

MAKYAVELİST DEĞERLERİN YÖNETİCİ OLMAK İSTEYEN ÖĞRENCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI

Yrd. Doç. Dr. Hakan KARA

Dumlupınar Üniversitesi, KSBMYO, (karahakan55@hotmail.com.tr)

ÖZET

Bu çalışma, yönetici olmak isteyen öğrenciler üzerinde Makyavelist Değerler'in etkisini belirlemek üzerine yapılmıştır. Veriler Mach IV ölçeği aracılığıyla, Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Sosyal Bilimler MYO'da yönetici olmayı amaçlayan 448 öğrenciden elde edilmiştir. Her bir öğrenci için Makyavelist Değerler teker teker hesaplanmıştır. Çalışma sonucunda 448 öğrencinin 10 maddelik Likert tipi ölçeğe yönelik olarak verdikleri yanıtların genel aritmetik ortalaması "3.18" olarak bulunmuştur. Bu aritmetik ortalama, Makyavelist Değerleri'n, öğrenciler üzerindeki etkisinin "orta" düzeyde olduğu sonucuna götürmüştür. Ayrıca Makyavelist Değerler, t-testi ve Mann-Whitney Testi sonuçlarına göre cinsiyet ve sınıf değişkenleri açısından, istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği sonucuna da ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Makyavelizm, Makyavelist Değerler, Değerler, Yönetici, Mach IV Ölçeği.

INVESTIGATION THE EFFECT OF MACHIAVELIST VALUES ON STUDENTS AIMING TO BE MANAGER

ABSTRACT

This study has been performed in order to test the effects of Machiavelist Values on students aiming to managers. Data have been obtained using Mach IV scale form 448 students of Dumlupınar University Kütahya Vocational School of Social Sciences. For each student, Machiavelist Values have been calculated separately. At the end of the study, the general arithmetic average of the answers given by 448 students to Likert type scale of 10 parameters was "3.18" this arithmetics average has shown that that the Machiavelist Values have a "middle" effect on students. Besides, according to the t-test, and Mann-Whitney Test results about the variation of the gender and class of the students, it has been determined that Machiavelist Values do not shown a statistically significant difference.

Keywords: Machiavellism, Machiavelist Values, Values, Manager, Mach IV Scale.

1.Giriş

İnsan davranışlarının nedenini araştırmak her zaman inceleme konusu olmuştur. Nedenlerin kökenine inmek için; insan niye beklendiği gibi davranmıyor? Davranışlarının kökeninde neler bulunmaktadır? Amaçlarına ulaşmak için gösterdiği davranışları güdüleyen dinamikler nelerdir? Beklenmedik bir davranışın sonuçları, beklenmeyen başka davranışları harekete geçirme özelliği olabilir mi? vb. sorular her zaman için yanıt bulması gerekenlerdir. Yanıtlar içerisinde farklı dinamikler olabilir. Söz gelimi, değerlendirilmeye muhtaç anlık bir gelişme, dingin olmayan ancak geçici ruhsal gerginlik, yönlendirilemeyen ekonomik-sosyo-kültürel gelişmelerin etkisinde bulunmak vb. Anılanların dışında değerler de, yüklenilen biçimsel rollerin dışında davranışta bulunmaya itebilecek önemli dinamiklerdendir. Çünkü insanlar, yetiştikleri toplumun değerlerine göre davranırlar. İnsanlar değerlerin etkisiyle davranışlarının yönü ve şiddetini belirleyebilirler. Davranışlara yapısal çözümler getirmek uzun bir süre alır. Öte yandan değerlerin önceden bilinerek, olası davranışları tahmin etmek çatışmaların önlenmesinde bir yoldur. Diğer bir deyişle, davranışlardan değerleri anlamak yerine, değerler ile olası davranışlara yönelik çıkarımlarda bulunmak; örgüt içinde gelişecek durumların önceden tahmin edilmesinde yararlı olacaktır. Değerler tutum, iletişim, inanç vb. kavramlara etki eder. Bu anlamda değerler amaca ulaşmak için birer ölçüt olarak benimsenmektedir. İyi, güzel, dürüstlük, adalet, eşitlik vb. olumluluk içeren değerler her zaman öne çıkmaktadır. Değerler her ne kadar olumluluğa gönderme yapan ölçütler olsa da; olumsuzluğa gönderme de yapmaktadır. Makyavelist Değerler, olumluluktan öte, olumsuzluğa gönderme yapmaktadır. Makyavelist değerler iyi, güzel, dürüstlük, adalet, eşitlik vb. ölçütleri temel almamıştır. Bu değerlerin yerine, karşıtlarını koymuştur. Karşıt değerlerin toplum içerisinde yaygınlaşması ve genel kabul görmesi evrensel değerlerin ötelenmesine neden olacaktır. Böyle bir durum, çözümü zor toplumsal sorunlara neden olabilir. Özellikle yöneticilerin Makyavelist Değerlere sahip olarak karar almaları, kabul görmeyecek değerlerin yerleşmesinde etkili olabilir. Makyavelist Değerler'e sahip olunsun ya da olunmasın yönetici olma amacı olan öğrenciler üzerinde etkisinin bilinmesi, nasıl bir yönetici profile ile karşı karşıya kalınacaktır, sorusuna yanıt bulduracaktır.

2. Literatür

Literatürde, gerek değer kavramına yönelik gerekse de Makyavelizm ve değerlerine yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Her iki kavram için de tanımlamalar yapılmıştır. Söz gelimi bir çalışma değerleri, hangi toplumsal davranışların iyi, doğru ya da arzulanan olduğunu belirten bölüşülen ölçüt ya da düşünceler olarak tanımlamıştır (Tokat, 2012:95). Bir diğer çalışma, değerlerin, davranışlar ile olan ilişkisine dikkat çekmiştir (Schermerhorn vd., 2000:72-73). Bir diğer çalışma da değerlerin etkisi üzerinden hareket ederek, değerlerin algılamaları bile etkileyebileceğini belirtmiştir (Gibson vd., 1982:55). Öte yandan bir diğer çalışma ise, değerlerin tutumlar ile olan ilişkisini kurmuş; tutumların değerlerin bir ifadesi olduğunu belirtmiştir (Luthans, 2005:207). Bu ilişkiye göre tutumlar, değerlere hizmet etmektedir. Değerlerin tutumlar ile ilişkisini açıklayan benzer bir çalışma da, değer, tutumları yöneten köklü bir inanç olduğu belirtmiştir (Pearson & Nelson, 1997:213). Bir diğer çalışma ise, değerlerin önemini örgütler açısından değerlendirmiş ve örgütsel tutumlarda önemli etkileri olduğunu vurgulamıştır (Stoner & Freeman, 1992:77).

Literatürde, Makyavelizm'e yönelik açıklamalar bulunmaktadır. Bir çalışma, Makyavelizm'in, Niccolo Di Bernado Dei Machiavelli'nin görüşlerine dayandığını belirtmiştir (Ekinci, 1996:214). Çalışmaya göre Machiavelli, bir devletin içinde çeşitli güçler arasında sürekli sürtüşmeler bulunduğunu göz önünde tutarak ampirik bir yöntem uygulamış, realist ve rasyonel yaklaşımlarıyla tanınmıştır. Aynı doğrultu da bir diğer çalışma ise, Machiavelli kadar tartışılmış, eleştirilmiş, aşağılanmış, çalışmaları yasaklanmış; ancak düşünce ve önerileri de uygulanmış düşünürlerin azlığına dikkat çekmiştir (Kara, 2009:439-442). Aynı çalışmaya göre Machiavelli'ye "Şeytanın Çömezi" ismi takılmış ve Fransızlar'ın, İtalya'dan kaynaklanan her şeye karşı duydukları tepkiyle, rezillik anlamında "Makyavelizm" kavramını türetmişlerdir.

Makyavelizm için yukarıdaki açıklamalar ile orantılı olarak bazı açıklamaların yapıldığı da izlenebilmektedir. Bu konuda bir çalışma, Makyavelizm'in, bazı olumsuz özellikleri çağrıştırdığını belirtmiştir (Oyman, 2004:80). Çalışma, kişinin çıkarlarına ulaşmak için kurnazlık ve hileyle diğer insanları kullanmasını, amacına ulaşmak için ahlaki olmayan yollara başvurmasını olumsuz özellikler arasında göstermiştir. Bir diğer çalışma ise, aynı olumsuzluklar doğrultusunda Makyavelizm'in dayandığı temel değerleri, "amaca ulaşmak için kullanılacak her türlü araç mubahtır" görüşüyle açıklamıştır (Güney & Mandacı, 2009:84). Bu konuda bir diğer çalışma da, yapılan ilk iki tanım ile aynı paralellik gösteren bir yaklaşım göstermiştir. Çalışmaya göre, Makyavelizm'de temel düşünce, ilkelerden ve kurallardan öte amaca uygun olan değerler öncü olarak görülmekte ve çıkarlar söz konusu olduğunda ahlaki noktalar görmezden gelinmektedir (Tuna & Yeşiltaş, 2013:190). Makyavelist Değerler, bir anlamda kişilik özelliklerine gönderme yaptığı da söylenebilir. Bu konuda bir çalışma, Makyavelizm'in otoriter kişilik özelliklerini vurgulamak için kullanıldığını belirtmiş ve bireyin yararcı, diğer insanlarla arasına mesafe koyan ve sonuçlara göre davranan, diğerlerini kullanan ve ikna eden olmasını örnek olarak vermiştir (Kara, 2009:442). Bir çalışma, Machiavelli'nin düşüncelerini evren, tarih ve insanlık hakkında belirli bir bakış açısı üzerine oluşturduğunu belirtmiştir (Boari, 2013:13-32). Bir diğeri ise, Machiavelli'nin düşüncesinde insanların, Tanrı'nın iyiliğini ya da hizmetini aramaktan öte kendini hissetmek ya da tatmin olmayı amaçladığına gönderme yapmıştır (Onbaşı, 2013:25-40). Bu doğrultu da bir diğer çalışma, farklı bir bakış açısı ile konuyu değerlendirmiştir. Çalışmaya göre, Machiavelli iyi ya da kötünün insan davranışlarında ortaya çıkmasıyla değil, iyi ya da kötünün siyasal etkileri ile ilgilenmiştir. Bugün bile görüşleri, siyasi konularda zalimlik ya da ahlaksızlığın; ahlaki olmaktan daha fazla yarar sağlayacağı şeklinde yorumlanmaktadır (Güney & Mandacı, 2009:83-104). Bir diğer çalışma da, konuya daha farklı yaklaşmıştır. Machiavelli "hem aslan hem de tilki tipi bir davranış" önemseyerek kendi siyaset kuramı özelinde yeni bir iktidar diyalektiği oluşturmuştur (Öztürk, 2013:181-204).

Bu yönetim diyalektiğinde kilit kavram, yöneticinin yapmaktan çekinmemesi gereken "aldatma"dır. Çünkü, Machiavelli şiddeti ve dolayısıyla kötülüğü kaçınılmaz görmüştür. Bir çalışma bu konuya yöneticiler açısından yaklaşmış ve farklı değerlendirmelerde bulunmuştur. Bu değerlendirmeler şöylece sıralanmıştır: Machiavelli'nin çalışmaları sadece yönetici davranışları üzerine değildir. Machiavelli yöneticilere eylemlerinde yol gösterecek bazı önerilerde de bulunmuştur. Yönetilmesi gereken toplumun özelliklerini de açıklamıştır. Machiavelli'ye göre toplum, başında biri olmadığı zaman çaresizdir, kararsızdır, iyi ve kötüyü tam anlayamaz. Bu yüzden yönetici, toplumun tek yol göstericisi, iktidarın birlik ve bütünlüğünün tek garantisidir.

Yönetici, bu amacı gerçekleştirmek için hiçbir engel tanımayan, toplumunu bazen okşayarak bazen sert davranış göstererek yöneten, ama her zaman toplumun birlik ve beraberliği için çalışandır. Ayrıca yönetici, insanlara inanma gücünü aşıl原因, bir amaç etrafında toplayan ve hiç hata yapmayan kişidir. Böylece ortaya Machiavelli ile yeni bir insan ve toplum anlayışına dayanan yeni bir iktidar kurulmuştur. Dinsel olan dünyaya ait olandan dışlanmış; kader, insanın iradesine bırakılmıştır. Dinin egemenliğini parçalayan iktidar yok edilerek “tek” bir iktidar söylemi ortaya çıkmıştır. Bu tek iktidar Machiavelli’nin kullandığı kavramsal karşıtlıklar “elit ve toplum” olmuştur. Machiavelli’ye göre insanlar, “yöneten elitler” ve “yönetilen toplum” olarak ikiye ayrılmaktadır. Machiavelli, elit olma koşulları arasında soyluluğu göstermemiştir (Çetin, 1996:61-88; Çetin, 2002:1-16).

Machiavelli’nin görüşleri sadece tek bir alanda sınırlı kalmamış, birçok alanda farklı çalışmalara konu olmuştur. Örneğin; tıp eğitimi alan öğrenciler (Coker vd., 1965:1074-1084); çocuklar (Barlow vd., 2010:78-82); orta-lise, işletme ve psikoloji öğrencileri (Tang & Chen, 2008:1-26) üzerine çalışmalar yapılmıştır. Öte yandan bir çalışma da, dostluğun oluşturulmasında Makyavelist değerlere sahip olan bireylerde, dostluğa verilen değer düşük olduğu ya da dostluk ilişkilerinde kalite seviyesinin düşük olduğuna işaret etmiştir (Abell & Brewer, 2012). Bir diğeri de, Makyavelist kişiliği, narsizim ve psikopat özelliklerin yanında göstermiştir (Holtzman, 2011:648-654). Diğeri bir çalışma da, Machiavelli ve 20. yüzyıl yönetimin bir karşılaştırılması yapmıştır (Calhoon, 1969:205-212). Ayrıca, Makyavelizm yaklaşımıyla pazarlama ve yönetim ilişkisini tartışan çalışmalarda bulunmaktadır (Harris & Lock, 1996:313-328). Diğeri bir çalışma da, Makyavelist Değerler için, eleştirel bir yaklaşım sergilemiştir. Çalışmaya göre, Makyavelist Değerler’i bulunan bir yönetici kendi amaçlarını gerçekleştirmek için yönlendirmeyi bir güdüleme aracı olarak kullanmakta, bu tür yöneticiler yönlendirmeyi kaynaklar ve işgörenler üzerinde güç elde etmek için uygulamakta ve kendisi güvenilir bir kimse olmadığı için kimseye de güvenmemektedir (Tuna & Yeşiltaş, 2013:184-209). Makyavelist Değerler’in etkin bir şekilde insanları yönlendirme etkisinin bulunduğu da söylenebilir. Ancak bunun için bile ayrı bir beceri gerekmektedir. Ancak bir çalışma bu sonuçları destekleyici sonuçlara ulaşamadığını bildirmiştir (Pilch, 2008:158-164). Kötüye kullanılan güç, zulüm ve hileyi, bir toplumun yaratılış itibarıyla ahlaksal boyutunu sarsıcı dinamikler olarak gören çalışmalarda bulunmaktadır. Bir çalışma, her ne kadar bu kavramların genellikle siyasi örgütlerde görülme eğilimini vurgulamış olsa da bunun bir ikilem olduğunu; iyi amaçlar için de olsa, kötü değerlerin kabullenebilecek bir özelliğinin olmadığını belirtmiştir (Zmora, 2005:122-148). Bir çalışma ise, para sevgisinin sonuçlarını Makyavelist Değerler ile ilişkilendirmiş ve bunun etik olmayan davranışlara neden olduğunu bildirmiştir (Tang & Chen, 2008:1-26). Bir diğeri de, örgütlerde mobbing odaklı eylemi gerçekleştirenleri, Makyavelizm’in düşüncesine dayandırmıştır (Şahin, 2013:1-20).

Machiavelli’nin görüşleri yönetim eylemlerinin yönünün ve şiddetinin anlaşılabilmesi için yönetim ve organizasyon bilimine farklı bakış getirmiştir. Machiavelli’nin çalışmalarında yönetimde insan ilişkilerinin nasıl olması gerektiğine ilişkin görüşleri bir çalışma şöylece belirtilmiştir. Yönetimin insan görüşü; insan doğuştan kötüdür, bencil, açgözlü, nankör, döneke, art düşünceli, ikiyüzlü yaratılmıştır. İyi yönetim ortamında insan bu kötü özelliklerini iyileştirebilir. Yönetimin özelliği; yönetici, yönetilenleri, kendisinin dini bütün, doğru, dürüst, güvenilir, iyi yürekli, adil, yansız olduğuna inandırmalıdır. Yöneticinin bu özelliklere göre davranması gerekmez. Yönetici, yönettiği kişilerin yüreklerine korku da salabilmelidir.

Yöneticinin davranışı; yöneticinin kendi amacına ulaşması için uygulayabileceği her yöntem ve davranış yasaldır. Başarıya ulaştığında yöneticinin uyguladığı yöntem ve eylemler; tartışılmaz, eleştirilemez. Yasa sayılır ve hiçbir törel ilke ve kural yöneticiyi engelleyemez (Kara, 2009:438-439). Makyavelist Değerler'in temelinde insan bulunmaktadır. Ancak bu temelin dayandığı dinamikler arasında insanın özellikleri kötü, bencil, ikiyüzlü, vb. olarak belirginleşmiştir. Bu ölçütler insanın değerlendirilmesinde kullanılacak dinamiklerdir. Bundan dolayı Makyavelizm'in insan için öngördüğü ölçütler, bu çalışmada Makyavelist Değerler olarak ele alınmıştır. Makyavelist Değerler, olumsuzluğu çağrıştırmaktadır. Öte yandan da değer kavramı ilk bakışta olumlu çağrışımlar uyandırmaktadır. Evrensel değerler -yalan söylememe, ihanet etmeme, aldatmama, dürüst olma, şefkatli olmak, beklenen babalık rolü, demokrasi, eşitlik, itaat vb.- dışında kültürlerin özeline inildiğinde değerler bir kültürde kabul görürken -berdel, kan davası, namus cinayetleri, adamsendencilik, evet efendimcilik vb.- aynı değer bir diğer kültürde kabul göremeyebilir. Bu konuda farklı çalışmaların varlığı dikkat çekmektedir. Çalışma, değerlerin toplumun ya da toplumdaki grupların ortak düşünceleri ile bazı olayların, eşyaların, insanların olumlu ya da olumsuz değerlendirilmesinden oluştuğu belirtmiştir (Kara, 2011:50).

3. Araştırma

3.1. Amaç

Yüksek eğitim ve öğrenim süresince öğrenciler, farklı ortamlarda bulunarak kurdukları iletişimin sonucunda farklı değerleri benimseyebilirler. Bu değerler, kabul görece değerler olduğu gibi tersi durumlar için de söz konusudur. Makyavelist Değerler'in de bunlardan birisi olabileceği düşünülmüştür. Makyavelist Değerler, genel kabul gören değerler olmamakla birlikte, uygulamada gözlemlenebilecek değerlerdir. Makyavelist Değerleri'n yaygın bir biçimde uygulanması, toplum içinde ya da örgütsel ortamda diğer sorunların kaynağını oluşturabilir. Bu değerlerin önceden bilinmesi olası birçok sorunun önüne geçilmesinde ve çözüm stratejilerinin geliştirilmesine yardımcı olabilecektir. Bundan dolayı çalışma, Makyavelist Değerler'in, yönetici olma amacı olan öğrencilerin değerleri üzerinde ne ölçüde etkili olduğunun belirlenmesini amaçlamıştır.

3.2. Kısıtlar

448 öğrenciden elde edilen bulgular, sadece DPÜ KSBMYO'nun öğrencilerine genellenebilecektir. Çünkü her MYO fiziki yapısı, bölgesel konumu, teknik alt yapısı, yönetim şekli, öğretim elemanı sayısı ve yeterliliği vb. dinamikler itibariyle farklı özelliklere sahiptir. Tüm bu dinamiklerin öğrencilerin edinecekleri değerleri farklılaştırabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, bu çalışma ile elde edilen bulgular, sadece DPÜ KSBMYO'da yönetici amacı olan öğrencilerin Makyavelist Değerler puanları ile sınırlıdır. Bir diğer sınırlılık ise, toplanan verilerin geçerliliğinin ve güvenilirliği uygulanan anketin ölçme özelliğine bağlı olmasıdır. Dolayısıyla elde edilen bulguların sadece anket ifadeleri doğrultusunda değerlendirilebileceği, ifade sayısı ya da ifadeler değiştikçe elde edilen bulguların da farklılık göstereceğidir. Öte yandan bir diğer sınırlılık da, değerlerin değişebilme özelliğidir. Çünkü değerler bulunacakları koşullara ve zamana göre değişeceği için bulgular sadece çalışmanın yapıldığı koşul ve zaman içerisinde geçerlidir. Ayrıca yönetici olma amacı çalışmanın uygulanma süresi içerisinde geçerli olabilir. Söz gelimi amaç ileride değişebilir.

3.3. Yöntem

Ana kütleden öğrenci seçiminde, rastgele yöntem temel alınmıştır. Anketin uygulaması için, haftalık ders programı ve ders saati içerisinde farklı programlarda -Pazarlama, Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı, Dış Ticaret, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, Lojistik, Otobüs Kaptanlığı, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Emlak ve Emlak Yönetimi, Bankacılık ve Sigortacılık ve İşletme Yönetimi- eğitim ve öğretim gören öğrencilere rassal olarak ulaşılmıştır. Ders programı içerisinde toplu olarak ulaşılan öğrencilere; nitel olarak, yönetici olma amaçlarının olup olmadıkları sorulmuştur. 3420 kişilik bir evreni temsil edebilecek yeterlilikte bir örneklemin % 5 örnekleme hatası ve % 95 güvenilirlik seviyesinde temsil edebilmesi için en az 346 öğrenciye ulaşılması hedeflenmiştir. Yönetici olma amacı olan 448 öğrenci üzerinde anket uygulanmıştır. Ankete katılan öğrenciler, DPÜ KSBMYO’da eğitim ve öğretim gören öğrenciler içerisinde (toplam öğrenci sayısı 3420) % 14.35 kısmı oluşturmuştur. Öğrencilerin seçilme olasılıklarının eşit olduğu ve yönetici olma amaçları ile de homojen oldukları varsayılmıştır.

3.4. Ölçek

Çalışmada, Mach IV ölçeği kullanılmıştır. Mach IV ölçeği kişinin diğer insanlarla ilişkilerindeki genel stratejisini özellikle de kişiler arası durumlarda diğer insanları etkileme derecesini ölçmeyi amaçlamaktadır. Mach IV ölçeği 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğinin Türkiye’deki güvenilirlik çalışması 30 üniversite öğrencisi üzerinde yapılmıştır. Bu amaçla ölçek bir ay arayla iki kez uygulanmış ve test tekrar test güvenilirliği .72 olarak bulunmuştur. Bu korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı çıkmıştır (Güldü & Dönmez, 2002:135). Ölçek, Makyavelist Değerler’i ölçmektedir. Güney & Mandacı (2009) ve Oyman (2004) ölçeğin 20 ifadesinden 10 tanesinin Makyavelist Değerler’i; diğer 10 tanesinin ise Makyavelist olmayan değerlerden oluştuğunu ve Makyavelist olmayan ifadelerin ise 1970 yılında Christie & Geis tarafından geliştirildiğini bildirmişlerdir. Bu çalışma, Makyavelist Değerler arasındaki ikilemi ya da farklılığı açıklamayı amaçlamamaktadır. Ölçeğin kendi içerisinde alt boyutları bulunmadığından; çalışma sadece Makyavelist Değerler’i belirlemeye yönelik olarak yapılmıştır. Bundan dolayı, çalışmada Makyavelist Değerler’i, ortaya koymayı amaçlayan 10 ifade kullanılmıştır. 10 ifade, Machiavelli’nin kendi çalışmalarında kullandığı ya da aynı anlamı verecek şekilde düzenlenmiş ifadelerdir. Çalışmada kullanılan 10 ifadeyi içeren ölçek 1 ile 5 puan arasında değişen Likert tipi bir ölçektir. Ölçekte, yer alan ifadelere katılma düzeyleri, “Kesinlikle Katılmıyorum=1, Katılmıyorum=2, Kararsızım=3, Katılıyorum=4, Kesinlikle Katılıyorum=5” puanları ile belirtilmiştir. Ölçekten alınabilecek puanlar 10-50 arasında değişmektedir.

Ölçek ile toplanan veriler her bir katılımcı için teker teker hesaplanarak, öğrencilerin bireysel puanları belirlenmiştir. (Bu hesaplama için 1, 3, 4, 5, 9 ve 10. ifadelerin puanları toplanmış, geri kalan ifadeler için ters puanlama yapılmıştır). Elde olunan verilerle amaçlanan sonuçlara ulaşmak, için tek yönlü t-testi, cinsiyet ve sınıflar arasındaki farklılıkları belirlemek için de gruplar arası ilişkiler incelenmiştir. Ankette, 5 dereceli Likert ölçeğine yönelik değerlendirme maddeleri kullanıldığı için, her bir ölçek maddesi için belirlenen aritmetik ortalamalardan yararlanılmıştır. Erdem vd. (2013) görüşlerinden yararlanılarak, kullanılacak olan aritmetik ortalamalar Tablo 1 de olduğu gibidir. Anketten elde edilen puanlar ne kadar

yüksek çıkarsa, o ölçüde Makyavelist Değerler'e sahip olduğu varsayılmıştır. Robbins vd., (2013) de aynı doğrultuda görüş bildirmişler ve ortaya çıkan puanın Makyavelist Değerler'in etkisini gösterdiğini belirtmişlerdir. Ölçek puanının yüksek olması sosyal yönden arzu edilmeyen bir durum olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Aritmetik Ortalamalar

Ölçek	Puan Aralığı	Puan Ölçeği
5	4,20-5,00	Çok Yüksek
4	3,40-4,19	Yüksek
3	2,60-3,39	Orta
2	1,80-2,59	Düşük
1	1,00-1,79	Çok Düşük

3.5. Bulgular ve Analiz

Çalışmaya katılan 448 katılımcının demografik özellikleri, Tablo 3'de görüldüğü gibi cinsiyete dayalı dağılımları erkek 245 (% 54,7), bayan 203 (% 45,3); sınıf temelli dağılımları ise birinci sınıf 301 (% 67,2), ikinci sınıf 147 (% 32,8) öğrenciden oluşmuştur.

Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	N	%
Erkek	245	54,7
Bayan	203	45,3
Toplam	448	100
Birinci Sınıf	301	67,2
İkinci Sınıf	147	32,8
Toplam	448	100

448 katılımcıdan elde olunan veriler doğrultusunda öğrencilerin demografik özellikleri, anket ile sorgulanan önermelerin ortalama ve standart sapma değerleri, bağımsız t-testi, hipotezlere yönelik olarak normallik ve Mann-Whitney Testi analizleri yapılmıştır.

Hipotezler:

- H1:Cinsiyet değişkeni ile Makyavelist Değerler'e ilişkin tutum arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H2:Sınıf değişkeni ile Makyavelist Değerler'e ilişkin tutum arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 3: Makyavelist Değerler’e Yönelik Önermelerin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Önermeler	N	\bar{X}	SS	Standart Hata
1-İnsanları yönlendirmenin en iyi yolu, onlara duymak istedikleri şeyleri söylemektir.	448	3.27	1.413	.067
2-Birinden bir şey yapmasını istediğinizde, ona şık nedenler sıralamak yerine, o işi yapmasını neden istediğinizi doğrudan söyleyin.	448	2.03	1.136	.054
3-İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.	448	3.55	1.236	.058
4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	448	4.27	1.087	.051
5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	448	3.47	1.211	.057
6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	448	2.75	1.206	.057
7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	448	3.25	1.192	.056
8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	448	2.34	1.371	.065
9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	448	2.87	1.394	.066
10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	448	4.02	1.107	.053
Makyavelist Değerler’in Ortalaması		3.18		

Tablo 3 incelendiğinde, Makyavelist Değerler’de, etkili faktörün 4.27 aritmetik ortalamayla “*Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.*” olduğu görülmektedir. Bu faktörü sırasıyla “*Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.*” ($\bar{x}=4.02$) ve “*İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.*” ($\bar{x}=3.55$) faktörleri takip etmektedir. Makyavelist Değerler’in etkisini belirlemeye yönelik olarak tasarlanan çalışma sonucunda 448 katılımcının 10 maddelik Likert tipi ölçeğe yönelik olarak verdikleri yanıtların genel aritmetik ortalaması “3.18” olarak bulunmuştur. Bu puan, Makyavelist Değerleri’n, öğrencilerin değerleri üzerinde “orta” (Bkz. Tablo 1) düzeyde etkili olduğu sonucuna ulaştırmıştır.

Tablo 4: Makyavelist Değerler'in Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bağımsız t-Test Sonuçları

Önermeler	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	sd	t	p																																																																																																																								
1-İnsanları yönlendirmenin en iyi yolu, onlara duymak istedikleri şeyleri söylemektir.	Kadın	203	3.59	1.323	417.057	5.310	.000																																																																																																																								
	Erkek	245	2.89	1.427				2-Birinden bir şey yapmasını istediğinizde, ona şık nedenler sıralamak yerine, o işi yapmasını neden istediğinizi doğrudan söyleyin.	Kadın	203	2.10	1.134	446	1.321	.187	Erkek	245	1.96	1.136	3-İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.	Kadın	203	3.53	1.223	446	.424	.672	Erkek	245	3.58	1.254	4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	Kadın	203	4.18	1.156	446	1.942	.053	Erkek	245	4.38	.990	5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Kadın	203	3.44	1.174	446	.500	.617	Erkek	245	3.50	1.256	6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Kadın	203	2.81	1.191	446	1.122	.263	Erkek	245	2.68	1.223	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Kadın	203	3.16	1.192	446	1.864	.063	Erkek	245	3.37	1.184	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Kadın	203	2.40	1.344	446	.992	.322	Erkek	245	2.27	1.404	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269	Erkek	245	2.79	1.414	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14
2-Birinden bir şey yapmasını istediğinizde, ona şık nedenler sıralamak yerine, o işi yapmasını neden istediğinizi doğrudan söyleyin.	Kadın	203	2.10	1.134	446	1.321	.187																																																																																																																								
	Erkek	245	1.96	1.136				3-İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.	Kadın	203	3.53	1.223	446	.424	.672	Erkek	245	3.58	1.254	4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	Kadın	203	4.18	1.156	446	1.942	.053	Erkek	245	4.38	.990	5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Kadın	203	3.44	1.174	446	.500	.617	Erkek	245	3.50	1.256	6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Kadın	203	2.81	1.191	446	1.122	.263	Erkek	245	2.68	1.223	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Kadın	203	3.16	1.192	446	1.864	.063	Erkek	245	3.37	1.184	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Kadın	203	2.40	1.344	446	.992	.322	Erkek	245	2.27	1.404	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269	Erkek	245	2.79	1.414	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441											
3-İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.	Kadın	203	3.53	1.223	446	.424	.672																																																																																																																								
	Erkek	245	3.58	1.254				4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	Kadın	203	4.18	1.156	446	1.942	.053	Erkek	245	4.38	.990	5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Kadın	203	3.44	1.174	446	.500	.617	Erkek	245	3.50	1.256	6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Kadın	203	2.81	1.191	446	1.122	.263	Erkek	245	2.68	1.223	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Kadın	203	3.16	1.192	446	1.864	.063	Erkek	245	3.37	1.184	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Kadın	203	2.40	1.344	446	.992	.322	Erkek	245	2.27	1.404	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269	Erkek	245	2.79	1.414	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441																							
4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	Kadın	203	4.18	1.156	446	1.942	.053																																																																																																																								
	Erkek	245	4.38	.990				5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Kadın	203	3.44	1.174	446	.500	.617	Erkek	245	3.50	1.256	6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Kadın	203	2.81	1.191	446	1.122	.263	Erkek	245	2.68	1.223	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Kadın	203	3.16	1.192	446	1.864	.063	Erkek	245	3.37	1.184	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Kadın	203	2.40	1.344	446	.992	.322	Erkek	245	2.27	1.404	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269	Erkek	245	2.79	1.414	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441																																			
5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Kadın	203	3.44	1.174	446	.500	.617																																																																																																																								
	Erkek	245	3.50	1.256				6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Kadın	203	2.81	1.191	446	1.122	.263	Erkek	245	2.68	1.223	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Kadın	203	3.16	1.192	446	1.864	.063	Erkek	245	3.37	1.184	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Kadın	203	2.40	1.344	446	.992	.322	Erkek	245	2.27	1.404	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269	Erkek	245	2.79	1.414	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441																																															
6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Kadın	203	2.81	1.191	446	1.122	.263																																																																																																																								
	Erkek	245	2.68	1.223				7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Kadın	203	3.16	1.192	446	1.864	.063	Erkek	245	3.37	1.184	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Kadın	203	2.40	1.344	446	.992	.322	Erkek	245	2.27	1.404	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269	Erkek	245	2.79	1.414	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441																																																											
7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Kadın	203	3.16	1.192	446	1.864	.063																																																																																																																								
	Erkek	245	3.37	1.184				8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Kadın	203	2.40	1.344	446	.992	.322	Erkek	245	2.27	1.404	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269	Erkek	245	2.79	1.414	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441																																																																							
8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Kadın	203	2.40	1.344	446	.992	.322																																																																																																																								
	Erkek	245	2.27	1.404				9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269	Erkek	245	2.79	1.414	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441																																																																																			
9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unuttur.	Kadın	203	2.93	1.377	446	1.107	.269																																																																																																																								
	Erkek	245	2.79	1.414				10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414	Erkek	245	3.98	1.154	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441																																																																																															
10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Kadın	203	4.06	1.068	446	.817	.414																																																																																																																								
	Erkek	245	3.98	1.154				Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051		Erkek	245	3.14	.441																																																																																																											
Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Kadın	203	3.22	.432	446	1.958	.051																																																																																																																								
	Erkek	245	3.14	.441																																																																																																																											

Tablo 4'de görüldüğü üzere 448 katılımcı üzerinde Makyavelist Değerler'in, cinsiyet farklılığında en etkili faktör erkekler için 4.18 ve bayanlar için de 4.38 aritmetik ortalamayla "Gerekli virajları geçmeden yol almak zordur." oluşturmaktadır. Bu faktörü sırasıyla "İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir." (Erkekler \bar{x} =3.53, bayanlar \bar{x} =3.58) ve "Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır." (Erkekler \bar{x} =3.44, bayanlar \bar{x} =3.50) faktörleri takip etmektedir. Ancak cinsiyet temelli olarak bazı faktörlerin bulunduğu da söylenebilir. Söz gelimi "İnsanları yönlendirmenin en iyi yolu, onlara duymak istedikleri şeyleri söylemektir." (Erkekler \bar{x} =3.59, bayanlar \bar{x} =2.89) "Birinden bir şey yapmasını istediğinizde, ona şık nedenler sıralamak yerine, o işi yapmasını neden istediğinizi doğrudan söyleyin." (Erkekler \bar{x} =2.10, bayanlar \bar{x} =1.96) vb. faktörler örnekler arasındadır.

Tablo 5: Makyavelist Değerler'in Sınıf Değişkenine İlişkin Bağımsız T-Test Sonuçları

Önermeler	Sınıf	N	\bar{X}	SS	sd	t	p																																																																																																																								
1-İnsanları yönlendirmenin en iyi yolu, onlara duymak istedikleri şeyleri söylemektir.	Birinci	301	3.33	1.431	446	1.142	.254																																																																																																																								
	İkinci	147	3.16	1.375				2-Birinden bir şey yapmasını istediğinizde, ona şık nedenler sıralamak yerine, o işi yapmasını neden istediğinizi doğrudan söyleyin.	Birinci	301	2.02	1.150	446	.272	.785	İkinci	147	2.05	1.109	3-İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.	Birinci	301	3.56	1.236	446	.302	.762	İkinci	147	3.52	1.240	4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	Birinci	301	4.24	1.103	446	.768	.443	İkinci	147	4.33	1.054	5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Birinci	301	3.46	1.223	446	.230	.819	İkinci	147	3.49	1.190	6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Birinci	301	2.84	1.210	446	2.200	.028	İkinci	147	2.57	1.182	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Birinci	301	3.26	1.200	446	.119	.906	İkinci	147	3.24	1.180	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Birinci	301	2.30	1.351	446	.865	.387	İkinci	147	2.42	1.414	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119	İkinci	147	2.72	1.418	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15
2-Birinden bir şey yapmasını istediğinizde, ona şık nedenler sıralamak yerine, o işi yapmasını neden istediğinizi doğrudan söyleyin.	Birinci	301	2.02	1.150	446	.272	.785																																																																																																																								
	İkinci	147	2.05	1.109				3-İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.	Birinci	301	3.56	1.236	446	.302	.762	İkinci	147	3.52	1.240	4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	Birinci	301	4.24	1.103	446	.768	.443	İkinci	147	4.33	1.054	5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Birinci	301	3.46	1.223	446	.230	.819	İkinci	147	3.49	1.190	6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Birinci	301	2.84	1.210	446	2.200	.028	İkinci	147	2.57	1.182	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Birinci	301	3.26	1.200	446	.119	.906	İkinci	147	3.24	1.180	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Birinci	301	2.30	1.351	446	.865	.387	İkinci	147	2.42	1.414	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119	İkinci	147	2.72	1.418	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436											
3-İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.	Birinci	301	3.56	1.236	446	.302	.762																																																																																																																								
	İkinci	147	3.52	1.240				4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	Birinci	301	4.24	1.103	446	.768	.443	İkinci	147	4.33	1.054	5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Birinci	301	3.46	1.223	446	.230	.819	İkinci	147	3.49	1.190	6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Birinci	301	2.84	1.210	446	2.200	.028	İkinci	147	2.57	1.182	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Birinci	301	3.26	1.200	446	.119	.906	İkinci	147	3.24	1.180	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Birinci	301	2.30	1.351	446	.865	.387	İkinci	147	2.42	1.414	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119	İkinci	147	2.72	1.418	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436																							
4-Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	Birinci	301	4.24	1.103	446	.768	.443																																																																																																																								
	İkinci	147	4.33	1.054				5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Birinci	301	3.46	1.223	446	.230	.819	İkinci	147	3.49	1.190	6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Birinci	301	2.84	1.210	446	2.200	.028	İkinci	147	2.57	1.182	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Birinci	301	3.26	1.200	446	.119	.906	İkinci	147	3.24	1.180	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Birinci	301	2.30	1.351	446	.865	.387	İkinci	147	2.42	1.414	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119	İkinci	147	2.72	1.418	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436																																			
5-Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	Birinci	301	3.46	1.223	446	.230	.819																																																																																																																								
	İkinci	147	3.49	1.190				6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Birinci	301	2.84	1.210	446	2.200	.028	İkinci	147	2.57	1.182	7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Birinci	301	3.26	1.200	446	.119	.906	İkinci	147	3.24	1.180	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Birinci	301	2.30	1.351	446	.865	.387	İkinci	147	2.42	1.414	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119	İkinci	147	2.72	1.418	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436																																															
6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	Birinci	301	2.84	1.210	446	2.200	.028																																																																																																																								
	İkinci	147	2.57	1.182				7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Birinci	301	3.26	1.200	446	.119	.906	İkinci	147	3.24	1.180	8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Birinci	301	2.30	1.351	446	.865	.387	İkinci	147	2.42	1.414	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119	İkinci	147	2.72	1.418	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436																																																											
7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	Birinci	301	3.26	1.200	446	.119	.906																																																																																																																								
	İkinci	147	3.24	1.180				8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Birinci	301	2.30	1.351	446	.865	.387	İkinci	147	2.42	1.414	9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119	İkinci	147	2.72	1.418	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436																																																																							
8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	Birinci	301	2.30	1.351	446	.865	.387																																																																																																																								
	İkinci	147	2.42	1.414				9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119	İkinci	147	2.72	1.418	10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436																																																																																			
9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutur.	Birinci	301	2.94	1.380	446	1.564	.119																																																																																																																								
	İkinci	147	2.72	1.418				10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766	İkinci	147	4.00	1.170	Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436																																																																																															
10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	Birinci	301	4.03	1.077	446	.298	.766																																																																																																																								
	İkinci	147	4.00	1.170				Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287		İkinci	147	3.15	.436																																																																																																											
Makyavelist Değerler'in Etki Ortalaması	Birinci	301	3.20	.439	446	1.067	.287																																																																																																																								
	İkinci	147	3.15	.436																																																																																																																											

Makyavelist Değerler'de, sınıf temelli olarak, en etkili faktör erkekler için 4.24 ve bayanlar için de 4.33 aritmetik ortalamayla "Gerekli virajları geçmeden yol almak zordur." oluşturmaktadır. Bu faktörü sırasıyla "İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir." (Erkekler \bar{x} =3.56, bayanlar \bar{x} =3.52) ve "Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır." (Erkekler \bar{x} =3.46, bayanlar \bar{x} =3.49) faktörleri takip etmektedir. Özellikle her üç veri için ortak olan faktörler arasında ilk iki sırayı "Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur." ve "İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir." yer almaktadır.

Bilindiği gibi, normallik analizinin amacı, verilmiş bir veri dizisinin normal dağılıma uygunluk iyiliğinin incelenmesidir. Tabachnick & Fidell'e (2013) göre çarpıklık ve basıklık aralıkları -1,5 ve +1,5 değeri aldığı anda, veriler normal dağılmaktadır. Diğer bir deyişle, çarpıklık ve basıklık değerleri -1,5 ile +1,5 arasında değer aldığı anda normal dağılımdan söz edilebilmektedir. Tablo 7 normallik analizinin çarpıklık ve basıklık değerlerinin sonuç özetlerini göstermektedir.

Tablo 6: Binom Testi

Cinsiyet	Bağımsız Değişkenler	N	Gözlemlenen Oranlar	Test Oranları	Asymp. Sig. (2-tailed)
Grup 1	Erkek	245	,55	,50	,053 ^a
Grup 2		203	,45		
Toplam	Bayan	448	1,00		

p>0,05

Tablo 7: Normallik Analizi

Önermeler	Çarpıklık	Basıklık
1-İnsanları yönlendirmenin en iyi yolu, onlara duymak istedikleri şeyleri söylemektir.	-,271	-1,310
2-Birinden bir şey yapmasını istediğinizde, ona şık nedenler sıralamak yerine, o işi yapmasını neden istediğinizi doğrudan söyleyin.	1,112	,508
3-İnsanlara gözü kapalı güvenen bir kimse, potansiyel sorun kaynağı demektir.	-,456	-,748
4- Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.	-1,780	2,588
5- Herkesin bir kötülük damarına sahip olduğunu ve ilk fırsatta bunun ortaya çıkacağını varsaymak en güvenli yaklaşımdır.	-,478	-,696
6-İnsanlar ancak ahlaki açıdan doğru olan durumda eyleme geçmelidirler.	,283	-,840
7-İnsanların çoğu temel olarak iyi ve merhametlidir.	-,151	-,886
8-Birine yalan söylemenin hiçbir bahanesi olamaz.	,590	-1,007
9-İnsanların çoğu, vefat eden babalarını, kaybettikleri servetlerinden daha çabuk unutar.	,077	-1,253
10-Genel olarak insanlar, zorlanmadıkça, yüksek tempoda çalışmak istemezler.	-1,237	,840

Normallik testinin sonucuna göre “*Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.*” önermesindeki çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında yer almadığı görülmektedir. Burada normal dağılım gözlenmediği için cinsiyet, sınıf ve önerme arasında, parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney Testi sonuçları Tablo 8 de gösterilmiştir.

Tablo 8: Mann-Whitney Testi

Cinsiyet	N	Sıra Ort.	Sıra Değ. Top.
<i>“Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.”</i>			
Erkek	245	214,92	52656,00
Bayan	203	236,06	47920,00
Toplam	448		

Tablo 9: Test İstatistiği

<i>“Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.”</i>	
Mann-Whitney U	2,252E4
Wilcoxon W	5,266E4
Z	-1,924
Asymp. Sig. (2-tailed)	,054

Tablo 10: Mann-Whitney Testi

Sınıf	N	Sıra Ort.	Sıra Değ. Top.
<i>“Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.”</i>			
1.Sınıf	301	220,74	66444,00
2.Sınıf	147	232,19	34132,00
Toplam	448		

Tablo 11: Test İstatistiği

<i>“Gerekli virajları geçmeden yol almak çok zordur.”</i>	
Mann-Whitney U	2,099E4
Wilcoxon W	6,644E4
Z	-,983
Asymp. Sig. (2-tailed)	,326

Analiz sonucu, 0,005 ‘ten büyük çıktığı ve anlamlı bir fark bulunmadığı için, H1 ve H2 hipotezleri desteklenmemiştir.

4. Sonuç

Sosyal bilimlere ait kuramlar, ait olduğu çağın ve toplumun değerlerinden tamamen bağımsız davranılarak oluşturulduğu söylenemez. Kuramlar, onu geliştirenin değerleri; geliştirenin değerleri de ait olduğu toplumun değerlerinin etkisindedir. Bu yüzden kuramlardan beklenen sonuçların farklı çıkması; o toplumdaki egemen değerlerin genel kabul görmüşlüğü ile ilgilidir. Machiavelli, amaca ulaşmak için kullanılacak her türlü aracı, mubah olarak görmüştür. Amaç için kullanılacak araçların nasıl görülmesi gerektiği tamamen toplumun değerleri ile ilgilidir. Amaca özgü araçların kullanılması, tamamen bir değer sorunudur. Değerler, ait olunan kültürün etkisi altındadır. Değerler ekonomik, kültürel ve sosyal temelli olumlu ya da

olumsuz tüm gelişmelere göre değişebilir. Dolayısıyla kabul gören değerlerin yerine, kabul görmeyen ve toplum tarafından Kabul göremeyecek değerler gelebilir. Bunlar kişilik ve gücün kullanımı ile birleştiğinde yönetim üzerinde olumsuz sonuçların kaynağını da oluşturabilir. Değerler iyi ve kötüyü, güzel ve çirkini, yararlı ve yararsız vb. olanı birbirinden ayırt etmeye yarayan ölçütlerdir. Kötü olanlar da birer değeri ifade etmesine karşın benimsenmesi ve yaygın olması beklenilecek bir durum değildir. Bu değerler arasında insanları “yönlendirme”, her türlü koşulda “kazanma”yı benimseme, amaçlara göre “ikna etme”, “zorlama”, “aldatma”, amaçlara uygun durum olmadığında gerçekleri “saklama”, “etik olmayan davranışlara yönelme”, “şiddet”, “ceza”, “güçlü güçsüzü ezer” vb. öne çıkanlardır. Öte yandan örgütsel ortamda “yönetici kişiliğinde zayıflık”te dayalı sonuçlar kendisini ast ve örgüt yönelimli bir “sevgi ve saygı eksikliği” ile gösterebilir. Bu “sevgi ve saygı eksikliği”nin varlığı ast ve örgütsel ortamda tartışılan “Makyavelist Değerler”i gündeme getirebilir. Bu durumun örgüt ve astlar arasında benimsenmesi “Makyavelist Değerler”in bir “örgüt kültürü”nün de oluşmasında etkili de olabilir. “Makyavelist Değerler” toplum, örgüt ve astlar tarafından terk edilmesi gereken değerler olduğu da belirtilmelidir.

Yöneticilerin objektif olmaları beklenmesine karşın, hiç bir insan değerlerinden bağımsız olarak davranması ya da karar vermesi beklenemez. Öğrencilerin var olan değerleri nasıl kullandıkları, değerlerinin kararlarına ya da davranışlarına etkileri ya da Makyavelist Değerler’in, diğer değerler arasındaki ilişkisi çalışma dışında bırakılmıştır. Çünkü böyle bir konu, çalışmanın boyutlarını son derece genişletecektir. Bundan dolayı, sadece *Makyavelist Değerler*’in öğrenciler üzerinde ne kadar etkisinin olduğu çalışmanın odağını oluşturmuştur. Ayrıca, çalışma Makyavelist Değerler arasındaki ikilemin ya da farklılığın açıklanması da amaç dışındadır. Çalışma Makyavelist Değerler’in ağırlığını belirlemeye yönelik yapılmıştır. Makyavelist Değerler eğilimlerini ortaya koymayı amaçlayan 10 ifade kullanılmıştır. Öğrencilerin yanıtların genel aritmetik ortalaması “3.18” (referans değerleri: 2,60-3,39) olarak bulunmuştur. Bu değer Makyavelist Değerler etkisinin, öğrencilerin üzerinde “orta” düzeyde olduğunu sonucuna yönlendirmektedir. Diğer bir deyişle, gelecek yönetici adaylarının değerleri üzerinde, Makyavelist Değerler pek etkili değildir. Öğrenciler üzerinde yetiştikleri kültürden öğrendikleri olumlu değerlerin daha çok egemendir. Ayrıca, Makyavelist Değerler’in öğrencilerin cinsiyet ve sınıf değişkeni açısından da anlamlı bir ilişkisi bulunamamıştır. Her iki hipotezin de desteklenmemesi, cinsiyet ve sınıf temelinde de öğrencilerin Makyavelist Değerler’e karşı tutumlarının aynı olduğu göstermektedir.

Kaynakça

- Abell, L. & Brewer, G. (2012). Machiavellianism and competition in friendship: Is self-disclosure used as a manipulation strategy? Erişim Tarihi: 20.05.2014, www2.warwick.ac.uk/fac/cross_fac/iatl/activities/events/bcur2012/posters/abell.pdf
- Barlow, A., Qualter, P., & Stylianou, M. (2010). Relationships between machiavellianism emotional intelligence and theory of mind in children. Sciencedirect, *Personality and Individual Differences*, 48(1), 78-82.
- Boari, V. (2013). Machiavelli’s role and importance in the history of political thought, machiavelli, the creator of a new political paradigm. *South-East European Journal of Political Science*, 1(4), 13-32.

- Calhoun, R.P. (1969). Niccolo machiavelli and the twentieth century administrator. *Academy of Management Journal*, 2(12), 205-212.
- Coker, R.J., Greenberg, G. & Kosa, J. (1965). Authoritarianism and machiavellianism among medical students. *Academic Medicine*, 40(11), 1074-1084.
- Çetin, H. (1996). Siyasetin evrensel sorunu: İktidarın meşruiyeti-meşruiyetin iktidarı, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi*, 58(3), 61-88.
- Çetin, H. (2002). Egemenlik ve hukuk ilişkisi üzerine. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), 1-16.
- Ekinci, E.B. (1996). Machiavelli ve hukuk tarihindeki yeri. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 10(1-3), 213-252.
- Erdem, B., Ceylan, U., & Saylan, U. (2013). Aile işletmelerinde nepotizm ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Kütahya'da faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 171-197.
- Gibson, J.L., Ivancevich, J.M., & Donnelly, J.H. (1982). *Organizations, behavior structure processes, plano*. Fourth Edition, Texas, USA: Business Publications Inc.
- Güldü, Ö., Dönmez, A. (2002). Aşırı uçlarda siyasal tutumlara sahip üniversite öğrencilerinin bazı psikolojik değişkenler açısından karşılaştırılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 35(1-2), 129-142.
- Güney, S., & Mandacı, G. (2009). Makyavelizm ve etik algısı ilişkileri: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 83-104.
- Harris, P., & Lock, A. (1996). Machiavellian marketing: The development of corporate lobbying in the UK, *Journal of Marketing Management*, 12(4), 313-328.
- Harris, P., Lock, A., & Rees, P. (Eds.) (2000). *Machiavelli, marketing and management*. London: Routledge.
- Holtzman, N.S. (2011). Facing a psychopath: Detecting the dark triad from emotionally-neutral faces, using prototypes from the personality faceaurus. *Journal of Research in Personality*, 45, 648-654.
- Kara, H. (2009). *Yönetim biliminin düşünce izleri*. Kütahya: Üç Mart Basım.
- Kara, H. (2011). *Yönetim ve örgütsel değerler*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Luthans, F. (2005). *Organizational behavior*. Tenth Edition, New York, USA: Mc Graw Hill.
- Onbaşı G.F. (2013). Morality in machiavelli, hobbes and locke: A comparative analysis. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 25-40.
- Oyman, M. (2004). Tüketici etiği: Ülkelerarası karşılaştırmalara ve demografik faktörlere dayalı bir araştırma. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 77-90.
- Öztürk, A. (2013). Machiavelli düşüncesinde cumhuriyetçi özgürlük ve kurucu lider imgesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 68(2), 181-204.
- Pearson, J.C., & Nelson, P.E. (1997). *An introduction to human communication, understanding-sharing*. Seventh Edition, USA: Mc Graw Hill.

- Pilch, I. (2008). Machiavellianism, emotional intelligence and social competence: are machiavellians interpersonally skilled. *Polish Psychological Bulletin*, 39(3), 158-164.
- Robbins, S.P., Decenzo, D.A., & Coulter, M. (2013). *Yönetimin esasları*. (Çev. Ed.:A. Öğüt). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Schermerhorn, J.J.R., Hunt, J.G., Osborn, R.N. (2000). *Organizational behavior*. Seventh Edition, New York, USA: John Wiley-Sons Inc.
- Stoner, J.A.F., & Freeman, R.E. (1992). *Management*. Fifth Edition, New Jersey, USA: Prentice Hall International Inc.
- Şahin, M. (2013). Mobbing olgusuna anatomik bir bakış: Üniversite özelinde vaka analizi. *Akademik Bakış Dergisi*, 38, 1-20. Erişim Tarihi: 06.05.2014, www.akademikbakis.org
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson.
- Tang, T.L.P. & Chen, Y.J. (2008). Intelligence vs. wisdom: The love of money, machiavellianism, and unethical behavior across college major and gender. *Journal of Business Ethics*, 82, 1-26.
- Tokat, B. (2012). *Örgütlerde değişim ve değişimin yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tuna, M., & Yeşiltaş, M. (2013). Liderliğin etik boyutu: Etik liderliğin otel işletmelerindeki işgörenler tarafından algılanması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 184-209.
- Zmora, H. (2005). *Machiavelli's morals*. Azure, Winter, 122-148

