir. Örneğin, ABD'de Andrew Carnegie Halk Kütüphaneleri oluşturmuştur. Burada onu sosyal girişimci yapan ilk unsur, bütün kütüphane sistemine getirdiği dinamik vizyondur. ASHOKA'nın kurucusu Bill Drayton "Sosyal girişimci balık vermeyi değil, balık

tutmayı öğretir” demektedir. Bu terminolojide sosyal girişimciler kültür ve sanat alanında da aktiftirler. Örneğin, Robert Redford’un kurduğu “Sundance Film Festivali” ve “Sundance Enstitüsü” küresel platformda bağımsız filmlere itici güç olmaktadır. Bu piyasada, istikrar ve denge tesis etmiş bir sosyal girişimcilik numunesidir (Aksoy, 2013, s.1-39).

Sosyal girişimcilikte en büyük sivil platform olan ASHOKA’nın kapsamında Türkiye’de kadınlara yönelik hakların kazanımında ilerleme sağlamak doğrultusunda çaba gösteren sekiz kadın sosyal girişimcisi saptanmıştır. Söz konusu kadın girişimcilerin bütün üyelere göre oranı ise, yüz kişiden yirmi kişiye tekabül etmektedir. Sosyal girişimcilik alanında aktif görev yapan pek çok kadın sosyal girişimcinin geçmiş hayatlarındaki arka planlarında şiddete, tacize tanıklık, maruziyet veya depremden, fakirlikten olumsuz etkilenme gibi travmatik tabloları barındırdıklarının ve hayat kalitelerini yükseltmeleri hedeflemeleri, onların ortak paydalarını çizdikleri saptanmıştır (Büyükaslan ve Kızıldağ, 2017, s.54-56).

Sosyal girişimcilik yaşayabilmesi için sosyal misyon odaklı olmanın yanında ticari olmak da zorundadır. Bu düzlemde “Hibrit Model” adını almaktadır. Sosyal girişimcilik, kurumsal sosyal sorumluluk sahibi işletmeleri yaratmış, sistematik bir segment meydana getirmiştir. Doğa temelli, çevreci, ekolojik, duyarlılıklı, sürdürülebilir yerel turizm de sosyal girişimcilerin sahasına girer (çiftlik turizmi, sağlık turizmi, alternatif turizm vs.). Turizm de sosyal girişimciliğe ilk örnek Arizona’da Grand Canyon, Skywalk’tır. 2100 kişilik Hualapi Kabilesi geleneksel el sanatlarını, danslarını sunup, para kazanıp, okullar, yollar yapmışlar, ihtiyaçlarını gidermişlerdir. “Kuku Yalanji Dreamtime” Avustralya’da Aborjinlere ait ekoturizm orijinli sosyal girişimdir. Geleneksel patika turlarıyla ormanlarda yerlilerin rehberliğinde kültürlerini tanıtırlar. Kazançlarıyla toplumlarını güçlendirirler. Kanada Ontario’da The Cree Ecolodge Konaklama Tesisi’nde halkın sağlık ve eğitime katkı için hayata geçirilmiş sosyal girişim projesidir. Çevre dostu organik ürünlerden gelir elde ederler. 2005’te yılın işletmesi ödülünü almıştır. MoCreebec halkı kurmuştur (Günlü, 2015, s.30-38).

TOMS, ayakkabı markasıdır. “One- For- One” Kampanyasıyla ayakkabı alan her bir fert adına ihtiyaçlı çocuğa bir çift ayakkabı bağışlama faaliyetidir. Blake Mycosciise Arjantin’de ayakkabısı olmayan çocukları görmesi ona ilham teşkil etmiştir. Sattığı 60

milyon çift ayakkabıya karşılık 60 milyon çift ayakkabı bağışlamıştır. Aynı şirket, üniversite öğrencilerine çamaşırhane, kablolu tv, sürücü kursu imkânı sağlayarak sosyal girişimcilik örneği teşkil etmiştir. İşçi haklarını destekleyen şirketler de vardır. Örneğin, Afrika’da Oliberte’yi örnek verebiliriz (Üre, 2018, s.1).

Sosyal belediyecilik, merkezi sosyal devletin yerele uzanan ekini koordine eder. Muhtaç ve zayıfların destekçisidir. Yaşlıları, engellileri, gençleri sosyal politikalarla hayata dahil eder. Yaşam kalitesini yükseltir. Kent konseyleri bu konuda yardımcıdır. Göçmenlerin, afetzedelerin olumsuzluklarını giderir. Sosyal girişimci belediyeler, toplumun demokratikleşmesine ve refahına katkı sağlar. Duyarlılık artırır. Kamu kaynaklarını yerele çeker. Sosyal girişimci, plan ve projelere gereken izinleri vermekle destek olur. Aktiviteleri destekler (Koçak ve Kavi, 2014, s.36-46).

Sosyal girişimcilik aslında bir organizasyondur. Bu alanda fon, sponsor ve yaratıcı çözümler bulmakta sosyal faydaya yaratıcı hizmettir. Mesuliyet duyguyla donanımlı olmak sosyal girişimciliğin formatında vardır. Tüm dünyaya karşı sorumluluğu gereği ülkeler arasında sınırları da kaldırmaktadır. Bu farkındalık öğrenilebilir bir olgudur. Sosyal girişimciliğin Türkiye’de emekleme safhasında olduğu, ancak etki gücünü arttırmanın sosyal bir ödev olarak algılanması gerekmektedir (Müftigil Yalçın, 2018, s.38).

Bir problemin sosyal girişimcilik kapsamında ele alınabilmesi için bir topluluğu sosyal bazda etkilemiş olması gerekir. Sorunun çözümü de içinden çıktığı toplulukça talep edilmelidir ki sosyal girişimcilik kapsamında faaliyetlere yol açabilsin (Demirbilek, 2005, s.88).

Gençlerin sosyal girişimcilik faaliyetleri çok daha önemlidir. Toplumun geleceğini temsil eden bu kesimin, toplumun sorunlarına çözüm üretme misyonu yüklenerek, problemleri ele alış şekliyle çözümlerdeki kararlı, azimli tutumları, topluma yenilikçi değer yaratma misyonları sürdürülebilirlik açısından çok kıymetlidir (Mohan Bursalı ve Aksel, 2016, s.85-101).

Üniversite öğrencileri içinde öğretmen adaylarının aynı zamanda toplumsal sorunları çözmeye de adaylık gibi bir misyonları vardır. Görev alanları okulla sınırlı değildir. Kişilik özellikleri doğrultusunda, mesleki sosyal duyarlılıklarıyla, sosyal girişimciliğe yönelişleri olduğu araştırmalarda belirlenmiştir. Öğretmen aynı zamanda okul

çevresini de etkinliklerle tasarlayıp uygulama alanına katandır (Akar ve Aydın, 2015, s.428).

Üniversite öğrencileri sosyal girişimci yetiştirilmesinde hedef kitle olarak görülmektedir. Boğaziçi Üniversitesi Derneği ve Vakfı'nın Elginkan Vakfı ile müşterek organize ettiği “Yeni Düşler Yenilikçi Düşünceler” Proje Yarışması buna örnektir. Sosyal girişimciliği, Drucker (1993), özel ile kamu sektörünün ortasında “Özerk Sosyal Sektör” olarak tanımlar. Sanayi Devrimi 1950’den sonra sosyal sorumluluk bilincinde artış görülmektedir. Sosyal hareketlilik toplumdaki memnuniyetsizliği de ifade ederken, bunların giderilmesi isteğini de söylemiş olur. Buna rağmen her sosyal hareket, sosyal girişimcilik değil, motive edicisidir. İçsel doyum sağlayan sosyal girişimcilik, çalışma ortamlarında anlam değişikliklerinden kendine olumlu yollar çizer. Gönüllü faaliyetler, işsizler için bir süreliğine de olsa işsizliğin kötü duygusunu giderip, ekonomiye dinamizm kazandırmaktadır (Kümbül Güler, 2010, s.101-107).

Sosyal girişimcilik, toplumsal farkındalık yaratan sivil bir inisiyatif olarak, ülkelere taze kan olmaya adaydır. İnsan odaklı bütün sosyal girişimler, toplumsal onayı da beraberinde getirmektedirler. Sosyal girişimcilik, tasarımın öncülük ettiği bir inovasyondur. Hayatın her katmanına dokunur. Sosyal girişimci bir öncüdür. Yeni konseptlerle inovatif tekliflerle eldeki kaynakların limitlerini maksimum zorlayarak riskleri göğüsler. Olumsuz şartlardan etkin çözümlerle çıkmayı başaran sosyal girişimciler, ekip halinde çalıştıklarında değişimin ve dönüşümün hızını katlamaktadırlar. Sosyal girişimcilik, bir idealin halelenmesidir. Psikolojik ve sosyal tahribatı önleyici rol oynamaktadır ve katılımcıdır. Meksika’da olduğu gibi bazı ülkelerde ise yasal dayanaktan yoksun olması sosyal girişimciliğin en somut engelidir. İnternet ve cep telefonlarının yaygınlığı, dünyanın geri kalmış bölgelerinde sosyal girişimciliğin gelişip umut olmasına katkı sunarken, sosyal girişimcilik hayatın formlarını değiştirmektedir.

3. YÖNTEM

3.1 Araştırmanın Metedolojisi

3.1.1 Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, nicel olarak kurgulanmıştır. Nicel araştırma yönteminde araştırılan konu ile ilgili olarak evreni temsil yeterliliğine sahip örneklemden sayısal sonuçlar elde edilmektedir. Bu tip araştırmalarda örneklem aracılığı ile evrenin araştırılan konu hakkındaki fikrinin yönü sorgulanmaktadır. Nicel araştırma yöntemleri sayısal verilere dayandığından objektif nitelik taşımaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkinin tespit edilmesi ve farklılaşan grupları birbiriyle karşılaştırmak amacıyla kullanılmaktadır (Karasar, 2014, s. 81).

3.1.2 Veri Toplama Araçları

Çalışmada katılımcıların kişisel özelliklerini belirlemek üzere demografik soruların yanı sıra Sosyal Girişimcilik Öncülleri Ölçeği ve Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği kullanılmıştır.

Sosyal Girişimcilik Öncülleri Ölçeği: Hockerts (2015) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek, 5’li likert tipte 18 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Empati, Toplumsal Ahlaki Yükümlülük, Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik Algısı ve Algılanan Sosyal Destek olmak üzere dört alt boyutu bulunmaktadır. Ölçeğin alt boyutlarının güvenilirlik değerleri sırasıyla 0.86, 0.82, 0.82 ve 0.79 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması, Akar (2020) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması, orijinal ölçekle aynı faktör yapısına sahiptir, ancak geçerlik ve güvenilirlik çalışması sonucunda ölçeğin Türkçe versiyonunun nihai olarak 17 maddeden oluştuğu saptanmıştır.

Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği: Petrides ve Furnham (2001) tarafından geliştirilmiş, Türkçe uyarlaması Deniz, Özer ve Işık (2013) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçekte

7'li Likert tipte 20 ifade bulunmaktadır. Öznel İyi Oluş, Öz Kontrol, Duygusalık ve Sosyallik olmak üzere dört faktörlü yapısı bulunan ölçeğin güvenilirlik değerleri sırasıyla 0.80, 0.75, 0.69 ve 0.69 olarak bulunmuştur.

3.1.3 Evren ve Örneklem

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik öncülleri ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirildiğinden, araştırmanın hedef evrenini ülkemizde üniversite düzeyinde öğrenim gören tüm üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Ulaşılabilir evren ise Bursa'daki tüm üniversite düzeyinde öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Bu kadar geniş bir evrene ulaşmanın hem zaman hem de maddi olarak imkânsız olması nedeniyle örnekleme yoluna gidilmiş ve araştırmanın örneklemini Bursa Teknik Üniversitesi ve Bursa Uludağ Üniversitesi'nde öğrenim gören 320 öğrenci ile sınırlandırılmıştır.

3.1.4 Verilerin Toplanması

Araştırma amacıyla oluşturulan anket formu internet ortamına aktarılmış ve veriler online ortamda toplanmıştır. Verilerin toplanması için oluşturulan link katılımcılara sosyal medya araçları ve e-posta yoluyla gönderilmiş, katılımcılar ise kendilerine ait internete bağlı cihazlardan (akıllı telefon, masaüstü/dizüstü bilgisayar, tablet) erişerek ankete katılım sağlamıştır. Oluşturulan anket formu, katılımcılara 18 Ağustos 2020 ile 30 Ağustos 2020 tarihleri arasında iletilmiştir. İlgili tarih aralığında katılımcıların verdiği yanıtlar anlık olarak toplanmıştır.

3.1.5 Verilerin Analizi

Verilerin analizinde, verilere hangi tür analizlerin uygulanabileceğinin belirlenmesi için öncelikle normallik analizinden faydalanılmıştır. Normallik analizinde Kolmogorov-Smirnov testinden ya da basıklık ile çarpıklık değerlerinden faydalanılmaktadır. Bir serinin normallik varsayımını karşılaması için ya Kolmogorov-Smirnov testinin istatistik olarak anlamsız ($p>0.05$) ya da basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında değer alması gereklidir. Analizlerde serilerin normallik varsayımını karşılaması durumunda parametrik testlerden, normallik varsayımını karşılamaması halinde ise nonparametrik testlerden faydalanılmaktadır (Gülbüz ve Şahin, 2016, s. 216-217).

Tablo 1’de görüldüğü üzere duygusal zekâ hariç, tüm değişkenlerin Kolmogorov-Smirnov testine ilişkin “p” değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Basıklık ve çarpıklık değerleri incelendiğinde ise Empati, Toplumsal Ahlaki Yükümlülük ve Sosyal Girişimcilik Öncülleri değişkenlerine ait basıklık ve çarpıklık değerlerinin limit değerler dışında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla İyi Oluş, Öz Kontrol, Duygusalılık, Sosyallik, Duygusal Zekâ, Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik ve Algılanan Sosyal Destek değişkenlerinin normallik varsayımlarını karşıladığı, buna karşılık Empati, Toplumsal Ahlaki Yükümlülük ve Sosyal Girişimcilik Öncülleri değişkenlerinin ise normallik varsayımlarını karşılamadığı görülmektedir. Buna karşılık; Gürbüz ve Şahin (2016) “*En az eşit aralıklı ölçüm düzeyine sahip (sürekli değişken) ve geniş örneklemden (n>200) oluşan veri setlerinin normal dağılım özelliği göstermese dahi, normallik varsayımı gerektiren analizlerde daha güvenilir sonuçlar verebildiğini*”, “*Geniş örnekleme sahip verilerin veri dönüştürme işlemine tabi tutulmaksızın özgün halleri ile kullanılmasında bir sakınca olmadığını*”, “*En az eşit aralıklı ölçüm düzeyine sahip ve geniş örneklemden oluşan veri setlerinde normal dağılım varsayımının katı bir biçimde aranmamasının daha kabul edilebilir bir davranış olduğunu*” belirttiğinden çalışmada normallik varsayımını karşılamayan değişkenler için de parametrik testler kullanılmıştır.

Yapılan tüm analizler, SPSS for Windows, v26.0 paket programı aracılığı ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1: Normallik Analizi

		İyi Oluş	Öz Kontrol	Duygusalılık	Sosyallik	DUYGUSAL ZEKÂ	Empati	Toplumsal Ahlaki Yükümlülük	Sosyal Girişimcilik Öz yeterlilik	Algılanan Sosyal Destek	SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖNCÜLLERİ
N		320	320	320	320	320	316	316	316	315	316
Normallik Parametreleri	X	5,234	4,765	4,988	5,182	4,880	4,453	4,471	3,928	3,542	4,100
	SS	1,084	1,219	0,996	1,100	0,672	0,633	0,737	0,687	0,794	0,527
Aşırı Farklar	Mutlak	0,096	0,095	0,105	0,087	0,029	0,206	0,273	0,130	0,092	0,088
	Pozitif	0,052	0,069	0,061	0,057	0,019	0,194	0,237	0,094	0,070	0,044
	Negatif	-0,096	-0,095	-0,105	-0,087	-0,029	-0,206	-0,273	-0,130	-0,092	-0,088
Test istatistiği		0,096	0,095	0,105	0,087	0,029	0,206	0,273	0,130	0,092	0,088
p		0,000	0,000	0,000	0,000	,200	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Basıklık		-0,726	-0,309	-0,351	-0,342	-0,217	-1,582	-1,822	-0,548	-0,471	-1,027
Çarpıklık		0,626	-0,298	-0,240	-0,519	0,133	3,195	4,367	0,722	0,716	2,115

4. BULGULAR

4.1 Kişisel Özellikler

Katılımcıların kişisel özellikleri Tablo 2’de bütünsel olarak görülmektedir. Buna göre katılımcıların %83.8’i kadın, %16.3’ü ise erkektir. 18-25 yaş aralığındaki katılımcıların oranı %32.2 iken, 26-40 yaş aralığındakilerin oranı %43.4, 41 yaş ve üzerindeki oranı ise %23.8’dir. Evli katılımcılar, tüm katılımcıların %52.2’sini oluştururken, bekar katılımcıların oranı ise %47.8’dir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%73.8) ilde yaşarken, %20.6’sı ilçede, %5’i ise köyde yaşamaktadır. Katılımcıların %17.5’inin kendi geliri bulunmazken, %11.9’unun 1000 TL ila 2500 TL arasında, %28.1’nin 2500 TL ila 5000 TL arasında, %25’inin 5000 TL ila 7500 TL arasında, %8.4’ünün 7500 TL ila 10 bin TL arasında geliri bulunmaktadır. 10 000 TL’den yüksek gelire sahip olanların oranı ise %8.1’dir. Katılımcıların %4.1’inin kardeşi bulunmazken, %31.6’sının bir, %25.9’unun iki, %16.6’sının üç ve %20’sinin üçten fazla kardeşi bulunmaktadır. Katılımcıların %51.9’unun babası emekli iken, %67.8’inin annesi ise çalışmamaktadır.

Tablo 2: Kişisel Özellikler

	n	%		n	%
Cinsiyet			Aylık Gelir		
Kadın	268	83.8	Kendi gelirim yok	56	17.5
Erkek	52	16.3	1000-2500 TL	38	11.9
			2500-5000 TL	90	28.1
Yaş			5000-7500 TL		
18-25	103	32.2	7500-10000	27	8.4
26-40	139	43.4	10000 ve üstü	26	8.1
41 ve üzeri	76	23.8	Yanıtlamayan	3	0.9
Yanıtlamayan	2	0.6			
Medeni Durum			Kardeş Sayısı		
Bekar	153	47.8	Kardeşim yok	13	4.1
Evli	167	52.2	1	101	31.6
			2	83	25.9
İkamet			3	53	16.6
İl	236	73.8	3'ten fazla kardeşim var.	64	20.0
İlçe	66	20.6	Yanıtlamayan	6	1.9
Köy	16	5.0			
Yanıtlamayan	2	0.6	Anne Mesleği		
			Çalışmıyor	217	67.8
Baba Mesleği			Emekli	65	20.3
Çalışmıyor	19	5.9	Kamu sektöründe çalışıyor	5	1.6
Emekli	166	51.9	Kendine ait işyerinde çalışıyor	8	2.5
Kamu sektöründe çalışıyor	26	8.1	Özel sektörde çalışıyor	20	6.3
Kendine ait işyerinde çalışıyor	60	18.8	Yanıtlamayan	5	1.6
Özel sektörde çalışıyor	42	13.1			
Yanıtlamayan	7	2.2	Toplam	320	100.0

Katılımcıların girişimcilik öykülerine yönelik özellikleri Tablo 3'te görülmektedir. Buna göre katılımcıların %49.4'ünün küçük de olsa bir girişimcilik macerası bulunurken, %53.1'nin girişimcilik konusunda bir rol modeli bulunmamaktadır.

Tablo 3: Girişimciliğe Yönelik Özellikler

Girişimcilik Hikâyesi		
Hayır	158	49.4
Evet	159	49.7
Yanıtlamayan	3	0.9
Girişimcilik Rol Modeli		
Hayır	170	53.1
Evet	150	46.9
Toplam	320	100.0

4. 2 Betimleyici İstatistikler

Çalışmada kullanılan ölçeklerin betimleyici istatistikleri Tablo 4'te bütünsel olarak görülmektedir.

Tablo 4: Betimleyici İstatistikler

	X	SS
DUYGUSAL ZEKÂ	4.8804	0.6716
İyi Oluş	5.2336	1.0842
Öz Kontrol	4.7646	1.2194
Duygusallık	4.9878	0.9963
Sosyallik	5.1823	1.1002
SOSYAL GİRİŞMCİLİK ÖNCÜLLERİ	4.0996	0.5273
Empati	4.4533	0.6326
Toplumsal Ahlaki Yükümlülük	4.4713	0.7370
Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik	3.9283	0.6866
Algılanan Sosyal Destek	3.5418	0.7937

4. 3 İstatistiksel Analizler

4.3.1 Duygusal Zekânın Kişisel Özelliklere Göre Değişkenliği

Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır.

Tablo 5: Duygusal Zekânın Cinsiyete Göre Değişkenliği

Cinsiyet		N	X	SS	t	p
İyi Oluş	Kadın	268	5.2313	1.10057	-0.084	0.933
	Erkek	52	5.2452	1.00549		
Öz Kontrol	Kadın	268	4.7572	1.22405	-0.247	0.805
	Erkek	52	4.8029	1.20593		
Duygusallık	Kadın	268	4.9994	1.01115	0.473	0.637
	Erkek	52	4.9279	0.92267		
Sosyallik	Kadın	268	5.1608	1.10840	-0.794	0.428
	Erkek	52	5.2933	1.06034		
DUYGUSAL ZEKÂ	Kadın	268	4.8726	0.68240	-0.472	0.638
	Erkek	52	4.9207	0.61737		

Yapılan bağımsız örneklem t testinin sonucunda katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0.05$). **(H1: Ret), (H1a: Ret), (H1b: Ret), (H1c: Ret), (H1d: Ret).**

Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik düzeylerinin yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA'dan faydalanılmıştır.

Tablo 6: Duygusal Zekânın Yaşa Göre Değişkenliği

		N	X	SS	F	p	Farklılık
İyi Oluş	18-25	103	5.0437	1.18168	2.306	0.101	
	26-40	139	5.3165	0.95817			
	41 ve üzeri	76	5.3322	1.15642			
	Total	318	5.2319	1.08740			
Öz Kontrol	18-25	103	4.4320	1.33128	7.578	0.001	1-3
	26-40	139	4.8082	1.15058			
	41 ve üzeri	76	5.1294	1.08912			
	Total	318	4.7631	1.22306			
Duygusallık	18-25	103	5.0105	1.03865	0.809	0.446	
	26-40	139	4.9101	0.97802			
	41 ve üzeri	76	5.0855	0.98281			
	Total	318	4.9845	0.99858			
Sosyallik	18-25	103	5.1731	1.15621	0.134	0.875	
	26-40	139	5.2122	1.05811			
	41 ve üzeri	76	5.1316	1.12392			
	Total	318	5.1803	1.10337			
DUYGUSAL ZEKÂ	18-25	103	4.7981	0.66163	1.306	0.272	
	26-40	139	4.8992	0.62240			
	41 ve üzeri	76	4.9562	0.77093			
	Total	318	4.8801	0.67368			

Yapılan ANOVA sonucunda katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, duygusallık ve sosyallik düzeylerinin yaşlarına göre farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0.05$). **(H2: Ret), (H2a: Ret), (H2c: Ret), (H2d: Ret),**

Buna karşılık duygusal zekânın öz kontrol alt boyutu düzeyi, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir ($p=0.001<0.05$). Bu farklılığın kaynağının tespit edilmesi için gerçekleştirilen Tukey Çözümlemesi sonucunda 41 yaş ve üzerindekiilerin öz kontrol düzeylerinin 18-25 yaş aralığındakilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür ($X_{41 \text{ Yaş ve Üzeri}} > X_{18-25}$). **(H2b: Kabul).**

Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik düzeylerinin girişimcilik öyküsü olup olmasına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır.

Tablo 7: Duygusal Zekânın Girişimcilik Öyküsüne Göre Değişkenliği

		N	X	SS	t	p
İyi Oluş	Hayır	158	5.1234	1.14573	-1.828	0.068
	Evet	159	5.3459	1.01757		
Öz Kontrol	Hayır	158	4.6920	1.22361	-0.999	0.319
	Evet	159	4.8291	1.22143		
Duygusallık	Hayır	158	4.9752	1.01133	-0.151	0.880
	Evet	159	4.9921	0.99103		
Sosyallik	Hayır	158	5.0306	1.19196	-2.471	0.014
	Evet	159	5.3349	0.99057		
DUYGUSAL ZEKÂ	Hayır	158	4.8178	0.68113	-1.719	0.087
	Evet	159	4.9473	0.65958		

Yapılan bağımsız örneklem t testinin sonucunda katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, öz kontrol ve duygusallık düzeylerinin girişimcilik öyküsü olup olmadığına göre farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0.05$). **(H3: Ret), (H3a: Ret), (H3b: Ret), (H3c: Ret).**

Buna karşılık duygusal zekânın sosyallik alt boyutu düzeyinin girişimcilik öyküsü olup olmamaya göre değişkenlik gösterdiği görülmüştür ($p=0.014<0.05$). Buna göre girişimcilik öyküsü olanların duygusal zekânın sosyallik alt boyutu düzeyleri, girişimcilik öyküsü olmayanlara göre daha yüksektir ($p<0.05$; $X_{\text{Evet}} > X_{\text{Hayır}}$). **(H3d: Kabul),**

Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik düzeylerinin girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır.

Tablo 8: Duygusal Zekânın Girişimcilik Rol Modeli Olup Olmamasına Göre Değişkenliği

		N	X	SS	t	p
İyi Oluş	Hayır	170	5.0529	1.06629	-3.219	0.001
	Evet	150	5.4383	1.07126		
Öz Kontrol	Hayır	170	4.6946	1.20007	-1.093	0.275
	Evet	150	4.8439	1.24011		
Duygusallık	Hayır	170	4.8770	1.00177	-2.130	0.034
	Evet	150	5.1133	0.97820		
Sosyallik	Hayır	170	5.1260	1.09746	-0.975	0.330
	Evet	150	5.2461	1.10349		
DUYGUSAL ZEKÂ	Hayır	170	4.7775	0.63485	-2.955	0.003
	Evet	150	4.9971	0.69474		

Yapılan bağımsız örneklem t testinin sonucunda katılımcıların duygusal zekânın alt boyutları olan öz kontrol ve sosyallik düzeylerinin girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0.05$). **(H4b: Ret), (H4d: Ret),**

Buna karşılık katılımcılardan girişimcilik konusunda rol modeli olanların duygusal zekâ düzeyleri ve duygusal zekânın alt boyutlarından iyi oluş ve duygusallık düzeylerinin, girişimcilik konusunda rol modeli olmayanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0.05$; $X_{\text{Evet}} > X_{\text{Hayır}}$). **(H4: Kabul), (H4a: Kabul), (H4c: Kabul).**

4.3.2 Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Kişisel Özelliklere Göre Değişkenliği

Katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan empati, toplumsal ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik öz yeterlilik ve algılanan sosyal destek düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır.

Tablo 9: Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Cinsiyete Göre Değişkenliği

Cinsiyet		N	X	SS	t	p
Empati	Kadın	264	4.5036	0.60212	2.859	0.006
	Erkek	52	4.1981	0.72287		
Toplumsal Ahlaki Yükümlülük	Kadın	264	4.4817	0.75201	0.567	0.571
	Erkek	52	4.4183	0.65999		
Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik	Kadın	264	3.9296	0.69065	0.078	0.938
	Erkek	52	3.9215	0.67245		
Algılanan Sosyal Destek	Kadın	263	3.5352	0.80245	-0.333	0.739
	Erkek	52	3.5753	0.75466		
SOSYAL GİRİşİMCİLİK ÖNCÜLLERİ	Kadın	264	4.1136	0.52946	1.067	0.287
	Erkek	52	4.0283	0.51534		

Yapılan bağımsız örneklem t testinin sonucunda katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan toplumsal ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik öz yeterlilik ve algılanan sosyal destek düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0.05$). **(H5: Ret), (H5b: Ret), (H5c: Ret), (H5d: Ret).**

Buna karşılık kadınların empati düzeylerinin erkeklerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$; $X_{Kadın}>X_{Erkek}$). **(H5a: Kabul).**

Katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan empati, toplumsal ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik öz yeterlilik ve algılanan sosyal destek düzeylerinin yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA'dan faydalanılmıştır.

Tablo 10: Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Yaşa Göre Değişkenliği

		N	X	SS	F	p	Farklılık
Empati	18-25	101	4.5733	0.55116	4.288	0.015	1-3
	26-40	138	4.4475	0.58317			
	41 ve üzeri	75	4.2933	0.78385			
	Total	314	4.4511	0.63400			
Toplumsal Ahlaki Yükümlülük	18-25	101	4.5050	0.64612	0.959	0.384	
	26-40	138	4.4040	0.76495			
	41 ve üzeri	75	4.5356	0.80202			
	Total	314	4.4679	0.73818			
Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik	18-25	101	4.0140	0.71493	1.359	0.259	
	26-40	138	3.8696	0.68163			
	41 ve üzeri	75	3.8989	0.64844			
	Total	314	3.9230	0.68567			
Algılanan Sosyal Destek	18-25	100	3.6367	0.80189	3.700	0.026	?
	26-40	138	3.3998	0.81675			
	41 ve üzeri	75	3.6511	0.70093			
	Total	313	3.5357	0.79255			
SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖNCÜLLERİ	18-25	101	4.1849	0.51158	2.543	0.080	
	26-40	138	4.0302	0.51049			
	41 ve üzeri	75	4.0947	0.56274			
	Total	314	4.0954	0.52631			

Yapılan ANOVA sonucunda katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan toplumsal ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik öz yeterlilik düzeylerinin yaşlarına göre farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0.05$). **(H6: Ret), (H6b: Ret), (H6c: Ret).**

Buna karşılık sosyal girişimcilik öncüllerinin empati alt boyutu düzeyi, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir ($p=0.015<0.05$). Bu farklılığın kaynağının tespit edilmesi için gerçekleştirilen Tukey Çözümlemesi sonucunda 18-25 yaş aralığındakilerin empati düzeylerinin 41 yaş üzerindekiilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür ($X_{18-25}>X_{41}$ Yaş ve Üzeri). **(H6a: Kabul).**

Algılanan sosyal destek düzeyinin ise yaşa göre farklılık gösterdiği belirlenmişse yapılan Tukey çözümlemesi sonucunda farklılığın kaynağı tespit edilememiştir **(H6d: Kabul)**.

Katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan empati, toplumsal ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik öz yeterlilik ve algılanan sosyal destek düzeylerinin girişimcilik öyküsü olup olmamasına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır.

Tablo 11: Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Girişimcilik Öyküsüne Göre Değişkenliği

		N	X	SS	t	p
Empati	Hayır	156	4.5359	0.54713	2.355	0.019
	Evet	157	4.3685	0.70181		
Toplumsal Ahlaki Yükümlülük	Hayır	156	4.5337	0.67864	1.425	0.155
	Evet	157	4.4151	0.78930		
Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik	Hayır	156	3.9396	0.69796	0.167	0.867
	Evet	157	3.9268	0.66522		
Algılanan Sosyal Destek	Hayır	155	3.4500	0.84774	-2.105	0.036
	Evet	157	3.6380	0.72561		
SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖNCÜLLERİ	Hayır	156	4.1168	0.50659	0.500	0.617
	Evet	157	4.0871	0.54372		

Yapılan bağımsız örneklem t testinin sonucunda katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan toplumsal ahlaki yükümlülük ve sosyal girişimcilik öz yeterlilik düzeylerinin girişimcilik öyküsü olup olmamasına göre farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0.05$). **(H7: Ret), (H7b: Ret), (H7c: Ret)**

Buna karşılık katılımcılardan girişimcilik konusunda rol modeli olanların duygusal zekâ düzeyleri ve duygusal zekânın alt boyutlarından iyi oluş ve duygusallık düzeylerinin, girişimcilik konusunda rol modeli olmayanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0.05$; $X_{\text{Evet}} > X_{\text{Hayır}}$) **(H7: Ret), (H7b: Ret), (H7c: Ret)**

Bununla birlikte girişimcilik öyküsü bulunmayanların empati düzeylerinin girişimcilik öyküsü bulunanlardan yüksek olduğu **(H8a: Kabul)**, buna karşılık girişimcilik öyküsü bulunanların algılanan sosyal destek düzeylerinin girişimcilik öyküsü olmayanlardan yüksek olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$) **(H8d: Kabul)**.

Katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan empati, toplumsal ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik öz yeterlilik ve algılanan sosyal destek düzeylerinin girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır.

Tablo 12: Sosyal Girişimcilik Öncüllerinin Girişimcilik Rol Modeli Olup Olmamasına Göre Değişkenliği

		N	X	SS	t	p
Empati	Hayır	168	4.4259	0.60194	-0.821	0.412
	Evet	148	4.4845	0.66637		
Toplumsal Ahlaki Yükümlülük	Hayır	168	4.5074	0.70255	0.930	0.353
	Evet	148	4.4302	0.77470		
Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik	Hayır	168	3.8730	0.72171	-1.527	0.128
	Evet	148	3.9910	0.64117		
Algılanan Sosyal Destek	Hayır	167	3.4965	0.76329	-1.076	0.283
	Evet	148	3.5929	0.82636		
SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖNCÜLLERİ	Hayır	168	4.0775	0.50854	-0.792	0.429
	Evet	148	4.1246	0.54849		

Yapılan bağımsız örneklem t testinin sonucunda katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin tüm alt boyutlarının düzeylerinin girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0.05$). (H7: Ret), (H8a: Ret), (H8b: Ret), (H8c: Ret), (H8d: Ret).

4.3.3 Duygusal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik Öncülleri Arasındaki İlişkiler

Duygusal zekâ ve alt boyutları ve sosyal girişimcilik öncülleri ve alt boyutları arasındaki ilişkilerin belirlenebilmesi için korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Korelasyon analizinde Pearson Korelasyon Katsayısından faydalanılmaktadır. İlgili katsayı 0 ila 1 aralığında bir değer almaktadır. Katsayının 1'e yaklaşması, incelenen iki değişken arasındaki ilişkinin kuvvetlendiği, 0'a yaklaşması ise incelenen iki değişken arasındaki ilişkinin zayıfladığı anlamına gelmektedir. İlgili katsayı pozitif ya da negatif değer alabilmektedir. Katsayının pozitif olması durumunda incelenen iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif yönlü, katsayının negatif olması durumunda ise incelenen iki değişken arasındaki ilişkinin ters yönlü olduğu anlamını taşımaktadır.

Korelasyon analizinin bulguları Tablo 13’de görülmektedir. Buna göre; Duygusal Zekâ ile Sosyal Girişimcilik Öncülleri arasında pozitif yönlü ancak zayıf ilişki söz konusudur (Pearson Korelasyon Katsayısı= 0,372; $p<0.01$).

Alt boyutlar ile olan ilişkiler incelendiğinde; duygusal zekânın sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutlarından Toplumsal ahlaki yükümlülük ile en zayıf (Pearson Korelasyon Katsayısı= 0,251; $p<0.01$), sosyal girişimcilik öz yeterlilik ile en güçlü (Pearson Korelasyon Katsayısı= 0,305; $p<0.01$) (yine de zayıf) ilişkisinin olduğu görülmüştür.

Diğer alt boyutlar arası ilişkiler ise Tablo 13’deki korelasyon matrisinde görülmektedir.

Tablo 13: Korelasyon Matrisi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 İyi Oluş									
2 Öz Kontrol	.419**								
3 Duygusallık	.211**	.277**							
4 Sosyallik	.346**	.473**	.318**						
5 DUYGUSAL ZEKÂ	.677**	.620**	.492**	.661**					
6 Empati	.239**	.121*	.246**	.208**	.291**				
7 Toplumsal Ahlaki Yükümlülük	.241**	.121*	.230**	.161**	.251**	.625**			
8 Sosyal Girişimcilik Öz Yeterlilik	.278**	.162**	.136*	.173**	.305**	.397**	.525**		
9 Algılanan Sosyal Destek	.273**	.199**	.129*	.250**	.263**	.169**	.235**	.450**	
10 SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖNCÜLLERİ	.350**	.206**	.248**	.266**	.372**	.712**	.797**	.798**	.656**

*: $p<0.05$; **: $p<0.01$

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

5.1 Sonuçlar

Bu çalışmada büyük çoğunluğu kadınlardan oluşan, yarıya yakını 26-40 yaş aralığında, dörtte üçü ilde ikamet eden, yarıdan fazlası 5 bin TL'nin altında gelir elde eden toplam 320 kişilik örneklem ile üniversite öğrencilerinde empati, duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik öncülleri arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların yarısının girişimcilik hikâyesi bulunmazken, yarısının ise girişimcilik macerası bulunmaktadır. Ayrıca yarıdan fazlasının girişimcilik konusunda rol model aldığı kimse bulunmamaktadır.

Araştırma sonucunda katılımcıların empati ve sosyal girişimcilik öncülleri düzeylerinin oldukça yüksek olduğu, duygusal zekâ düzeylerinin ise orta üst seviyede olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda katılımcıların empati düzeylerinin kişisel özelliklerine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Duygusal zekâ düzeylerine ilişkin bulgular incelendiğinde ise cinsiyetin, duygusal zekâ konusunda belirleyici bir değişken olmadığı görülmüştür. Buna karşılık öz kontrolün 40 yaşın üzerinde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yaşın getirdiği olgunluğun bu durumun sebebi olduğunu düşünmek mantıklı olacaktır.

Girişimcilik öyküsü ve duygusal zekâ ilişkisinde ise girişimcilik öyküsü bulunanların sosyallik düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Girişimciliğin risk almak olduğu düşünüldüğünde, insanlarla daha iyi ve daha sosyal ilişkiler kuranların başarılı olmak konusunda kendilerine daha fazla güvendiklerini söylemek mümkün olabilir.

Girişimcilik konusunda rol modeli olanların iyi oluş ve duygusallık düzeyleri de rol modeli bulunmayanlara göre daha yüksektir. Bunun nedeni de girişimcilik konusunda bir rol model alarak kendilerini daha iyi hissetmeleri olabilir.

Sosyal girişimcilik öncüllerinin kişisel özelliklere göre değişkenliği incelendiğinde de cinsiyetin empati alt boyutu için etkili bir değişken olduğu ve kadınların erkeklere göre daha empatik oldukları belirlenmiştir. Öte yandan yaş arttıkça empati düzeyinin azalması ise insanların yaş aldıkça yaşadıkları geçmiş tecrübeleri nedeniyle başkaları ile ilişkilerini sınırlandırmak istemesi kaynaklı olabilir.

Öte yandan bir girişimcilik öyküsü bulunmayanlar, bulunanlara göre daha empatik iken, girişimcilik öyküsü bulunanların daha fazla sosyal destek algısına sahip oldukları görülmüştür. Bununla birlikte girişimcilik konusunda rol modeli olup olmama, sosyal girişimcilik öncüllerinin önemli bir yordayıcısı değildir.

Değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise empati ile duygusal zekâ arasında pozitif yönlü ve zayıf, empati ile sosyal girişimcilik öncülleri arasında ise pozitif yönlü ve orta şiddette bir ilişki söz konusudur. Duygusal zekâ ile sosyal girişimcilik öncülleri arasındaki ilişki ise zayıftır.

5.2 Tartışma

5.2.1 Sosyal Girişimcilik Öncülleri İle İlgili Bulguların Tartışılması

Bursa İli'ndeki üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik öncülleri ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenlere göre incelendiği, 320 kişilik örnekleme bulunan bu çalışmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde;

Cinsiyet Değişkeni

Araştırmada katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan toplumsal ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik öz yeterlilik ve algılanan sosyal destek düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği görülmüştür. Alanyazın incelendiğinde benzer sonuçlara ulaşmış araştırmalar mevcuttur.

Yılmaz ve Aydemir (2019), Armut ve Kılınç (2018), Karademir ve diğerleri (2018), Çavdar ve diğerleri (2018), Memduhoğlu ve Şahin (2017), Can ve Canbal (2017), Çavuş ve Pekkan (2017), Pan ve Akay (2015), Özmen (2015), Başol, Dursun ve Aytaç (2011), çalışmalarında girişimcilik düzeyleri cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Cansız (2007), Eratlı Şirin, Bilir ve Öz (2018), Köstekçi (2016), Şeker (2012), Reyhanoğlu ve Akın (2012) araştırmalarında, kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden daha girişimci olduğunu bulmuşlardır. Alkış ve Akpınar (2019), Şeşen ve Basım (2012), Wang ve Wong (2004) araştırmalarında cinsiyet açısından girişimcilik eğilimine göre erkeklerin ortalaması kadınlara göre daha yüksek olduğu istatistiksel olarak bulunmuştur.

Bizim çalışmamızdaki bulguların bu şekilde olmasının sebebi örneklemimizdeki kadın sayısının erkek sayısından fazla olması olabilir. Bazı çalışmalarda da erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre sosyal girişimcilik eğilimleri yüksek bulunmuştur. Bunun sebebi ise, erkeklerin finansal getiride algılarının yüksek olmasından kaynaklanmış olabilir.

Yaş Aralığı Değişkeni

Araştırmada katılımcıların sosyal girişimcilik öncülleri düzeyi ile sosyal girişimcilik öncüllerinin alt boyutları olan toplumsal ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik öz yeterlilik düzeylerinin yaşlarına göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Buna karşın sosyal girişimcilik öncüllerinin empati alt boyutu düzeyi katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığın kaynağına göre 18-25 yaş aralığında bulunanların empati düzeylerinin 41 yaş üzerinelere göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Algılanan sosyal destek seviyesinin yaşa göre farklılık gösterdiği saptanmış, yapılan Tukey çözümlemesi sonucunda farklılığın kaynağı saptanamamıştır. Benzer çalışmaların veri sonuçları çalışmanın istatistiksel sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Ceviz, Tektaş, Yayla ve Polat (2016) üniversite öğrencilerine yönelik çalışmasında 17-20 yaş daha girişimci potansiyele sahip olarak çıkmıştır. Yaş ilerledikçe oran düşmektedir. Gaddam'ın (2007) sosyal girişimcilik üzerine olan çalışmasında en mühim değişken olarak yaş, tecrübe düzeyi olduğunu ifade etmiştir. Özmen (2015) 22-25 yaş arası girişimciliğe başlama yaş aralığı olarak tespit edilmiştir. Özman (2013) araştırması neticesine bakıldığında yaşlandıkça girişimcilik seviyesi azalmaktadır. Şeşen ve Basım (2012) araştırmasında ise, yaşları daha küçük olan talebelerin girişimcilik seviyeleri, yaşı ilerlemiş öğrencilerden daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Hayatta elde edilen tecrübelerin ışığı ile yaş arttıkça karar alma mekanizmasına daha fazla itimat edilmesi ve temkinli hareket etme istekleriyle, deneyimlerine dayanma ve daha isabetli insiyatif alma istekleri şeklinde algılanabilir. Bunun nedeni olarak öğrencilerin girişimcilik konusunda kararlarını üst sınıflarda kesinleştirdikleri olarak değerlendirilebilir.

Önceden Girişimcilik Öyküsü Değişkeni

Çalışmaya katılanların yarısında girişimcilik öyküsü görülmemiştir. Diğer yarısında ise, girişimcilik ile ilgili deneyim yaşandığı tespit edilmiştir. Geçmişlerinde girişimcilik hikâyesi olmayan kişiler, bulunanlara kıyasla daha empatikken, girişimcilik hikâyesine sahip olanların daha çok sosyal destek algısına malik oldukları saptanmıştır. Girişimcilik hikâyesi yaşamış olanların, sosyallik seviyelerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Alanyazın incelendiğinde benzer araştırmalar mevcuttur.

Akçakanat, Mücevher ve Çarıkçı (2014) araştırmasında öğrencilerin önceden bir işte çalışma öyküsü değişkeni bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık görülmüştür. Daha önce çalışma öyküsü olanlar, önceden çalışma öyküsü olmayan öğrencilere göre daha başarılı bulunmuştur. Konaklıoğlu ve Kızanlıkl (2011) araştırmasında üniversite öğrencilerinden önceden iş tecrübesine sahip olanların, iş tecrübesi olmayanlara göre daha çok girişimcilik eğilimi gösterdikleri yönünde istatistiksel olarak farklılık bulunmuştur. Şeşen ve Basım (2012) araştırmasında önceden girişimcilik öyküsü olan öğrencilerin olmayan öğrencilere göre daha yüksek girişimcilik niyeti taşıdıkları istatistiksel olarak saptanmıştır.

Girişimciliğin ruhunda risk almanın varlığı olduğu gerçeğinden hareket edilirse, toplum içinde insanlarla daha sağlıklı, daha isabetli ilişkiler geliştirenlerin başarılı olmada özgüvenlerinin yüksek seyrettiğini ifade etmek doğru olabilir. Bu perspektiften bakıldığında özgüvenlerinin eşliğinde hayatı özümseme ve kavramanın daha ufuk açıcı olacağı ve başarıyı getireceğine dair inanç ve güven şeklinde telakki edilebilir.

Rol Model Değişkeni

Araştırmada örneklemin yarısından fazlasının girişimcilik olgusunda rol model edindiği kimseleri yoktur. Girişimcilik konusunda önlerinde rol modeli bulunanların iyi oluşla, duygusallık seviyelerinde hayatlarında rol modeli olmayanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Rol modele sahip olup olmama, sosyal girişimcilik eğilimlerinin mühim bir yordayıcısı değildir. Alanyazın incelendiğinde benzer araştırmalar mevcuttur.

Çiftçi ve Zencir (2019) araştırmasında, rol modelin olup olmaması, sosyal girişimcilik öncüllerinin önemli bir yordayıcısı olmadığı sonucu çıkmıştır. Dutoğlu ve Tuncel (2008) araştırmasında, 374 kişilik üniversite öğrencileri örnekleminde yarıdan fazlasının rol modeli bulunmamaktadır.

Alkış ve Akpınar (2019) araştırmasında, rol modeli olanların girişimcilik eğilimleri yüksek bulunmuştur. Can ve Canbal'ın araştırmasına göre (2017) rol model varlığı ile iyimserlik ve belirsizlikten kaçınma arasında anlamlı ilişki saptanmıştır. Çakanel (2018) araştırmasında ailelerinde sosyal girişimcilik rol modeli bulunması değişkeni ile sosyal girişimcilik arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Misra ve Kumar (2000), Kırılmaz (2012), Bozyiğit ve Yaşa (2015) araştırmalarında, ailede girişimci rol model olması girişimcilik eğilimini olumlu etkilediği yönünde verilere ulaşılmıştır. Kümbül Güler (2008) çalışmasında, rol modele sahip olmak sosyal girişimcilikte etkilidir. “Girişimci olarak doğulur” miti bu araştırmayla çökmüştür. “Eğitimle başarı ihtiyacı ve kontrol odağı değişebilmektedir” sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuçlardaki verilerin, rol modelin kariyer kılavuzluğu oluşturacağı kanısının yaygınlığı ve emniyet hissinin olumlu etkisi olarak düşünülebilir. Bu tespitin sebebi de girişimcilik hususunda bir rol model edinerek kendilerini daha güçlü ve pozitif hissetmeleri olabilir.

5.2.2 Duygusal Zekâ Özellikleri İle İlgili Bulguların Tartışılması

Cinsiyet Değişkeni

Araştırmanın bulgularına göre, duygusal zekânın cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik

düzeylerinin cinsiyetlere göre farklılık göstermediği bulunmuştur. Alanyazında benzer sonuçlara ulaşmış araştırmalar mevcuttur.

Başol, Dursun ve Aytaç (2011) araştırmasında, cinsiyet faktörü ilişkili ve anlamlı bulunmamıştır. Girişimci özyeterlilikleri açısından en mühim kişilik türünün sosyallik olduğu görülmüştür. Bozkurt (2006) araştırmasında katılımcılarda cinsiyet faktörünün farkındalık yaratmadığı gözlemlenmiştir.

Alkış ve Akpınar (2019) araştırmasında, cinsiyete göre öğrencilerin duygusal zekâ düzeyi ve alt boyutları ile girişimcilik eğilimleri arasında fen bölümlerinde okuyanların güçlü ilişkisi izlenmiştir. Duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimleriyle pozitif yönlü ve alt boyutları da nazara alındığında kuvvetli bir ilişkiyi kapsamaktadır. Aşan Özyer (2003) araştırmasında, kadınların duygusal zekâsı erkeklere göre daha yüksek bulunmuştur. Tekin Bender (2006) araştırmasında, cinsiyet değişkenine göre kız öğrencilerin erkeklere göre duygusal zekâ düzeyleri anlamlı düzeyde yüksek çıkmıştır. Duygusal zekânın alt boyutlarında kız öğrencilerin daha empatik, daha sosyal ve daha sorumlu bireyler olduğu saptanmıştır. Yüce ve Meriç (2017) araştırmasında, duygusal zekânın tüm boyutlarıyla girişimcilik arasındaki irtibatın düzeyinin araştırılmasında girişimcilik dersi alan üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki saptanmıştır. Çakanel (2018) araştırmasında, cinsiyet değişkeni bakımından, duygusal zekânın alt boyutu olan başkalarının duygularını değerlendirme boyutu bakımından kadın ile erkek için anlamlı düzeyde farklılık olduğu tespit edilmiş, kadınların erkeklerden daha üst ortalamalara ulaştıkları sonucu bulunmuştur.

Bu veriler kadınların daha empatik, daha sosyal olmaları gibi biyolojik, sosyolojik nedenlerden elde edilmiş olduğu kanısına varılabilir. Kızların doğaları ile geleneksel ve kültürel yapıdan kaynaklı olabileceği de düşünülebilir.

Yaş Aralığı Değişkeni

Araştırmada katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, duygusallık ve sosyallik düzeylerinin yaşlara göre farklılık göstermediği izlenmiştir. Araştırmada 41 yaş ve üzerindekiilerin öz kontrol düzeylerinin 18-21 yaş aralığına göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Alkış ve Akpınar (2019) araştırmasında, yaş değişkeni incelendiğinde anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir. Tekin Bender (2006) araştırmasında, yaş bağımsız değişkenin duygusal zekânın herhangi bir boyutunda belirleyiciliği görülmemiştir.

Yaşla birlikte kazanılan tecrübelerin katacağı yaşamsal direncin, psikolojik ve sosyolojik analizlerde temkinli davranmaya yönlendirmiş olabileceği tarzında yorumlanabilir. Yaşın getirdiği olgunluğun bu durumun nedeni olabileceğini düşünmek uygun olabilir.

Önceden Girişimcilik Öyküsü Değişkeni

Araştırmada katılımcıların duygusal zekâ düzeyleri ile duygusal zekânın alt boyutları olan iyi oluş, öz kontrol ve duygusallık düzeylerinin girişimcilik öyküsü olup olmadığına göre farklılık göstermediği görülmüştür. Duygusal zekânın sosyallik alt boyutu düzeyinin girişimcilik öyküsü olup olmamaya göre değişkenlik gösterdiği görülmüştür. Buna göre girişimcilik öyküsü olanların duygusal zekânın sosyallik alt boyutu düzeyleri, girişimcilik öyküsü olmayanlara göre daha yüksektir. Literatürde benzer sonuçlara varmış araştırmalara rastlanmıştır.

Dutoğlu ve Tuncel (2008) araştırmasında, katılımcıların yarısında girişimcilik hikâyesi görülmemiştir. Diğer yarısında ise, girişimcilik öyküsü bulunmaktadır. Girişimcilik öyküsü ve duygusal zekâ ilişkisinde ise, girişimcilik öyküsü bulunanların, sosyallik düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Şeşen ve Basım (2012) araştırmasında, girişimcilik öyküsü ve duygusal zekâ ilişkisinde hikâyesi bulunanların sosyallik düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Başka bir çalışmada özyeterlilik özellikleri ile kontrol odağının girişimcilik niyetlerini etkilediği sonucuna ise, başka bir araştırmasında varılmıştır.

Yaşamda sosyal girişimcilik kariyer alanında önceden bir hikâyenin bulunması, riskleri çok daha kolay karşılayabileceği ve rotasını belirlemede emsal teşkil edeceği gerçeğinden hareketle motivasyon katacağı yönünde değerlendirilebilir.

Rol Model Değişkeni

Araştırmada rol modele sahip olanların duygusal yoğunluğunun, olmayanlarla kıyaslandığında daha yüksek olduğu izlenmiştir. Daha iyi hissetmek açısından böyle olmakla beraber rol modeli olup olmama sosyal girişimcilik öncülleri dikkate

alındığında mühim ölçüde tesirli bir yordayıcı olmadığı görülmüştür. Araştırmada katılımcıların duygusal zekânın alt boyutları olan öz kontrol ve sosyallik düzeylerinin girişimcilik rol modeli olup olmamasına göre farklılık göstermediği bulunmuştur. Katılımcıların girişimcilik konusunda rol modeli olanların duygusal zekâ düzeyleri ve duygusal zekânın alt boyutlarından iyi oluş ve duygusallık düzeylerinin, girişimcilik konusunda rol modeli olmayanlara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Alanyazında benzer özellikte çalışmalara rastlanmıştır.

Polat ve Aktop (2010) araştırmasında, ortaöğretim öğretmenlerinin duygusal zekâlarının girişimcilik davranışı üzerine tesirinin varlığı saptanmıştır. Alkış ve Akpınar (2019) araştırmasında, ailesinde girişimci rol model yakını olan öğrencilerin duygusal zekâ skorları, ailesinde rol model yakını bulunmayanlara göre daha yüksek bulunmuştur. Duygusal zekâ, girişimcilik eğilimi ile pozitif yönlü ve alt boyutlara göre ise, daha kuvvetli ilişki gözlemlenmiştir. Dutoğlu ve Tuncel (2008) araştırmasında rol modele sahip olanların iyi oluş ve duygusallık düzeyleri rol modeli bulunmayanlara göre daha yüksektir.

Hayatın bütün süreçleri ve sapaklarında önünde örnek teşkil edecek bir rol modelin varlığını referans almak ve kendini daha güçlü hissetmek noktasında, doğru rehberlik misyonu oluşturabileceği şeklinde yorumlanabilir. Bunun nedeni girişimcilik konusunda bir rol model olarak kendilerini daha iyi hissetmeleri olabilir.

6. ÖNERİLER

Bu çalışma, Bursa Teknik Üniversitesi ve Bursa Uludağ Üniversitesi lisans ve yüksek lisans öğrencileri arasında yapılmış, elde edilen veriler analiz edilip değerlendirilmiştir. Toplumsal fayda hedeflenmiş, çalışmadan elde edilen sonuçlara dayanarak aşağıda öneriler sunulmuştur:

Bu çalışma, eğitimleri gereği ve stajlarıyla sosyal hayata daha yakın olan meslek liseleri ve meslek yüksekokullarında yürütülebilir. Gençlerin sosyal duyarlılıkları ve sorumluluk alma düzeyleri ölçülebilir.

Araştırmada sadece iki devlet üniversitesindeki öğrencilerden veri alınmıştır. Bu çalışma, daha çok özel sektör mensubu ailelerin çocuklarının öğrencilik yaptığı özel üniversitelerde yapıp, veriler bu perspektiften ele alınabilir.

Sosyal girişimciliğin duygusal zekâ düzeyi ilişkisi incelenirken, aynı zamanda IQ düzeyi analiz edilirken hem duygusal zekâ düzeyi hem IQ düzeyi öncülleri ile olan ilintisi mukayese edilebilir.

Duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik düzeylerini arttırmaya yönelik deneysel çalışmalar yapılabilir.

Ortaöğretim son sınıflar anket uygulamasına dahil edilip, örneklem genişletilebilir.

Daha fazla demografik değişkene göre çalışma şekillenebilir. Türkiye'nin hangi bölgesinde ikamet ettikleri, hangi tür liseden mezun oldukları, üniversitenin hangi bölümünde okudukları, toplumun hangi alanında sorun gördükleri, hayata atıldıklarında hangi sektörde çalışmayı düşündükleri, ilgi alanları gibi sorular sorulabilir. Üniversite öğrencilerinin bölgesel, coğrafik, sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik altyapısının üniversite öğrencilerinin duygusal zekâlarına ve sosyal girişimcilik faaliyetlerine yansımadaki benzerliklerle farklar karşılaştırılabilir.

Pandemi döneminde online olarak yapılan bu anket çalışması, üniversitelerin açık olduğu dönemde yüz yüze tekrarlanabilir. Bu çalışma, sadece üniversitelerin sosyal

girişimcilik kulüpleri ile gruplarında aktif yer alan öğrenciler arasında yapılabilir. Üniversitelerin Sosyal Bilimler ile Fen Bilimleri Fakültelerinde bu çalışma ayrı ayrı yapıp, elde edilen veriler karşılaştırılabilir.

Geleceği şekillendirecek olan gençlerin sosyal vizyon savunucusu ve uygulayıcısı olabilmeleri için toplantılar seminerler düzenlenip, toplumun bu alanda tanıdığı başarılı öncülerin sosyal girişimcilik öykü ve tecrübelerini aktarması sağlanabilir. Öğrencilerin toplumsal sorunlara bakış açılarında farkındalık yaratmak için kitle iletişim araçlarından yararlanıp eğitim, çevre, sağlık gibi konularda sosyal girişimcilik kampanyaları düzenlenebilir.

Üniversitelerin müfredatına, sosyal sorumlulukla ilgili derslerin seçmeli olarak konulması için yöneticilere öneri sunulabilir. Gönüllülük esasına dayanan uygulamalı derslerle altyapı oluşturulup, deneyim kazandırılabilir. Sosyal problemlere çözüm önerileriyle, projeler üretilmesi teşvik edilebilir.

KAYNAKLAR

Acar, F. (2002). Duygusal Zekâ ve Liderlik. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 12, s. 53-68.

Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:8, Sayı:2, s.155-173.

Akar, H. ve Aydın, S. (2015). Öğretmen Adaylarının Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Özelliklerini Yordama Düzeyi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Derneği*, Cilt:3, Sayı:12, s.425-436.

Akar, H. (2020). Sosyal Girişimcilik Öncülleri Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik Güvenirlik Çalışması. *Turkish Studies- Educational Sciences*, 15(2), 579-593.

Akar, H. ve Doğan, Y. M. (2018). Sosyal Girişimcilikte Kişisel Değerlerin Rolü. *Universal Journal of Educational Research*, 6(1), s.83-90.

Akar, H. ve Üstüner, M. (2017). Mediation Role of Self Efficacy Perceptions in the Relationship Between Emotional Intelligence Levels and Social Entrepreneurship Traits of Pre-Service Teachers. *Journal of Education and Future Year*, 12, 95-115.

Akar Kayserili, T., Gündoğdu, K. (2010). Okul Öncesi Öğretmenleri ve Öğretmen Adaylarının Mesleğe İlişkin Tutumları İle Duygusal Zekâları Arasındaki İlişkin Tutumları İle Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki, *Millî Eğitim Dergisi*, Sayı: 187.

Akçakanat, T., Mücevher, M. H. ve Çarıkçı, İ. H. (2014). Sözel, Sayısal ve Eşit Ağırlık Bölümlerinde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: SDÜ Örneği. *AKÜ İİBF Dergisi*, Cilt:15, Sayı:2, s. 137-153.

Alkış, H. ve Akpınar, F. (2019). Duygusal Zekâ ve Girişimcilik Eğilimi: Adıyaman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 32, s. 341-379.

Aksoy, T. (2013). *Sosyal Girişimcilik Nedir?*. (Erişim:19.09.2020), <http://www.temelaksoy.com/sosyalgirisimcilik-nedir/>.

Altıntaş, M. E. (2012). Bireycilik ve Toplumculuk Tartışmaları Bağlamında Değerler Eğitimi Yaklaşımları. *Değerler Eğitimi Dergisi*, Cilt:10, Sayı:24, s.31-54.

Armut, B ve Kılıç, M. (2018). 4. Sınıf Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Girişimcilik becerisi Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *İnternational Journal of Field Education*, 4(1), s. 39-56.

Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Sayı:6, s.1-11.

Aslan, Ş. ve Güzel, Ş. (2018). Duygusal Zekâ, Problem Odaklı Stresle Başa Çıkma, İyileşme ve Duygusal Tükenme İlişkileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt:16, Sayı:31, s.58-82.

Aşan, Ö. ve Özyer, K. (2003). Duygusal Zekâyâ Etki Eden Demografik Faktörlerin Saptanmasına Yönelik Ampirik Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 21, Sayı:1, s. 151-167.

Atabek, E. (2000). *Bizim Duygusal Zekâmız*. (2.Baskı). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

Austin, J. E. (2006). Three Avenues for Social Entrepreneurship Research. *Social Entrepreneurship*, s.22-33.

Avcı, Ö. (2017). *Duygusal Zekâ ve İletişim*. İstanbul: Beta Yayınları.

Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:18, s.101-120.

Babaoğlu, E. (2010). Okul Yöneticilerinde Duygusal Zekâ. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 1, s. 119-136.

Bahadır, S. ve Gül, S. (2012). Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları. (Ed. B. Çınar), *Bir Sosyal Girişimin Toplumsal Değişim Liderliği: AYDER ve Düşler Akademisi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.61-92.

Bakan, İ. ve Güler, B. (2017). Duygusal Zekânın, Yaşam Doyumu ve Akademik Başarıya Etkileri ve Demografik Özellikler Bağlamında Algı Farklılıkları. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(33), s.1-11.

Bar-On, R. (1995). *EQ-I: The Emotional Quotient Inventory Manual: A Test of Emotional Intelligence*. New York: Multi-Healt Systems.

Barut, Y. (2015). *Duygusal Zekâ ve İletişim Becerileri İlişkisi: Örgüt Kültürünün Aracı Rolü (İzmir Bozyaka Eğitim Araştırma Hastanesi ve Kent Hastanesinde Görevli Sağlık Çalışanları Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Yaşar Üniversitesi.

Başol, E., Dursun, S. ve Aytaç, S. (2011). Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama. “İş Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt:13, Sayı:4, s.7-22.

Betil, İ. (2010). Sivil Toplum, Sosyal Sermaye, Sosyal Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1, s.21-25.

Bilge, H. ve Bal, V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:2, Sayı:16, s.131-148.

Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt:1, Sayı:2, s.93-111.

Bozyiğit, S. ve Yaşa, E. (2015). Ailenin Rol Model Alınmasının ve Aile Desteğinin Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(19), 59-79.

Büyükaslan, H. D. ve Kızıldağ, D. (2017). Dönüşüm Ajanı Olarak Kadın Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:10, s.47-64.

Can, E. ve Canbal, A. (2017). Türkiye’de Ödöl Almış Genç Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:3, s.117-136.

Cansız, E. (2007). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

Ceviz, Ö. N., Tektaş, M., Yayla, A. İ. ve Polat, Z. (2016). Meslek Yüksekokullarında Öğrenim Gören Gençlerin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(37), 319-331.

Cin, İ. (2013). Gerçek Bir Sosyal Girişimci: Kütüphaneci Mehmet Efendi. <https://www.girisimhaber.com/post/Gercek-Bir-Girisimcilik-Ornegi-Kutuphaneci-Mustafa-Efendi.aspx> (01 Ekim 2020).

Cin, H. ve Günay, G. Y. (2013). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri ile Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneğİ. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), s. 7-32.

Cooper, R. K., Sawaf, A. (2000). *Liderlikte Duygusal Zekâ, Yönetim ve Organizasyonlarda Duygusal Zekâ*. (2. Baskı). (Çev. Z. B. Ayman ve B. Sancar). İstanbul: Sistem Yayıncılık. (Orijinal çalışmanın yayım tarihi 1997)

Çakanel, Z. (2018). *Duygusal Zekâ, Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi.

Çakar, U., Arbak, Y. (2004), Modern Yaklaşımlar Işığında Değİşen Duygu-Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 6, Sayı 3, s.23-45.

Çavdar, O., Cumhuri, F., Koç, Y. ve Doymuş, K. (2018). Öğretmen Adaylarının Sosyal Girişimcilik Özelliklerinin Çeşitli Değİşkenler Açısından İncelenmesi. *Anemon Muş Alpaarslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:6, s.27-33.

Çavuş, M. P. ve Pekkan, N. Ü. (2017). Algılanan Sosyal Desteğin Sosyal Girişimciliğe Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal*, Volume:8, Number:3, pp.519-532.

Çetindamar, D., Tatal, E., Titiz, S. ve Taluk, Ş. (2010). Sosyal Dönüşümün Ajanları: Sosyal Girişimciler. *Social Entrepreneurship Conference Sakıp Sabancı Museum*, s.1-7.

Çiftçi, F. ve Zencir, E. (2019). Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narköy Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, Cilt:6, Sayı:1, s.131-145.

Davis, M. (2008). *Duygusal Zekânızı Ölçün*. (2.Baskı). (Çev. S. Silahlı). İstanbul: Alfa Yayınları.

Dees, G. (1998). Enterprising Nonprofits. *Harvard Business Review*, 76: 55-67.

Demir, A. Y., Kayhan, G. ve Soylu, M. (2012). Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları. (Ed. B. Çınar), *Buğdayın Hikâyesi: Türkiye’de Tabana Dayalı Bir Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği Olmak*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.149-173.

Demirbilek, S. (2005). *Sosyal Güvenlik Sosyolojisi*. İstanbul: Legal Yayıncılık.

Deniz, M. E., Yılmaz, E. (2004). *Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Yetenekleri ve Yaşam Doyumları Arasındaki İlişki*. XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı. Malatya: İnönü Üniversitesi.

Deniz, M. E., Yılmaz, E. (2006). Üniversite Öğrencilerinde Duygusal Zekâ ve Stresle Başa Çıkma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, Sayı:25, s.17-26.

Deniz, E., Özer, E. ve Işık, E. (2013). Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği–Kısa Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, Cilt: 38, Sayı: 169, s.407-417.

Denizalp, H. (2009). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.

Dervişoğlu Okandan, G. ve Görgülü, V. (2012). Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları. (Ed. B. Çınar), *Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Tanımı ve Örnekleri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.9-33.

Dervişoğlu Okandan, G. ve Sönmez, O. (2012). Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları. (Ed. B. Çınar), *Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.118-148.

Doğan, S., Şahin, F. (2007). Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 16, Sayı:1, s.231-252.

Dutoğlu, G., Tuncel, M. (2008). Aday Öğretmenlerin Eleştirel Düşünme Eğilimleri İle Duygusal Zekâ Düzeyleri Arasındaki İlişki, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 1.

Eratlı Şirin, Y., Bilir, F. P. ve Öz, G. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Girişimcilik Eğilimleri: Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:3, Sayı:3, s.35-47.

Erhart, I. ve Sanul, R. G. (2012). Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları. (Ed. B. Çınar), *GENÇTUR: Dünya Vatandaşlığına İlk Adım*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.93-115.

Ergin, B., Kaynak, B., Pınarcık, Ö. ve Arslan, E. (2013). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Duygusal Zekâları ve Yaşam Doyumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3, Makale No:10.

Gaddam, S. (2007). A Conceptual Analysis of Factors Influencing Entrepreneurship Behavior and Actions. *ICFAI Journal of Management Research*, 6(11), 46-63.

Gardner, H. (1986). Rethinking the Value of Intelligence Tests. *The New York Times Education Supplement*, s:9.

Goleman, D. (1998). *Duygusal Zekâ Neden IQ’dan daha önemlidir?*. (4. Baskı). (Çev. B. S. Yüksel). İstanbul: Varlık Yayınları. (Orijinal eserin yayım tarihi 1995).

Goleman, D. (2000). *İşbaşında Duygusal Zekâ*. (2.Baskı). (Çev. H. Balkara). İstanbul: Varlık Yayınları.

Gül, E. (2017). *Duygusal Zekâ ve İletişim Becerileri Arasındaki İlişki: Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi.

Günlü, E. (2015). Sosyal Girişimcilik Olgusunun Kavramsal Analizi ve Turizmde Sosyal Girişimcilik. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Sayı:35, s.23-42.

Gürbüz, S. ve Yüksel, M. (2008). Çalışma Ortamında Duygusal Zekâ: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Cilt:9, Sayı:2, s. 174-190.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara:Seçkin Yayınevi.

Hacıoğlu, B. (2007). *Duygusal Zekânın Örgütsel İletişim Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.

Hockerts, K. (2015). The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260-280.

Karabulut, E. (2014). *Örgütsel İletişim ve Duygusal Zekâ İlişkisi: Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.

Karademir, E., Balbağ, M. Z. ve Çemrek, F. (2018). Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Milli Eğitim*, Sayı:220, s.177-200.

Karadeniz, Y. ve Özkan, Ç. (2020). Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Bölümlerinin Artan Önemi: Lisans ve Lisansüstü Eğitim Düzeyinde Bir Araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:9, Sayı:10, s.872-885.

Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Kasalak, M., A., Yurcu, G., Akıncı, Z. ve Bahtiyar Sarı, D. (2018). Ekolojik Çiftliklerin Ekoturizm Girişimciliği Kapsamında Değerlendirilmesi: Antalya İli Alan Araştırması. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 10 (18), s. 221-240.

Kayalar, M. ve Arslan, E. T. (2016). ASHOKA'ya Üye Sosyal Girişimcilerin Türkiye ve Dünyadaki Faaliyet Alanlarının Karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt:1, Sayı:1, s. 56-76.

Kırılmaz, S. (2012). *Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

Koçak, O. ve Kavi, E. (2014). Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediyecilik. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Cilt: 3, Sayı:6, s. 26-49.

Koçyiğit, M. (2016). *Etkili İletişim ve Duygusal Zekâ*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Konaklıoğlu, E. ve Kızanlıklı, M. M. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Proaktif Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi*, Sayı:1, s. 72-92.

Konrad, S., Hendl, C. (2001). *Başarılı Bir Hayat İçin Duygularla Güçlenmek (EQ)*. (1.Baskı). (Çeviri M. Taştan). İstanbul: Hayat Yayınları. (Orijinal çalışmanın yayım tarihi 1997)

Köstekçi, E. (2016). *Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Özellikleri İle Yansıtıcı Düşünme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bartın: Bartın Üniversitesi.

Küçükaltan, D. (2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, s.21-28.

Kümbül Güler, B. (2011). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: ASHOKA Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:13, Sayı:3, s.79-111.

Kümbül Güler, B. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. Ankara: Efil Yayınevi.

Kümbül Güler, B. (2008). *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Memduhoğlu, H. B. Ve Şahin, M. (2017). Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Düzeylerinin İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*. 6(1), s.297-307.

Meydanoğlu, Z. (2019). Başka Bir Dünya Mümkün. https://www.britishcouncil.org.tr/sites/default/files/20190702_se_research_report_the_state_of_social_enterprise_in_turkey_tr_double_page.pdf. (21 Kasım 2019).

Misra, S. ve Kumar, E. S. (2000). Resourcefulness: A Proximal Conceptualisation of Entrepreneurial Behavior. *Journal of Entrepreneurship*, 9(2), 135-154.

Mohan Bursalı, Y. ve Aksel, İ. (2016). Sosyal Girişimciliğin Genç Aktörleri: Üniversite Öğrenci Toplulukları Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Cilt:17, Sayı:37, s.85-101.

Mumcuoğlu, Ö. (2002). *Bar-on Duygusal Zekâ Testi (Bar-on Emotional Quotient Inventory Bar-on EQ-i) 'nin ve Geçerlik Çalışması*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Müftügil Yalçın, S. (2018). *Türkiye 'de Sosyal Girişimcilik*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Ören, I. (2011). *Öğretmenlerin Duygusal Zekâ Düzeyleri ile Kişisel Yönelimleri Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla: Muğla Üniversitesi.

Özdemir Yaylacı, G. (2006). *Kariyer Yaşamında Duygusal Zekâ ve İletişim Yeteneği*. İstanbul: Hayat Yayınları.

Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:32, s.81-95.

Özman, C. (2013). *Spor Yöneticiliği Bölümünde Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Özmen, Ç. (2015). *Rekreasyon ve Spor Yöneticiliği Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Değerlendirmesine Yönelik Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Burdur: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi.

Öztürk, A. (2006). *Okul Öncesi Öğretmenlerin Duygusal Zekâ Yetenekleri İş Doyumları ve Tükenmişlik Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.

Pan, V. L. ve Akay, C. (2015). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *NWSA-Education Sciences*, 1C0637, 10(2), s.125-138.

Petrides, K. V. ve Furnham, A. (2001). Trait emotional intelligence: Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies. *European Journal of Personality*, 15(6), 425-448.

Polat, S. ve Aktop, E. (2010). Öğretmenlerin Duygusal Zekâ ve Örgütsel Destek Algılarının Girişimcilik Davranışlarına Etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 22, 1-20.

Reyhanoğlu, M. ve Akın, Ö. (2012). Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir?. *Yönetim*, 23(71), 8-25.

Sanje, G. ve Dinç, Y. E. (2012). Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları. (Ed. B. Çınar), *Çöp(m)adam: Ev Hanımlarına Çöpten İstihdam Yaratmak*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.37-60.

Sartorius, M. (1999). *Kadınlarda Duygusal Zekâ*. (Çev. S. C. Erendor). İstanbul: Varlık Yayınları.

Sönmez, A., Arıker, Ç. ve Toksoy, A. (2016). Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Cilt:17, Sayı:37, s.102-121.

Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt:21, Sayı:2, s.41-48.

Stein, J.S., Book H. E. (2003). *EQ Duygusal Zekâ ve Başarının Sırrı*. (Çev. M. Işık). İstanbul: Özgür Yayınları.

Sü Eröz, S. (2011). *Duygusal Zekâ ve İletişim Arasındaki İlişki: Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi.

Şeker, M. (2012). *Sosyal Girişimciliğin Artan Önemi ve Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Şeşen, H. ve Basım, H. N. (2012). Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Cilt:12, s. 21-28.

Tekin Bender, M. (2006). *Resim-İş Eğitimi Öğrencilerinde Duygusal Zekâ ve Yaratıcılık İlişkileri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Titrek, O. (2013). *IQ’ dan EQ’ ya Duyguları Zekice Yönetme*. (4.Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Toplum Gönüllüleri. (2016). *Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik Projesi iyi Uygulamalar Raporu*. İstanbul: Toplum Gönüllüleri Vakfı Yayınları.

Tuna, Y. (2008). *Örgütsel İletişim Sürecinde Yöneticilerin Duygusal Zekâ Yeterlilikleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Tümkaya, S., Hamartam, E., Deniz, E., Çelik, M. ve Aybek, B. (2008). Duygusal Zekâ Mizah Tarzı ve Yaşam Doyumu: Üniversite Öğretim Elemanları Üzerine Bir Araştırma. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, Cilt: 3, Sayı:30.

Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü. (2018). “Duygu”, Zekâ” Maddesi. <http://tdk.gov.tr> (07 Nisan 2018).

Üre, İ. (2018). Bir Sosyal Girişim Hikâyesi: TOMS. <https://binyaprak.com/yazilar/bir-sosyal-girisim-hikayesi-toms-ayakkabi> (26 Temmuz 2018).

Yener, S. (2018). İktisadi Kuramlar ve Girişimcilik. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), s.13-38.

Yeşilyaprak, B. (2001). Duygusal Zekâ ve Eğitim Açısından Doğurguları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Cilt:77, Sayı: 25, s.139-146.

Yıldız, M. (2016). Üniversite Öğrencilerinde Duygusal Zekâ Yaşam Doyumu ve Depresyonun Cinsiyet ve Sınıf Seviyelerine Göre Etkileri. *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6(11), s.451-474.

Yılmaz, E., Altınok, V. (2010). Öğretmen Adaylarının Duygusal Zekâ Düzeylerinin Karar Vermede Özsaygı ve Karar Verme Stilllerini Yordama Gücü. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 30, Sayı: 3, s. 685-705.

Yılmaz, O. ve Aydemir, Y. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Özellikleri Bakımından İncelenmesi: Batman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Electronic Turkish Studies*, Cilt:14, Sayı:5, s.303-321.

Yüce, A. ve Meriç, K. (2017). Duygusal Zekâ ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:8, Sayı:16, s.433-446.

Wang, C. K. ve Wong, P. (2004). Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore. *Elsevier, Technovation*, (24), 167-172.

Weisinger, H. (1998). *İş Yaşamında Duygusal Zekâ*. İstanbul: MNS Yayıncılık.

EKLER

EK A: Anketler

EK 1: Sosyal Girişimcilik Öncülleri Ölçeği

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Empati						
1	Toplumda, dezavantajlı durumdaki insanları düşündüğümde, kendimi onların yerine koymaya çalışırım.	1	2	3	4	5
2	Toplumda, dezavantajlı koşullarda yaşayan insanların ne hissettiğini <u>umursamam.</u>	1	2	3	4	5
3	Toplumda, dezavantajlı durumdaki insanları görmek, beni duygusal olarak etkiler.	1	2	3	4	5
4	Toplumda, kenara itilmiş/dışlanmış insanlara merhamet duyarım.	1	2	3	4	5
5	Benden daha az şanslı insanlara merhamet duymakta <u>zorlanırım.</u>	1	2	3	4	5
Toplumsal Ahlaki Yükümlülük						
6	Bizden daha az şanslı insanlara yardım etmek etik bir sorumluluktur.	1	2	3	4	5
7	Toplumda, dezavantajlı durumdaki insanlara yardım etmek bizim için ahlaki bir yükümlülüktür.	1	2	3	4	5
8	Sosyal adalet, bizden daha az şanslı insanlara yardım etmemizi gerektirir.	1	2	3	4	5
9	Dezavantajlı durumdaki insanlara yardım etme gerekliliği, toplumsal ilkelere dendir.	1	2	3	4	5
Sosyal Girişimcilik Öz Yeterliği						
10	Toplumsal problemleri çözmek, hepimizin katkıda bulunabileceği bir şeydir.	1	2	3	4	5
11	Kafama koyarsam, toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunabileceğime inanıyorum.	1	2	3	4	5
12	Toplumun karşılaştığı problemleri çözmeye yardım edecek bir yol bulabilirim.	1	2	3	4	5
13	Önemli bir toplumsal değişime yol açabileceğime <u>inanmıyorum.</u>	1	2	3	4	5
Algılanan Sosyal Destek						
14	Toplumsal sorunları çözmek isteyen bir örgüt/kurum için yatırımcıları/destekçileri çekmek mümkündür.	1	2	3	4	5
15	Toplumda, kenara itilmiş/dışlanmış insanlara yardım etmek için bir örgüt(<i>dernek, vakıf vb.</i>) kurmak isteseydim insanlar bana destek olurdu.	1	2	3	4	5
16	Eğer önemli bir toplumsal sorunu çözmeyi planlasaydım, insanlar beni desteklerdi.	1	2	3	4	5
17	Sosyal bir girişim (<i>dernek, vakıf vb.</i>) kursaydım çok fazla destekleneceğimi <u>düşünmüyorum.</u>	1	2	3	4	5

EK B: Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği (TEIQue-SF) Kısa Form

Yönerge: Lütfen aşağıdaki her ifadeyi o ifadeye katılma ya da katılmama derecenizi yansıtan rakamı daire içine alarak cevaplayınız. İfadelerin tam anlamı hakkında çok uzun düşünmeyiniz. Hızlı ilerleyiniz ve kesin cevaplar vermeye çalışınız. İfadelerin tam anlamı hakkında çok uzun düşünmeyiniz. 1- Doğru ya da yanlış cevap yoktur. 1-Hiç katılmıyorum 7-Tamamen katılıyorum arasında 7 cevap seçeneğiniz vardır. İlginiz ve zaman ayırdığınız için teşekkürler.

1 2 3 4 5 6 7

Kesinlikle Katılmıyorum

Kesinlikle katılıyorum

1. Genel anlamda, yüksek motivasyonlu birisiyim.	1	2	3	4	5	6	7
2. Duygularımı düzenlemekte genellikle zorlanırım.	1	2	3	4	5	6	7
3. İnsanlarla etkin bir biçimde başedebilirim.	1	2	3	4	5	6	7
4. Verdiğim kararlarımı sıklıkla değiştirme eğilimim vardır.	1	2	3	4	5	6	7
5. Çoğu zaman hangi duyguyu hissettiğimi ayırt edemem.	1	2	3	4	5	6	7
6. Birçok iyi özelliğe sahip olduğumu düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6	7
7. Haklarımı savunmak benim için genellikle zordur.	1	2	3	4	5	6	7
8. Diğer insanların duygularını bir şekilde etkileyebilme yeteneğim vardır.	1	2	3	4	5	6	7
9. Olayların akışına göre hayatımı düzenlemek benim için genellikle zordur.	1	2	3	4	5	6	7
10. Genelde stresle başedebilirim.	1	2	3	4	5	6	7
11. Yakınlarıma, duygularımı göstermekte genelde zorlanırım.	1	2	3	4	5	6	7
12. Motivasyonumu devam ettirmekte zorlanırım.	1	2	3	4	5	6	7
13. Genel olarak, hayatımdan memnunum.	1	2	3	4	5	6	7
14. Sonradan pişman olacağım şeyleri yapma eğilimim vardır.	1	2	3	4	5	6	7
15. Sıklıkla duraksar ve hissettiklerimi düşünürüm.	1	2	3	4	5	6	7
16. Kişisel donanımlarımın, güçlü yönlerimin tam olduğuna inanıyorum.	1	2	3	4	5	6	7
17. Tartışırken haklı olduğumu bilsem dahi, geri çekilmeye meyilliyim.	1	2	3	4	5	6	7
18. Genellikle, hayatımda işlerin yolunda gideceğine inanırım.	1	2	3	4	5	6	7
19. Bana çok yakın olan kişilerle bile, aramda bağ oluşturmak benim için zordur.	1	2	3	4	5	6	7
20. Genellikle, yeni çevreye uyum sağlama yeteneğim vardır.	1	2	3	4	5	6	7

ÖZGEÇMİŞ



Ad-Soyad : Fatma Ecehan ERMANONUK
Doğum Tarihi ve Yeri : 17.04.1963
E-posta : ecehansaglam63@gmail.com

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Ortaöğretim** : 1980, Bursa Kız Lisesi, Fen Bilimleri
- **Ön Lisans** : 1997, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Sosyal Bilimler Bölümü
- **Lisans** : 1981, İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Yeni Türk Filolojisi Bölümü
- **Lisans** : 2018, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Sosyoloji Bölümü
- **Lisans** : 2018, Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü
- **Yüksek Lisans** : 2021, Bursa Teknik Üniversite, Uluslararası Ekonomi Politikası Anabilim Dalı, Uluslararası Ekonomi Politikası Tezli Yüksek Lisans Programı

ALDIĞI SERTİFİKALAR:

- 2019, Bursa Uludağ Üniversitesi, Pedagojik Formasyon Sertifikası
- 2019, Bursa Teknik Üniversitesi, Aile Danışmanlığı Sertifikası
- 2019, Milli Eğitim Bakanlığı, Özel Eğitim Öğretmenliği Sertifikası