

Gönderim Tarihi: 02.03.2017 Kabul Tarihi: 30.06.2017

## **BİREYSEL VE SOSYAL BAŞARI MOTİVASYONUNU AÇIKLAYAN TEMEL DEĞERLER: BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

Ali Murat ALPARSLAN\*

Seher YASTIOĞLU\*\*

Mehmet Ali TAŞ\*\*\*

### **BASIC VALUES EXPRESSING INDIVIDUAL AND SOCIAL ACHIEVEMENT MOTIVATION: A FIELD RESEARCH**

#### **Öz**

İnsanların düşünce, algılama, tutum ve davranışlarında etkili olan değerlerin; bir işi yapmak/başarmak adına gerekli olan motivasyon kaynağına da etki edebileceği aşikardır. İnsanların bireysel olarak mı yoksa sosyal kaynaklı mı motive olduğu, onların güdülenmesi için tespit edilmesi gereken bir husustur. Bu tespite yardımcı olmak adına bireyin değerlerini bilmek ve hangi değerlerin ilgili motivasyonlara etkisinin olduğunu belirlemek, insanların nasıl daha doğru güdüleneceklerini bilmek bakımından önem arz etmektedir. Bu çalışma, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi öğrencilerinin bireysel yönelimli başarı motivasyonlarında (BYBM) ve sosyal yönelimli başarı motivasyonlarında (SYBM) temel değerlerin ne düzeyde etkili olduğunu araştırmak amacıyla yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda, geleneksellik değerinin her iki yönelimi, evrensellik ve uyarılma değerlerinin SYBM, başarı ve öz yönelim değerlerinin BYBM üzerinde etki ettiği; korelasyonlar sonucunda SYBM ile güç, başarı ve geleneksellik kültürel boyutları arasında ve BYBM ile başarı, hazcılık, uyarılma, öz yönelim, evrensellik, iyimserlik, geleneksellik, uyuma ve güvenlik kültürel boyutları arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Değerler, Sosyal Yönelimli Başarı Motivasyonu, Birey Yönelimli Başarı Motivasyonu.

---

\*Sorumlu Yazar, Yrd. Doç. Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, e-posta: alimurat@mehmetakif.edu.tr.

\*\*Öğr. Gör., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, e-posta: saytas@mehmetakif.edu.tr.

\*\*\*Arş. Gör., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, e-posta: matas@mehmetakif.edu.tr.

### **Abstract**

Values that are effective in people's thoughts, perceptions, attitudes and behaviors; It can also influence the source of motivation necessary to accomplish a task. Whether people are motivated individually or as a socially source is something that needs to be identified to motivate them. To help in this determination, know the value of the individual and to determine the impact on motivation about what values are important in terms of how people motivation to know that they are more accurate. This study aimed how values related to individual-oriented (IOAM) and social-oriented (SOAM) achievement motivation among students of Mehmet Akif Ersoy University. As a result of the regression analysis, the value of tradition affects both orientations, universalism and stimulation values were found to have an influence on SOAM, and achievement and self-orientation values were found to have an influence on the IOAM. As a result of the correlations, it has been revealed that there is a strong positive relationship between SOAM and the cultural dimensions of power, success and tradition; also there is a strong positive relationship between achievement, hedonism, stimulation, self-direction, universality, optimism, tradition, conformity, and security cultural dimension with IOAM.

**Keywords:** Cultural Values, Individual-Oriented Achievement Motivation, Social-Oriented Achievement Motivation.

### **1. Giriş**

Değerler bireylerin adil, doğru, haklı veya arzulanan hususlara karar vermelerine rehberlik eden derin inançlar olarak, bireylerin davranış ve tercihlerinde yönlendirici ilkeleridir. Sosyalleşme ve bilişsel gelişim yoluyla öğrenilir, kültürel olarak paylaşılan terimlerle ifade edilir, kültürel bağlamda farklılık gösterir (Schwartz ve Bilsky 1990: 878). Aynı zamanda değerler bireylerin motivasyonlarını (amaca yönelik istikrarlı ve yoğun duygulu yönelim), tercihlerini ve eylemlerini yönlendiren ahlaki bir pusula görevi de görmektedir (McShane ve Von Glinow 2016: 34). Diğer bir ifade ile kişinin nasıl motive olduğunu da açıklayabilen ilkeleridir.

Hem temel değerlerin hem de temel motivasyon kaynaklarının/yönelimlerinin birçok farklı kültürde var olduğu, ancak kültürel açıdan değişkenlik gösterdiği bilinmektedir. Örneğin McClelland vd. (1953) başarı değerini Hofstede'nin toplulukçu ve bireyci kültüre göre değerlendirmesini yapmıştır. Toplulukçu kültürlerde başarının; takım başarısı ve işbirliği olarak, bireyci kültürlerde ise kişisel başarı olarak ele alındığı ifade edilmiştir. Toplulukçu kültürlerde başarı dürtüsü benliğin ötesinde sosyal ilişkiler bağlamına yönelikken, bireyci kültürlerde ise benliğe atfedilmektedir. Yine Amerikan psikoloji

öğretisine göre başarı motivasyonu “çaba, yetkinlik, hareket ve diğerleriyle rekabet” kavramlarıyla çerçevenmiştir. Hindistan gibi toplulukçu bir kültürün hâkim olduğu toplumlarda rekabet temelli bireysel başarı güdüsü aşılama çaba ve deneyimleri başarısızlıkla sonuçlanmıştır (Kağıtçıbaşı 2007: 141). Bireyci kültürün mensubu olan fertler başarıyı kendi yetenek ve kapasitesine, başarısızlığı ise kötü şans ve işin zorluğu gibi nedenlere yüklemektedir. Toplulukçu fertler ise elde edilen başarıları başkalarının yardımına ve başarısızlığı ise gerekli ve yeterli çabanın harcanmamasına atfetmektedir (Abd-El-Fattah ve Patrick 2011: 92).

Bu kültürel farklılıklar bağlamında literatürde başarı motivasyonu birey ve sosyal yönelimli olarak ikiye ayrılmaktadır (Yang ve Yu 1988: 45-46). Bahsedilen araştırmalara göre insanların kendi/özgün içsel faktörleri uğruna mı (birey yönelimli başarı motivasyonu) yoksa sosyal ağları içerisinde, kendilerini kabullendirmek ve onaylatmak istedikleri gruplar ve bireyler için mi motive oldukları (sosyal yönelimli başarı motivasyonu) kültürel değerlerine göre farklılık arz edebilmektedir. Toplulukçu kültürlerde sosyal yönelimli başarı motivasyonunun, bireyci kültürlerde ise birey yönelimli başarı motivasyonunun daha belirgin olduğu ifade edilmektedir (Abd-El-Fattah ve Patrick 2011: 92). Kişinin kültürel değerlerini ve doğru başarı motivasyonun anlayabilmek, kişinin hem kendisini hem de bir başkasını motive edebilmesi için önemlidir. Bu çalışmada hangi kişisel ve kültürel değerlerin hangi başarı motivasyonu üzerinde daha etkili olduğunu tespit edebilmek adına gerçekleştirilmiştir. Başarı motivasyonu ve değerlerin kavramsal çerçevesi sunulmuş ve yapılan saha araştırmasının bulguları açıklayıcı araştırma deseni bağlamında yorumlanmıştır.

## **2. Teorik Çerçeve**

### **2.1. Schwartz’ın Kültürel Değerler Kavramı**

Schwartz (2005: 5-6) değerleri; kişiler için önem derecesi farklılık gösteren, kişinin davranışlarını belirleyen ve bireylerin yaşamlarında yol gösterici ilkeler olarak görev yapan soyut motivasyonel inançlar olarak tanımlamaktadır. Değerler bireylerin dünyayı tanımaya, anlamaya ve değerlendirmeye yardımcı olan en soyut türdeki sosyal bilişlerdir. O yüzden değerler, eylemleri seçmek, eylemleri savunurken haklı çıkarmak, benlik ve olaylar da dâhil olmak üzere insanları değerlendirmek için ölçüt olarak kullanılarak diğer insanları ve olayları değerlendirir (Grunert ve Juhl 1995: 40). Schwartz (2005: 4) hemen hemen tüm kültürlerde bireylerin kabul ettiği on temel değer olduğunu varsaymaktadır. On temel

değerden her biri bu değerlerin şekillenmesine yardımcı olan motivasyonel hedeflerine atıfta bulunmaktadır: Güvenlik (toplumun güvenliği, uyum ve istikrarı, ilişkiler ve benlik); uyma (başkalarını rahatsız edebilecek/zarar verecek ve sosyal beklentileri veya normları ihlal edecek davranışlar, eğilimler ve dürtülerin kısıtlanması); geleneksellik (geleneksel kültüre saygı, bağlılık ve dinin kendisine sağladığı gelenek ve düşüncelerin kabulü); yardımseverlik (sık sık temasta bulunan kişilerin refahının korunması ve geliştirilmesi); evrenselcilik (doğanın ve herkesin refahı için anlama, takdir etme, hoşgörü ve koruma); öz-yönelim (bağımsız düşünce ve eylem-seçme, yaratma, keşfetme); uyarılma (heyecan, yenilik ve karşılaşılan olaylara meydan okuma), hedonizm (zevk ve duygusal tatmin); başarı (sosyal standartlara göre yeterlilik göstermek yoluyla kişisel başarının kazanılması) ve güç (kişi ve kaynakların üzerinde sosyal statü ve prestij, kontrol veya hakimiyet sahibi olma) (Schwartz 2012: 4-9). Schwartz (2005: 9), değerlerin değer kazanma amacına göre organize edilebileceğini ifade etmektedir. Diğer bir ifade ile öz yönelim, uyarılma, hedonizm, başarı ve güç değerleri öncelikle bireylerin kişisel hedeflerini nasıl ifade ettiğini düzenlemektedir. Buna karşın yardımseverlik, geleneksellik, uyma, güvenlik ve evrenselcilik değerleri bireyleri öncelikle grubun veya toplumun ortak hedefleri doğrultusunda bireylerin başkalarıyla nasıl etkileşime girdiğini düzenlemektedir. Buradan yola çıkarak, bireylerin veya kültürel grupların, on kültürel değere atfettikleri önem derecesinin farklı olacağı ve bu farklılığın kişilerin veya grupların içerisinde bulunduğu sosyal-kültürel çevre, siyasal ve ekonomik sistemlerin benzerliklerinden veya ayrımlarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

## **2.2. Başarı Motivasyonu Kavramı**

Motivasyon bireyin davranışlarının uyarılarak etkilenmesi, bu etkilenme sonucunda belirli amaçlar doğrultusunda harekete geçilmesidir. Motivasyon; içerisinde değerleri, güdüleri, enerjiyi, istikameti, gerilimleri ve beklentileri, amaçları, umutları, korkuları nihayetinde arzu ve ihtiyaçları barındıran bir olgudur. Bireyi harekete geçiren, onu motive eden amaçları, çıkarları, eğilimleri, hırsları, istek ve ihtiyaçları, tercihleri, iradesi, özlemleri, arzuları, beklentileri, başarı, moral ve tatmin düzeyleri gibi bir dizi duygular ve davranışlardır (Eroğlu 2011: 424). Zira bireyin beşeri faaliyetlerini arzuları, inançları, korkuları, hatta sosyal çevresi (Eren 2013: 532) ve sosyal çevresinin beklentileri şekillendirmektedir. Hem içsel güçlerin, hem de dışsal güçlerin güdülediği insan, farklı

güdüleyicilerden farklı şekilde etkilenmektedir. Yani motivasyon kaynakları farklıdır (Gellerman 1970: 151; Aktaran: Eroğlu 2011).

İnsan davranışlarının temelinde yatan ve onları güdüleyen ihtiyaçlar farklı düşünürler tarafından ele alınmıştır. Abraham Maslow, insan ihtiyaçlarını hiyerarşik bir düzlemde sınıflandırmıştır. Maslow'a göre, sevgi ve aidiyet ihtiyacı karşılandığında, birey daha fazla entelektüel başarı gereksinimlerine odaklanabilecektir. Bu aşama bireyi öğrenmeye ve başarılı olmaya teşvik edecektir (Awan, Noureen ve Naz 2011: 72). McClelland (1961) ise, hiyerarşiden ziyade insan ihtiyaçlarını üç grup altında toplamıştır. Bunlar başarı, bağlılık ve güç ihtiyacıdır. Başarı güdüsü, bunların içerisinde en önemlisidir. Zira bireylerin yüksek performans göstermelerinin, mükemmeli arama tutkularının ve duygularının altında başarı güdüsü (ihtiyacı) yer almaktadır.

McClelland (1985: 814) başarı motivasyonunu, bireylerin mükemmel sonuçlara ulaşabilmeleri için çabalarına neden olan saik olarak tanımlamaktadır. Başarı arzusu, durum değişkenleri ile içsel başarı duygusu arasındaki etkileşim sonucu ortaya çıkmaktadır. Başarı motivasyonu yüksek bireyler, gelişimine önem veren, orta derecede risklere girmekte istekli ve sonuçları kolay alınabilecek işlere daha yatkın olan, çoğunlukla kendilerini işlerine adayan ve zorluklar karşısında yılmayan bireyler olduğu ifade edilmektedir. Başarı motivasyonunun, kişiden kişiye farklılık gösterebileceği gibi, toplumdan topluma da farklılık gösterebileceği düşünülmektedir. Motivasyonun kendi başına, başarı ile ilgili davranışlar için belirli bir yönü yoktur; başarıya ilişkin hedeflerin kavramsallaştırılmasını şekillendiren bireyin inançlarıdır ve sergilenen davranışlar, kişinin kendisi veya toplum tarafından belirlenen hedefler tarafından yönlendirilmektedir (Deci 1975; 84). Bu model, değerlerin ve kültürlerin başarıya etkisi konusundaki tartışmalara cevap vermek için kullanılmıştır. Deci'nin (1975) çalışmasından sonra, McClelland (1984) temel motivasyon düzeyinde başarı motivasyonlarının kültürler arasında benzer olduğunu ileri sürmüştür; ancak kültür farklılıklarının temel güdülerini farklılaştırdığını ifade etmişlerdir. Bu argüman, literatür tarafından da desteklenmektedir. Hunt (1971), bireylerin motivasyonunun doğuştan farklı olmadığını, yani bireyin motivasyon yöneliminin çevresel şartlar ile şekillendiğini varsaymaktadır. Birey büyüdükçe, belirli değerleri ve inançları içeren kendi dünyası hakkında bir görüş geliştirmektedir. Bireye ve dünyaya ilişkin bu değerler ve inançlar, başarı hedeflerinin ve ilgili hedefe yönelmiş başarı heveslerinin şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Kültür, değer ve inançların, bireyin başarı hedeflerine ve hedefe yönelik davranışlara

ilişkin motivasyon kaynaklarını değiştirdiği düşünülmektedir (Deci 1975: 94 -95; McClelland 1984: 66-67).

Kültürel bağlamda başarı motivasyonu üzerine yapılan araştırmalara ağırlık verilmesi ile birlikte Yu ve Yang (1987) ve Yang ve Yu (1988) Çin kültürü üzerine yaptıkları araştırmalar ile, başarı motivasyonunun sadece kollektivist değerlere bağlı olmadığını ve Batı toplumlarında olduğu gibi bireyin kendisi için egemenlik ve ustalık arayışının başarı güdülerini şekillendirdiği sonucuna varmışlardır. Buradan yola çıkarak Yang ve Yu (1988) ve Yu ve Yang (1994) sosyal yönelimli başarı motivasyonunun (SYBM) birey yönelimli başarı motivasyonundan (BYBM) ayrılması gerekliliğini ortaya koymuş ve bu şekilde farklı kavramsallaşmalarına öncülük etmişlerdir.

Yang ve Yu (1988) ve Yu ve Yang (1994) SYBM kavramını, kişilerin yönelimlerini belirleyen beş temel özellikten yola çıkarak kavramsallaştırmışlardır. Sosyal yönelimli başarı motivasyonu yüksek olan kişiler:

- Başkaları, sosyal gruplar veya toplumun bütünü tarafından belirlenen başarı hedefleri ve mükemmellik standartlarının peşinde koşan,
- Hedefleri takip etme ve standartları yakalama yönündeki eylemleri ve araçları; başkaları, toplumsal gruplar veya toplumun tamamı tarafından seçilen ve belirlenen eylemleri sonucunda elde ettiği sonuçları, başkalarının belirlediği hedefler ve mükemmellik standartları ile uyuşup uyuşmadığını sürekli olarak karşılaştıran,
- Övgü/suçlama, kabul/reddetme ve yüceltme/eleştirme gibi olumlu veya olumsuz pekiştiricileri diğer önemli görülen kişilerce verilen, sosyal çevrelerine bağlı ve özerklikleri düşük bireylerdir. Buradan yola çıkarak SYBM, sosyal onay almak ve kişinin ailesine onur getirmek arzusuyla beslenen bir motivasyon sistemi olarak tanımlanmaktadır (Tao ve Hong 2013: 3).

Başkalarına yardım etme güdüsünü ve toplumsal gereklilikleri yerine getirme arzusundan oluşmaktadır. Bu kişiler için başkalarından onay/takdir almak oldukça önemlidir. (Chang, Wong ve Teo 2000: 47). Özetle, SYBM diğer kişiler tarafından tanımlanan amaçlara ulaşma arzusudur.

Birey yönelimli başarı motivasyonu, kişinin kendi isteklerini yerine getirme ve yeteneklerini kullanarak kendini gerçekleştirme arzusuyla beslenen bir motivasyon kaynağı olarak tanımlanmaktadır (Abd-El-Fattah

ve Patrick 2011: 93). Yu ve Yang (1994) BYBM yüksek olan kişilerin beş belirgin özelliğinin olduğunu ifade etmişlerdir:

- Başarı hedefleri ve mükemmellik standartları bireylerin tarafından belirlenmektedir.
- Hedefler ve bu hedefleri gerçekleştirmek için kullanılacak araçlar çevresel etkilere bağlı olmaksızın bireyler tarafından seçilmektedir.
- Sonuçlar, bireyler tarafından belirlenen hedefler ve standartlarla uyuşup uyuşmadığı açısından değerlendirilmektedir.
- Sonuçların değerlendirilmesine ilişkin olumlu veya olumsuz pekiştiriciler yine bireylerin kendileri tarafından oluşturulmaktadır.
- Sürecin tamamında bireyler özerk davranmakta ve başkaları ile kıyas yapmadan kendilerini değerlendirmektedir.
- BYBM hedefe ve bu hedef doğrultusunda gerçekleştirilecek görevlere ilişkin faaliyetlere odaklı bir yönelimdir (Chang, Wong ve Teo 2000: 47). Bireylerin kendileri tarafından tanımlanan hedeflere ulaşma arzusunu ifade etmektedir.

### **3. Yöntem**

#### **3.1. Araştırmanın Metodolojisi**

Schwartz (2005) değerleri, önemi değişen ve bireylerin hayatlarında yol gösterici ilkeler olan, soyut motivasyonel inançlar olarak tanımlamaktadır. Bir başka ifade ile değerler; tutum ve davranışların, özünde bireysel farklılıkların önemli bir belirleyicisi olarak görülmektedir. Eğer değerler bireysel farklılıkların bir belirleyicisi ise insanların farklı motivasyon kaynaklarında da etkisi olabilecektir. Araştırmanın problem olarak ele aldığı başarı motivasyonlarından birey yönelimli başarı motivasyonu; kendi yolunda, içsel olarak belirlenmiş hedefleri takip etme eğilimini tanımlarken, sosyal yönelimli başarı motivasyonu; toplumsal açıdan istenen bir şekilde dışarıdan belirlenen hedeflere ulaşmak eğilimini ifade etmektedir. Özellikle bireysel ve sosyal motivasyon gibi kültürel bir açılıma da sahip olan güdülerin yine kültürel değerler tarafından açıklanması kuvvetle muhtemeldir. Bu motivasyonların altında yatan değerlerin neler olduğunu, hangi değerlerin ilgili motivasyonlar üzerinde olumlu veya olumsuz etkisinin olabileceğini

görmek bu araştırmanın amacıdır. Bu bağlamda hipotezler aşağıdaki gibi kurulmuştur.

*H1: Kültürel değerler bireysel yönelimli başarı motivasyonu üzerinde anlamlı bir açıklayıcılığa sahiptir.*

*H2: Kültürel değerler sosyal yönelimli başarı motivasyonu üzerinde anlamlı bir açıklayıcılığa sahiptir.*

### **3.2. Araştırmanın Örnekleme**

Araştırmanın evrenini Y kuşağı olarak da ifade edilebilen üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenin büyük olması, bir küme seçilmesini gerektirmiştir. Bu küme/araştırmanın örnekleme Burdur İli içerisinde yer alan Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi'nde 2016-2017 Güz Döneminde eğitim gören öğrencilerdir. Örneklem seçiminde kolayda olarak ulaşılabilen kümeler örnekleme oluşturmuştur. Araştırma, 371 öğrenci üzerinde anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Geri dönüş yapılan anket formları içerisinden yanlış ya da eksik doldurulan, soruların tümünde ya da büyük bir kısmında aynı seçeneğin işaretlendiği ve okunmadan cevaplandırıldığı anlaşılan anket formları analiz kapsamına dâhil edilmemiştir. Eleme sonucunda, analiz kapsamında kullanılacak 360 anket formu ile analizler gerçekleştirilmiştir.

### **3.3. Veri Toplama Araçları**

Araştırmanın amacına yönelik olarak elde edilmek istenen verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Faydalanılan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik özelliklere ilişkin verileri toplamak için “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. Kişisel bilgi formunda araştırma kapsamında yer alan demografik değişkenlere ilişkin bilgi toplamaya uygun olacak şekilde literatür doğrultusunda araştırmacı tarafından hazırlanan, katılımcıların yaş, cinsiyet, ailelerinin toplam geliri, kardeş sayısı, kardeşler arasındaki yaş sırası ve hayatlarını geçirdikleri kente ait verilerin toplanmasına yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, kültürel değerlere ilişkin verileri Schwartz Portre Değerler Ölçeği kullanılmış, son bölümde ise Sosyal Yönelimli Başarı Motivasyonu (SYBM) ve Birey Yönelimli Başarı Motivasyonu (BYBM) ölçekleri kullanılmıştır.

Öğrencilerin kültürel değerlerinin belirlenebilmesi için Portre Değerler Ölçeği (PDÖ) kullanılmıştır. Ölçek Schwartz ve arkadaşları tarafından 2001 yılında geliştirilmiş olup 40 madde içermektedir. Her madde



kişilerin istekleri ve hedefleri doğrultusunda 10 değer tipinden hangisi ile ilişkili olduklarını betimlemektedir. Maddeler bireyleri tanımlamak için kullanılmakta olup, ölçekte katılımcılardan verilen tanımlamalara ne kadar benzeyip benzemediklerini belirtmeleri istenmektedir. Bu amaçla 6'lı Likert ölçeği kullanılmıştır. Seçenekler (1) Bana Hiç Benzemiyor, (2) Bana Benzemiyor, (3) Bana Çok Az Benziyor, (4) Bana Az Benziyor, (5) Bana Benziyor ve (6) Bana Çok Benziyor şeklinde sıralanmıştır. 40 maddelik değerler ölçeği 10 alt değere ayrılmış olup bu 10 alt değerde kendi aralarında 4 temel boyuta hizmet etmektedirler. Alt boyutlar sırası ile Güç, Başarı, Hazcılık, Geleneksellik, Uyma, Öz-Yönelim, Güvenlik, Evrenselcilik, Uyarılma ve İyilikseverlik olup Kendini Güçlendirme, Muhafazakârlık, Değişime Açıklık ve Kendini Aşma boyutlarına ayrılmaktadır (Schwartz vd. 2001). Potre Değerler Ölçeği Türkçe uyarlaması, geçerliliği ve güvenilirliği Demirutku'ya ait olan "Parenting Styles, Internalization of Values and The Self-Concept" isimli doktora tez çalışmasında gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, Demirutku (2007) tarafından Türkçeye uyarlanmış ve geçerliliği, güvenilirliği test edilmiş ölçek formu kullanılmıştır.

Özgün formunda olduğu şekilde boyutlarına ayrılan PDÖ'nün boyutlarının doğruluğunun tespit edilmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. 10 alt boyut ve toplam 40 maddeden oluşan PDÖ faktöriyel yapısı Lisrel 8.8 programı kullanılarak test edilmiştir. 6'lı likert ölçeğinde toplam 360 katılımcıdan toplanan veriler doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Bu sonuçlar, araştırmadan elde edilen verilerin PDÖ'nin ön görülen kuramsal yapısı (10 faktörlü model) ile uyumlu olduğunu göstermektedir. Verilen uyum iyiliği değerlerinin (Goodness of Fit Statistics) değerlerinin yer aldığı Lisrel çıktı dosyası (out) alınarak, modifikasyon indekslerinin (The Modification Indices) yer aldığı son kısım incelenmiştir. Modifikasyon önerileri ve kuramsal gerekçeler dikkate alınarak modele en fazla katkı sağlayacak düzeltmeler belirlenmiştir. Buna göre, Evren4 – Evren 5 (evrensellik boyutu soruları), değişkenler arasında modifikasyon yapılmış, ayrıca ilgili değerlerin yükseltilebilmesi için Gel 3 (geleneksellik boyutu sorusu) ve Uyma 2 (uyuma boyutu sorusu) soruları modele dâhil edilmemiştir. Son durumda, PDÖ'ye ilişkin uyum indeksleri ( $\chi^2=1108,75$ ,  $df=619$ )  $\chi^2/df=1,79$ ,  $RMSEA=0,052$ ,  $GFI=0,86$ ,  $AGFI=0,83$ ,  $NFI=0,96$  ve  $CFI=0,98$  olarak bulunmuştur. Bulunan sonuçlara göre, değerlerin kabul edilebilir düzeylerde olduğu dolayısıyla modelin de anlamlı olduğu söylenebilir. Sonuç olarak modelin 10 boyutlu yapısı yapılan DFA ile doğrulanmıştır.

Öğrencilerin başarı yönelimlerini belirlemek amacıyla Sosyal Yönelimli ve Birey Yönelimli Başarı Motivasyonu Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek Yang ve Yu (1988) tarafından “*Social-And Individual-Oriented Achievement Motives: Conceptualization And Measurement*” isimli çalışmada geliştirilmiştir. 60 madden oluşan ölçek Chang ve arkadaşlarının (2000) çalışmasında kullanılmış olup geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiştir. Ölçeğin orijinal formu 30 maddelik Sosyal Yönelimli Başarı Motivasyonu (SYBM) ve 30 maddelik Bireysel Yönelimli Başarı Motivasyonu (BYBM) sorularından oluşmaktadır. Yang ve Yu’dan (1988) seçilen 20 maddenin (10 BYBM, 10 SYBM) Türkiye’deki dilsel eşdeğerliği Aycan ve arkadaşları (2016) tarafından “*Kültürler Arası Bağlamda Örgütler ve Yönetim*” isimli kitapta verilmiştir. Bu çalışmada Aycan ve arkadaşları (2016) tarafından dilsel eşdeğerliğinin sağlandığı ölçekte; “*Evet*”, “*Bazen*” ve “*Hayır*” şeklinde sıralanan üçlü Likert Tipi derecelendirme ölçeği kullanılmıştır.

Ölçeğin yapı geçerliliğinin belirlenmesi için öncelikle açımlayıcı faktör analizi, sonrasında ise doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizinde KMO değerinin 0.893 olduğu görülmektedir. Anketten elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğu saptandıktan sonra, anlamlı bileşim maddelerinin saptanması ve kaç faktör seçileceğine karar vermek için gerekli testler yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, özdeğerleri ve açıklanan toplam varyans sonuçları elde edilmiştir. Özdeğerlerin (eigenvalues) 1’den büyük olması durumunda faktörlerin oluşması sağlanmış ve iki faktörlü bir sonuç elde edilmiştir. Ancak, ölçekteki iki maddenin (S1 ve B5) açıklanan varyansa katkısının düşük olduğu ve iki farklı faktöre aynı anda hizmet ettiği gerekçesiyle ölçekten çıkartılmasına karar verilmiştir. Yeniden yapılan faktör analizi sonucunda 18 maddelik ölçeği SYBM ve BYBM olmak üzere iki faktöre ayrıldığı, faktörlerin toplam varyansının %53,979’unu açıkladığı ve maddelerin faktör yüklerinin 6’nın üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca birinci faktör %29,393 ve ikinci faktör %24,579 oranından açıklanmıştır.

Açımlayıcı faktör analizi yapılan başarı motivasyonu ölçeği için aynı zamanda doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. İki alt boyut ve toplam 20 maddeden oluşan Başarı Motivasyonu Yönelimi ölçeğinin (on maddelik SYBM ve 10 maddelik BYBM) faktöriyel yapısı Lisrel 8.8 programı kullanılarak test edilmiştir. Ölçeğin DFA sonuçlarına ilişkin parametre değerlerinin yer aldığı yol şeması oluşturulmuştur. İlk etapta uyum iyiliği sonuçları kabul edilebilir düzeyde olmadığı için modifikasyon yapılması gerekli görülmüştür. Verilen uyum iyiliği değerlerinin yer aldığı Lisrel

çıktı dosyası alınarak, modifikasyon indekslerinin yer aldığı son kısım incelenmiştir. Modifikasyon önerileri ve kuramsal gerekçeler dikkate alınarak modele en fazla katkı sağlayacak düzeltmeler belirlenmiştir. Buna göre, S3-S5, S8-S9, B1-B2 ve B7-B8 değişkenleri arasında modifikasyon yapılmış, ayrıca ilgili değerlerin yükseltilebilmesi için S1 ve B5 değişkenleri modele dâhil edilmemiştir. Son durumda, elde edilen uyum iyiliği değerleri ( $x^2= 364,47$ ,  $df= 129$ )  $x^2/df= 2,83$ ,  $RMSEA=0,071$ ,  $GFI=0,90$ ,  $AGFI=0,87$ ,  $NFI=0,94$  ve  $CFI=0,96$  önerilen iki faktörlü modelin veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğunu göstermektedir.

#### **4. Araştırmanın Bulguları**

Araştırmaya 207'si kadın 153'ü erkek olmak üzere toplam 360 kişi katılmıştır. Katılımcıların %20,4'ü ailenin tek çocuğu iken, %24,6'sı 2 kardeş, %24'ü 3 kardeş ve %31'i 4 ve daha fazla kardeş sayısına sahiptir. %41,9'u kardeşler arası yaş sırasına göre en büyük iken, %27,4'ü ortanca ve %30,8'i en küçüktür. Bu değişkenlerin yanında kişilere doğup büyüdüleri/hayatlarını geçirdikleri bölge ve genel not ortalamaları sorulmuştur. Buna göre %6,2'si Marmara, %12,9'u Ege, %35,6'sı Akdeniz, %13,7'si İç Anadolu, %3,9'u Karadeniz, %21'i Güneydoğu Anadolu ve %6,7'si Doğu Anadolu Bölgesinde hayatlarının büyük bir çoğunluğunu geçirmişlerdir. Verilen cevaplar dikkate alınarak 7 bölge araştırmacı tarafından iki temel bölgeye ayrılmıştır. Bölge 1 (kıyı) Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerini kapsarken Bölge 2 (iç) ise İç Anadolu, Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerini kapsamaktadır. Katılımcıların genel not ortalamalarına bakıldığında ise yüzlük not sisteminde %18,2'si 100-76,6 aralığında nota sahip iken, %65,4'ü 76,5-53,3 not aralığında, %16,4 'ü ise 53,2 -30 not aralığındadır.

Bağımsız değişkenler arasındaki çoklu bağlantı sorununa işaret eden VIF değerlerinin tümü yapılan analiz sonucunda 0,10' dan küçük ve Tolerance değerlerinin tümü 0,2'den büyük olarak bulunmuştur. Bu da değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olmadığına işaret etmektedir. Durbin Watson değerleri de 1,5 ve 2,5 değerleri arasında olması da modellerde otokorelasyon sorunun olmadığına dair göstergelerdir. Ayrıca değerlerin ortalamaları alındığında; her bir ortalamanın çarpıklık ve basıklık değerlerine bakıldığında tümünün +1 aralığında yer aldığı, böylece ortalamalar üzerinde sağlıklı yorumların yapılabileceği tespit edilmiştir.

Tablo 1'de görüldüğü üzere ortalama yaşları 18-21 arasında bulunan katılımcıların en yüksek değerleri evrensellik ve iyimserlik olarak öz aşmırlık boyutunda görülmektedir. İnsan yönelimli ve kısmen dışıl kültür

özellikleri taşıyan toplumun ilgili değerlerinin yüksek çıkması anlamlıdır. Ancak literatürde yapılan araştırmalarda da muhafazakâr boyutları ön plana çıkan toplumun öz yönelim gibi bir değerinin 3. sırada çıkması da genç kitlenin daha özgürlükçü olma yönünde olduğunun bir göstergesi olabilmektedir. Ancak yine de bu muhafazakâr yapı temel olmakta, güvenlik ve uyma değerleri 4. ve 5. sırada yerlerini almaktadır. Kendini güçlendirme değerlerinin son sıralarda yer alması da manidardır. Kişinin başarı ve güç değerlerine verdiği düşük puanlar toplumsal kültürün (toplulukçu, dişil, belirsizlikten kaçınan vb.) bir yansıması olarak görülmektedir.

**Tablo 1:** Araştırma Bulgularına İlişkin Regresyon ve Korelasyon Analizleri

Regresyon Analizi Sonuçları			Korelasyon Analizi Sonuçları		Değer Ortalama Sıralaması
Bağımlı Değişkenler	BYBM	SYBM	BYBM	SYBM	M
Bağımsız Değişkenler	$\beta$	$\beta$	r	r	
Güç	0,003	0,080	0,219**	0,110*	<b>10.</b>
Başarı	-0,003	0,306**	0,346**	0,275**	<b>9.</b>
Hazcılık	0,057	-0,040	0,091	0,390**	<b>8.</b>
Uyarılma	0,173**	0,087	0,120*	0,463**	<b>6.</b>
Öz yönelim	-0,011	-0,241**	-0,010	0,515**	<b>3.</b>
Evrenselcilik	0,193**	-0,145	-0,034	0,575**	<b>1.</b>
İyimserlik	0,088	0,054	0,051	0,538**	<b>2.</b>
Geleneksellik	0,168**	0,339**	0,238**	0,478**	<b>7.</b>
Uyma	-0,017	-0,144	0,048	0,493**	<b>5.</b>
Güvenlik	0,121	0,072	0,097	0,515**	<b>4.</b>
<b>Bağımlı Değişken:</b> BYBM, $R^2 = ,679$ , Adj. $R^2 = ,461$ , $F = 24,877$ , $p = ,000$ , $DW = 1,895$					
<b>Bağımlı Değişken:</b> SYBM : $R^2 = ,491$ , Adj. $R^2 = ,218$ , $F = 8,811$ , $p = ,000$ , $DW = 2,091$					

Bu araştırma, katılımcıların farklı (bireysel, sosyal) başarı motivasyonunun hangi değerleri ile açıklanıp açıklanmadığını incelemektedir. Bunun için öncelikle bağımsız değişkenler (değerler) ve bağımlı değişkenler olan başarı motivasyon yönelimleri arasında ilişkiler

saptanmıştır. Sonrasında kurulan regresyon modellerinde de hangi değerlerin hangi motivasyonu açıkladığı incelenmiştir. Yapılan analizde BYBM değişkenindeki varyasyonun %48'inin, SYBM değişkenindeki varyasyonun %24,6'sının kültürel değerlerin yardımıyla açıklanabildiği görülmektedir. Kurulan çoklu regresyon modelleri anlamlı bulunmuştur ( $p<0,01$ ). Bireysel yönelimli başarı motivasyonu; sırasıyla evrenselcilik, uyarılma ve geleneksellik değerleri ile açıklanmaktadır. Bu değerlerin artması bireysel yönelimli başarı motivasyonunun artmasına sebep olmaktadır. Hayata daha bütüncül bakma, insanların ve doğanın iyiliğini düşünme, daha yenilikçi/bağımsız olma değerlerinin bireysel başarı motivasyonunu artırması beklenen ve önemli bulgularken, gelenekselciliğin de bu motivasyon üzerinde etkili olması ( $\beta:0.168$ ,  $p<0.01$ ), statükoya uygun ve kişiyi meşru kılacak değerlerin ne olursa olsun önemli olduğu bilgisini ortaya koymuştur. Ancak bu değer sosyal yönelimli başarı motivasyonu üzerinde çok daha etkilidir ( $\beta:0.339$ ,  $p<0.01$ ). Bu bulgu ile tutarlı olan diğer bulgu öz yönelim değerinin sosyal yönelimli başarı motivasyonunu azaltmasıdır ( $\beta:-0.241$ ,  $p<0.01$ ). Sosyal yönelimli başarı motivasyonu üzerinde, olumlu yönde diğer etkili değer ise başarı değeridir ( $\beta:0.306$ ,  $p<0.01$ ). Bu sonuç çok önemli ve manidardır. Zira bu bulgu başarı değerinin sosyal yönelimli başarı motivasyonunu olumlu yönde açıklaması; yani ilgili katılımcıların başarılı olmayı başkaları açısından/başkalarına göre açıkladıklarının ispatı niteliğindedir.

Araştırmanın diğer bulguları ise katılımcıların yetiştikleri bölgeler ve cinsiyetleri açısından başarı motivasyonlarının farklılık gösterip göstermeyeceği üzerinedir. Tablo 2'de görüldüğü üzere anlamlı farklılıklara ulaşılmış ve yorumlanmıştır.

**Tablo 2:** Araştırmanın Bulgularına İlişkin Bağımsız Örneklem T Testi Analizi

		n	Ort	S.S	<sup>b</sup> p
SYBM	Bölge 1	191	3,41	1,02	0,282
	Bölge 2	140	3,54	1,13	
BYBM	Bölge 1	198	4,41	0,95	0,007**
	Bölge 2	139	4,69	0,87	
SYBM	Kadın	190	3,34	1,03	0,010*
	Erkek	144	3,61	1,10	
BYBM	Kadın	198	4,55	0,94	0,583
	Erkek	142	4,49	0,92	

<sup>b</sup>Bağımsız Örneklem T Testi \* $p<0,05$ ; \*\* $p<0,01$

Türkiye'nin yedi bölgesi; kıyı bölgeler (Bölge 1) ve iç kesimde yer alan bölgeler (Bölge 2) olmak üzere iki grupta toplanmıştır. Akdeniz, Ege, Marmara ve Karadeniz Bölgeleri Bölge 1. grup altında toplanırken, İç Anadolu, Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu Bölgeleri de Bölge 2. grup altında toplanmıştır. Bireylerin sosyal yönelimli başarı motivasyonları, iç ya da kıyı bölgelerde yaşayıp yaşamadıklarına göre bir farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ). Buna karşın bireysel yönelimli başarı motivasyonu değerlendirildiğinde, aralarında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,01$ ). İç bölgelerde yaşayan bireylerin kıyı kesimlerde yaşayan bireylere göre başarı motivasyonlarının daha bireysel olduğu ve sosyal çevresinin etkisinde çok kalmadan geliştiği düşünülmektedir. Kıyı şeridi daha fazla sosyal yönelimli başarı motivasyonu gütmektedir.

Cinsiyetlere göre sosyal yönelimli başarı motivasyonu istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermekteyken ( $p<0,01$ ), bireysel yönelimli başarı motivasyonu istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ). Buna göre erkek katılımcıların sosyal yönelimli başarı motivasyonlarının kadınlara göre daha yüksek olduğu, başarı yönelimlerinde, belirlediği hedef ve kararlarda çevrelerinin etkisinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Birey yönelimli başarı motivasyonunda ise cinsiyet değişkeninin fark yaratan bir unsur olmadığı görülmektedir.

## **5. Sonuç ve Tartışma**

Bireyin kariyerinde en arzuladığı ve onu tatmin eden husus; doğru-yanlış, güzel-çirkin ayrımını yapmada temel belirleyici olan değerleri ile uyumlu bir iş yaşamına sahip olması ve bu bağlamda en fazla katkıyı sağlayacak bir işte çalışmasıdır (McShane ve Von Glinow 2016: 36). Bu yüzden insanların başarı motivasyonunu sağlayan/etkileyen değerlerin neler olduğunu bilmek önemlidir. Bu tespiti yaparken, başarı motivasyonun bireysel veya sosyal yönelimli olarak ikiye ayrıldığını göz önüne almak gereklidir. Triandis (1999; 2002: 152) da benliğin kültürel açıdan farklılaştığını, bu yüzden başarıya dair yapılan atıfların da çeşitlilik gösterdiğini ileri sürmektedir. Bu araştırma da öğrencilerin sahip olduğu değerlerin, farklı başarı motivasyon yönelimlerini ne düzeyde etkilediğini ortaya koyabilmek ve başarıya atfedilen değerleri tespit edebilmek için gerçekleştirilmiştir. Güç, başarı, hazcılık, uyarılma, özyönelim, evrenselcilik, iyimserlik, geleneksellik, uyma ve güvenlik gibi değerlerin bireysel-sosyal başarı motivasyonu üzerindeki açıklayıcı gücü değerlendirilmiştir. Ayrıca SYBM ve BYBM'nin öğrencilerin yetiştikleri bölge ve cinsiyetleri açısından farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Yapılan analizler sonucunda uyarılma, evrenselcilik ve geleneksellik değerlerinin BYBM üzerinde pozitif/anlamli bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanında başarı ve geleneksellik değerlerinin SYBM üzerinde olumlu bir etkiye sahipken, bireylerin öz yönelim değeri SYBM üzerinde olumsuz yönde etkiye sahiptir. Böylece araştırma hipotezlerinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca korelasyon analizi sonucunda elde edilen bulgulara göre; bireylerin BYBM’leri ile sadece güç, başarı, uyarılma ve geleneksellik değerleri arasında pozitif yönde güçlü bir ilişkiye sahipken, SYBM’ nin on temel kültürel değerlerin tümüyle pozitif yönde anlamli bir ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların bireysel ve sosyal yönelimli başarı motivasyonları incelendiğinde; bireysel olarak başarılarını ortaya koymak, toplumdan sıyrılmak ve sosyal olarak elde ettikleri başarıyı göstermek, başkaları tarafından bu bağlamda kabul görmek gibi ihtiyaçlarının olduğu görülmüştür. Yani bulgulardan; sadece bireysel veya sadece sosyal yönelimli bir motivasyon kaynağına sahip olmadıkları anlaşılmaktadır. Keza sosyal ve başarı motivasyonu arasında anlamli bir farka da rastlanmamıştır. Ancak Türkiye’nin toplulukçu bir kültürün özelliklerini kısmen daha fazla taşıması sosyal grupların kariyer hayatı üzerinde güçlü bir etkisinin olabileceği varsayımını güçlendirmektedir. Örneğın, Abd-El-Fattah ve Patrick (2011: 92); toplulukçu kültürün öğelerine sahip olan bir öğrencinin kariyer hayatında; ilk başta ebeveynleri memnun etmek arzusuyla motive olurken, daha sonra ailesinin hedeflerini içselleştirerek, kendi hedefleriymişçesine özerk olabilmek için çaba gösterdiğini belirtmiştir.

Değerler üzerine Türkiye’de yapılan araştırmalar incelendiğinde muhafazakârlık ve kendini aşmışlık değerlerinin ön planda olduğu görülmektedir. Örneğın Naktiyok (2002: 174)’un ve Naktiyok ve Timuroğlu (2009)’nun araştırmalarında güvenlik, iyilikseverlik, evrenselcilik, uyumluluk değerlerinin ağırlıklı olduğunu ifade etmişlerdir. Ercan ve Sığrı, (2015: 111)’de yaptığı araştırmada sırasıyla güvenlik, kurallara uyumluluk, yardımseverlik ve evrenselcilik değerlerinin puanlarının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Yapılan bu araştırmada ise katılımcıların değer ortalama sıralamasında ilk 5 sırada yer alan değerlerin 4’ünün (evrensellik, iyilikseverlik, güvenlik, uyma) toplulukçu, bir başka ifade ile diğerkâm değerlerin olması mevcut kültürün yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk iki sırada yer alan değerler; katılımcıların diğerkâm ve sosyal (diğeri insanlara/insanlığa dair) kaygılarının yüksek olduğunu göstermektedir. Ancak bu yüksek ortalama değerler arasına özyönelim gibi bir değerın de girmesi genç

kuşağın dönüşen yapısını yansıtmaktadır. Genç kuşağın bağımsız düşünme, özgün davranma ve yenilikçilik/yaratıcılık gibi değerlerin arttığı, sosyal çevrelere duyarlı olsalar dahi bağımsızlık ve özgünlük arayışlarının önemli olduğu görülmüştür. Ballı ve Koca Ballı (2014: 110)'un yaptığı araştırma bu bulguyu destekler niteliktedir. Bu araştırmaya göre yine evrensellik ve iyilikseverlik değerleri ilk sıraları almışken sükûnet olarak ifade edilen geleneksellik ve uyma değeri düşük puan almıştır. Bu değerlerin yerine başarıma ve bireysel değerler daha ön plana çıkmaya başlamıştır (Ballı ve Koca Ballı 2014: 110).

Dünyada en yüksek bireyci kültür özelliği taşıyan ülkelere (ABD ve Avustralya) göre Türkiye'nin daha düşük bireyci kültür özelliği taşıması, özellikle de diğer bireyci kültürlerle göre Türkiye'de güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınmanın yüksek olması dikkat çekmektedir (Geert Hofstede, 28.02.2017). Belirsizlikten kaçınma özelliğinin yüksek olması değişime açıklık değerinin düşük olması sonucunu doğurmaktadır. Güç mesafesinin yüksek olması da, uyma ve güvenlik değerlerinin yüksek düzeyde olmasını açıklamaktadır. Bu sonuçlar; kişilerin kariyer hedeflerinin çok farklı ve özgün olmamasını ve bu hedeflerin başkaları tarafından tayin edilebilmekte olduğunu yansıtmaktadır. Yapılan bu araştırmada da öğrencilerin başarı değerinin SYBM'ye yüksek düzeyde etki etmesi, başarı yönelimlerinin, başkalarının nezaretinde güdülendiğini göstermektedir. Toplum nezdinde kişilerin kabul edilme ve meşru kılınma isteğini temsil eden geleneksellik değeri bireylerin sosyal yönelimli başarı motivasyonlarını önemli derecede açıklayan bir başka değerdir. Diğer bir ifade ile başarılı olma motivasyonu toplumda kabul görme ihtiyacı ile artmaktadır. Toplulukçu kültüre sahip olan Endonezya ve Çin' de yapılan araştırmada (Liem ve Nie 2008) başarı motivasyonu üzerinde uyumluluk değerinin çarpıcı bir etki yarattığı saptanmıştır. Bu araştırmada da geleneksellik değerinin, yani toplum içinde meşru olmanın bireysel başarı motivasyonunu açıkladığı görülmektedir. Yine Liem ve Nie (2008)'in yaptığı araştırmada Endonezyalı öğrenciler arasında başarı motivasyonunda hedonizm değeri önemli bir role sahiptir. Bu araştırmada da aynı değer bireysel başarı motivasyonunu açıklamaktadır.

Bireyleri doğru biçimde motive edebilmek için hangi motivasyon yöneliminde olduğunu bilmek önemlidir. Bu yönelimler de kişinin değerlerine göre değişebilmektedir. Geleneksel değerlere sahip, öz yönelimi düşük olan kişileri motive ederken sosyal motive ediciler (diğerlerine nazaran karşılaştırmalar) kullanılmalı, bireylerin sosyal gruplar içerisindeki itibarı ve sosyal onaylar gözetilmelidir. Özellikle ilgi duydukları ve kişisel cazibe hissettikleri kişiler tarafından hedefleri



belirlenmelidir. Yani House ve Dessler (1974)'in Amaç-Yol teorisi bağlamında; uygun amaçları ve amaçlara ulaşma yolunu gösteren bir yöneticilik tarzı benimsenmelidir. Zaten görülmektedir ki insanların başarı değeri sosyal motivasyonu açıklayıcı niteliktedir. Bu yüzden başarı seviyesi ve kriteri diğer insanlara nazaran ölçülmeli ve insanlar buna göre motive edilmelidir. Ancak sosyal yönelimli motivasyon yanlış referans grupları ve kişiler kıstas alınırca çok sağlıklı değildir. Bu yüzden bireysel başarı yönelimli motivasyonun daha ön planda olması gerekmektedir. Bu çalışmaya göre; bağımsızlık, özgünlük ve evrensellik değerleri aşılmalıdır. Bu değerler daha sağlıklı ve kalıcı bir motivasyona sebep olacaktır. Bu sayede kişilerin kendilerine uygun, kendi referanslarına göre başarıyı algılamalarını sağlayacaktır.

### **Kaynaklar**

- Abd-El-Fattah, Sabry M., ve Patrick, Rosan R. (2011). "The Relationship Among Achievement Motivation Orientations, Achievement Goals, And Academic Achievement And Interest: A Multiple Mediation Analysis". *Australian Journal of Educational & Developmental Psychology* 11: 91-110.
- Awan, Riffat-Un-Nisa, Ghazala Noureen, ve Anjum N. (2011). "A Study of Relationship Between Achievement Motivation, Self Concept and Achievement in English and Mathematics at Secondary Level". *International Education Studies* 4(3): 72-79.
- BALLI, E. ve KOCA BALLI, Ayşe İ. (2014) "Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ve Girişimcilik Eğilimleri." *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1), 101-121.
- Chang, Weining C., Wong, Wing-Keung, ve Teo, G. (2000). "Oriented Achievement Motivation of Singaporean Chinese Students". *Journal of Psychology in Chinese Societies* 1(2): 39-63,
- Deci, Edward. L. (1975). *Intrinsic Motivation*. New York: Plenum.
- Ercan, Ü. ve Sıgri, Ü. (2015). "Kültürel Değerlerin Liderlik Özelliklerine Etkisi: Türk ve Amerikalı Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma." *Amme İdaresi Dergisi*, 48(3): 95-126
- Eren, Erol. (2013). *Yönetim ve Orhanizasyon (Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar)*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Eroğlu, Feyzullah. (2011). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Grunert, Suzanne C., ve Hans Jørn Juhl (1995). "Values, Environmental Attitudes, And Buying Of Organic Foods." *Journal Of Economic Psychology* 16(1): 39-62.
- House, R. ve G. Dessler. (1974). *The Path Goal Theory of Leadership*. Editors: J. D. Hunt ve L. L. Larson. Contingency Approaches to Leadership, Illinois: Illinois University Pres. (aktaran: Koçel, T. (2010) *İşletme Yöneticiliği*, 12. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem (2007). *Benlik Aile ve İnsan Gelişimi (Kültürel Psikoloji)*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Liem, Arief Darmanegara ve Youyan Nie (2008). "Values, Achievement Goals, And Individual Oriented And Social Oriented Achievement Motivations Among Chinese And Indonesian Secondary School Students." *International Journal of Psychology* 43 (5): 898-903.
- McShane, S. L., Glinow, M. A. (2016). *Organizational Behavior*. McGraw Hill Irwin, Çev: (Ed). Günsel, A., Bozkurt, S. Nobel Yayınevi, İstanbul.
- McClelland, David C., Atkinson, John W., Clark, Russel A., ve Lowell, Edgar L. (1953). *The Achievement Motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- McClelland, David. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Von Nostrand.
- McClelland, David. C. (1984). *Motives, Personality, and Society*. Selected Papers. NY: Praeger.
- McClelland. D. C. (1985). "How Motives, Skills, And Values Determine What People Do?". *American Psychologist* 40(7): 812-825.
- Naktiyok, A. ve Timuroğlu M.K. (2009). "Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi Ve Bir Uygulama." *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 85-103.
- Naktiyok, A. (2002). Motivasyonel Değerler ve İş Tatmini: Yöneticiler Üzerinde Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 16 (3-4), 166-195.
- Schwartz , Shalom H, Melech, Gila, Lehmann, Arielle, Burgess, Steven, Harris, Mari, and Owens, Vicki. (2001), "Extending The Cross-Cultural Validity of the Theory of Basic Human Values with a

- Different Method of Measurement”, *Journal of Cross- Cultural Psychology* 32(5): 219-542.
- Schwartz, Shalom H. (2005). “Robustness And Fruitfulness Of A Theory Of Universals In Individual Human Values”. in A. Tamayo and J.B. Porto (eds), *Valores e Comportamento nas Organizações [Values and Behavior in Organizations]*, Petrópolis, Brazil: Vozes.
- Schwartz, Shalom H. (2012). “An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values”. *Online Readings in Psychology and Culture* 2(1): 1-20.
- Schwartz, Shalom H., ve Bilsky, Wolfgang (1990). “Toward A Theory Of The Universal Content and Structure Of Values: Extensions and Cross-Cultural Replications.” *Journal of Personality and Social Psychology* 58(5) 878–891.
- Tao, Vivienne YK, ve Ying-yi Hong (2013). “When Academic Achievement Is an Obligation: Perspectives From Social-Oriented Achievement Motivation”. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 20(10): 1-27.
- Triandis, Harry C. (1999). “Cross-Cultural Psychology”. *Asian Journal of Social Psychology* 2: 127- 143.
- Triandis, H. C., ve Suh, E. M. (2002). “Cultural Influences on Personality”. *Annual Review Of Psychology*, 53(1), 133-160.
- Yang, Kuo-Shu., ve Yu, An-Bang. (1988). “Social-Oriented And Individual-Oriented Achievement Motives: Conceptualization And Measurement”. *XXIVth International Congress of Psychology*: Sydney, Australia.
- Yu, An-Bang, ve Yang, Kuo-Shu (1987). “Social-Oriented And Individual-Oriented Achievement Motivation: A Conceptual And Empirical Analysis (in Chinese) ”. *Bulletin of the Institute of Ethnology, Academia Sinica* 64: 51-98.
- Yu, An-Bang, ve Yang, Kuo-Shu (1994). “The Nature Of Achievement Motivation In Collectivist Societies”. *Individualism And Collectivism: Theory, Methods, And Applications*. Ed. A. U. Kim, H. C. Triandis, C. Kagitcibasi, S. C. Choi ve G. Yoon. London: Sage Publications.

<https://geert-hofstede.com/united-kingdom.html> , 28.02.2017’de erişildi.

