

YATAY VE DİKEY BİREYCİLİK & KOLEKTİVİZM İLE PARA ETİĞİ İLİŞKİSİ: TÜRK VE KIRGIZ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Ferhat ÖZBEK*

ÖZ

Bu çalışmada Türkiye’de okuyan üniversite öğrencileri, Kırgızistan’da eğitim gören Türk öğrenciler ve Kırgız üniversite öğrencilerinin para etiği, yatay ve dikey bireycilik & kolektivizm eğilimlerinin karşılaştırılmaktadır. Ayrıca çalışmada yatay ve dikey bireycilik & kolektivizm ile para etiği arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Elde edilen sonuçlara göre yüksek dikey bireycilik eğilimine sahip olanlar parayı başarının sembolü olarak görmektedirler. Ayrıca, yapılan harcama miktarı arttıkça bütçeye verilen önem azalmaktadır. Kırgız öğrenciler için para hem şeytan olarak hem de başarının sembolü olarak düşünülmektedir. Buna ilave olarak, Türkiye’de eğitim gören Türk öğrencilerin yatay kolektivizm eğilimi, Kırgızistan’da eğitim gören Türk öğrencilerden ve Kırgız öğrencilerden daha yüksek olarak ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yatay ve Dikey Bireycilik & Kolektivizm, Para Etiği, Kültür, Faktör Analizi, Regresyon Analizi*

THE RELATIONSHIPS OF HORIZONTAL AND VERTICAL INDIVIDUALISM & COLLECTIVISM AND MONEY ETHIC: A COMPARATIVE STUDY OF TURKISH AND KYRGYZ UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

This study compared people’s of the money ethic and horizontal and vertical individualism & collectivism across Turkish university students studying in Turkey, Turkish university students studying in Kyrgyzstan and Kyrgyz university students. This study also investigates the relationships between horizontal and vertical individualism & collectivism and money ethic. Results showed that high on factor success tended to have high vertical individualism. Results also show that, low on factor budget tended to have high expenditure. Kyrgyz students considered money as evil and symbol of success. Besides, Turkish university students studying in Turkey were more horizontally collectivistic than the Turkish university students studying in Kyrgyzstan and Kyrgyz university students.

Keywords: *Horizontal and Vertical Individualism & Collectivism, Money Ethic, Culture, Factor Analysis, Regression Analysis*

* Gümüşhane Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, e-posta: ferhatozbek@gmail.com



1. GİRİŞ

Bu çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır. Çalışmanın birinci amacı, Türk ve Kırgız üniversite öğrencilerinin bireycilik, kolektivizm ve para etiği değerleri arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını araştırmak, karşılaştırma yapmak ve sonuçları yorumlamaktır. Çalışmanın ikinci amacı ise bireycilik ve kolektivizmin para etiği ile olan ilişkisini ortaya çıkarmaktır. Bu bağlamda araştırmada ilk önce ilgili literatüre değinilecek, takip eden bölümde, hipotezler geliştirilecek ve daha sonra sonuçlar yorumlanacaktır.

Muhtemelen kültürel farklılıklarla ilgili olarak en iyi bilinen ve en fazla çalışılan konulardan birisi de bireycilik ve kolektivizmdir (Probst ve Lawler, 2006, s.238, Fitzpatrick vd., 2006, s.113). Bireycilik ve kolektivizm kültürün bir parçası olarak ifade edilebilir. Kültür ise, bir kategoride yer alan grup üyelerinin kendilerini diğer gruplardan ayırt etmesine yarayan zihnin kolektif programlanmasıdır (Ralston vd., 1997, s.179, Smith, 2006, s.919).

Bireycilik ve kolektivizm toplumlar arasındaki farklılıkları ortaya koymak amacı ile ortaya atılan teorilerden birisidir (Jackson, 2001, s.1967). Genel olarak endüstrileşmiş batı toplumlarında bireycilik, az gelişmiş doğu toplumlarında ise kolektivizmin etkili olduğu iddia edilmektedir (Hofstede ve McCree, 2004, s.64). Bireycilik toplumların karmaşıklık düzeyi yüksek olduğunda ve özgürlükler genişlediğinde meydana gelir (Triandis, 2000, s.146). Kişi başına düşen gelir arttıkça bireycilik de artar (Hofstede, 2006, s.890). Buna karşın kolektivizm ise basit ve kuşatıcı toplumlarda oluşur (Voronov ve Singer, 2002, s.471-474). Hofstede'e göre (1984, s.148) bireycilik ulusal kültürün bir parçasıdır. Bireycilik kişinin kendisi odaklı bir benlik kavramı geliştirmesi ile ilgili iken, kolektivizm kişinin sosyal merkezli bir benlik kavramı geliştirmesi ile ilgilidir (Williams, 2003, s.371, Triandis, 2001, s.908). Bireycilik ve kolektivizm bireysel düzeyde analiz edildiğinde benmerkezci kişi ve diğeri merkezci kişi ortaya çıkar. Benmerkezci kişi kendine güveni, rekabeti, belirsizliği hedonizmi ve grup içerisinde duygusal mesafeyi ön plana çıkarır. Diğeri merkezli kişi karşılıklı bağımlılığı, sosyalleşmeyi, aile bütünlüğünü vurgular, ihtiyaçlarını ve beklentilerini grup içerisinde karşılar (Triandis, 2001, s.908, Triandis ve Suh, 2002, s.139).

Bireyci kişinin toplumla ilgili bağları zayıf ve birincil ailesine bağlılığı kuvvetlidir. Kolektivist kişi ise güçlü bir şekilde gruba uyum sağlamaya çalışır ve grubun kendisini çevreye karşı koruyacağına inanır (Hofstede, 1984b, s.390, Kale ve Barnes, 1992, s.106, Morris vd. 1994, s.67, Takano ve Osaka, 1999 s.314, Dyne vd., 2000, s.5, Triandis, 2000, s.146, Jackson, 2001, s.1967, Triandis, 2001, s.908, Triandis ve Suh, 2002, s.139, Miller ve Schaberg, 2003, s.37, Karabati ve Say, 2005, s.85, Park vd, 2005, s.391, Fitzpatrick vd., 2006, s.113, Xie vd. 2006, s.184).

Singelis vd. (1995, 240) bireycilik ve kolektivizmin bireysel düzeyde yatay ve dikey olmak üzere iki temel boyutu olduğunu ifade etmişlerdir. Bu ayırım ülkeleri yalnızca bireyci ve kolektivist olarak tanımlamanın, onların hangi türden bireycilik ve kolektivizm eğilimlerine sahip olduklarını bilmenin yanı sıra yataylık ve dikeylik açısından da karşılaştırma imkânını verir (Voronov ve Singer, 2002, s.463).

Singelis vd.'ne (1995, 240) göre dikey boyut grup içerisinde hizmet ve fedakârlığı, öncelikli görevini yerine getirmeyi, bir eşitsizlik ve tabakanın kabul edilmesini içerir. Yatay boyut ise bir grup içerisindeki üyeler ile bir olma ve sosyal olarak teklik hissini, öncelikli olarak görevlere vurgu yapmayı, özellikle bireyler arasındaki tutumların çoğundaki benzerliğin önemini içerir (Çukur ve Carlo, 2004, s.614, Park vd., 2005, s.392, Voronov ve Singer, 2002, s.463). Buna ilave olarak yatay bireycilik yegâne olmayı, rekabetçiliği, belirsizlik, ayrılık ve bağımsızlığı, dikey bireycilik başarı odaklılığı, yatay kolektivizm

işbirliğini ve grup uyumunu ve dikey kolektivizm ise görev odaklılığı, kişisel fedakârlık, özellikle kendi hedeflerini grup hedefleri pahasına ikinci plana almayı ifade etmektedir. İlkinde birey değerlerinden bağımsız ve diğerleri ile aynıdır. İkincisinde bağımsız ve diğerlerinden farklıdır. Üçüncüsünde karşılıklı bağımlı ve diğerleri ile aynı ve dördüncüsünde ise karşılıklı bağımlı ve diğerlerinden farklıdır (Gouveia, vd., 2003, s.46, Triandis, 2001, s.908, Parkers vd., 1999, s.374).

Yatay ve dikey kolektivizmde birey kendisini grubun bir parçası olarak algılar, ancak yatay olanda birey eşitsizlikleri normal olarak kabul ederken, dikeyde ise eşitliğe önemli ölçüde vurgu yapar. (Çukur ve Carlo, 2004, s.614-616, Triandis, 2006, s.210). Dikey kolektivist eğilim, gücü ön planda tutarken yatay kolektivist eğilim, yardımseverliği ön planda tutar. Buna karşın dikey bireycilikte kişiler başarı ve yarışmayı ön planda tutarlarken, yatay bireycilikte kişiler özelliğine sahip olan evrenselliğe önem verirler (Çukur ve Carlo, 2004, s.616, Triandis, 2006, s.210). Tablo 1’de yatay ve dikey bireycilik ve kolektivizmin temel unsurları ifade edilmektedir.

Tablo 1. Yatay ve Dikey Bireycilik ve Kolektivizm

Yatay bireycilik: Kendine güvenmek, benzersiz olmaya çalışmak ve gruptan farklı davranmaktır. Diğerlerinden farklı olmak yerine birey olmaya çalışmayı, kendi içerisinde geldiği gibi davranmayı gerektirir. Bu türden bireyciliğe sahip olma kendini diğerleri ile kıyaslamayı içermez.	Dikey bireycilik: Rekabet ve hedonizm, diğerleri ile rekabette öne geçerek ayrıcalıklı olmaya ve statü elde etmeye çalışmaktır. Bu türden bireycilik eğiliminde kişi kendisini diğerleri ile kıyaslar. Rekabeti doğanın kanunu olarak görür ve her türlü rekabette kazanmayı amaçlar.
Yatay kolektivizm: Karşılıklı bağımlılık, kendini diğerlerine benzer olarak algılamak, diğerleri ile ortak hedefleri vurgulamak, otoriteye kolay boyun eğmemektir. Aile, soy, birlikte çalışan arkadaşlar ile kendisini bir algılamak ve içerisinde bulunduğu grubun iyiliğini istemeyi gerektirir.	Dikey kolektivizm: Aile bütünlüğü, kişisel hedeflerini organizasyonun hedeflerine feda edebilmek, otoriteyi kabul etmektir. Grup içerisindeki normlara boyun eğmeyi ve grup için fedakar olmayı gerektirir.

Kaynak: Chiou, J. (2001) *Horizontal and Vertical Individualism and Collectivism Among College Students in the United States, Taiwan, and Argentina*, The Journal of Social Psychology, 141(5), 667- 668. sayfadan ve Park vd. (2005) *The Influence of Confucian Ethics and Collectivism on Whistleblowing Intentions: A Study of South Korean Public Employees*, Journal of Business Ethics 58: 392. sayfadan uyarlanmıştır.

Yatay ve dikey bireycilik & kolektivizm ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişkileri araştıran çok sayıda çalışmaya literatürde yer almaktadır. Gouveia vd. (2003, s.56) İspanya’da yaptıkları araştırmalarında arkadaşlığın derecesi ile dikey bireycilik arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişkinin varlığını, yatay bireycilik ve kolektivizm ile de anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını saptamışlardır. Elde edilen sonuçlara göre yakın arkadaşlığı eşitliğe dayanan yatay bireycilik ve kolektivizm etkilemektedir. Abraham (1997, s.183) yaptığı araştırmasında yatay bireycilik ile girişimcilik arasında, dikey kolektivizm ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını tespit etmiştir.

Bu çalışmada yatay ve dikey bireycilik & kolektivizm ile para etiği ilişkisi araştırılacaktır. Bu bağlamda para etiği ile ilgili literatüre değinmek gerekmektedir. Para etiği paraya ilişkin algılama ve tutumlardan oluşmaktadır. Paraya ilişkin algılamalar kişinin özgürlüğü, gücü, güvenliği ve otonomi sağlaması şeklindeki ortaya çıkabilir. (Furnham,1996, s.386). Paranın elde edilememesi, mutsuzluk ve endişe yaratıcı bir unsur iken, onun elde edilmesi insanları motive edici bir güçtür (Hoon ve Lim, 2001, s.160). İnsanlar paraya ilişkin farklı tutumlar geliştirebilirler. Paraya ilişkin geliştirilen tutumlar (Furnham, 1996, s.376). cimrilik, savurganlık, kodamanlık, pazarlıkçılık ve kumarbazlık olarak ifade edilebilir.



Günümüzde para, topluluk içerisinde bireyin saygınlık elde etmesini sağlar ve ona özgürlük ve gücün kapısını açar (Hoon ve Lim, 2001, s.160). Ayrıca bireyler para ile temel ihtiyaçlarını karşılayabilirler ve kendilerinin gelişmesini sağlayabilirler (Burggraave, 1995, s.11). İnsanların yaşamlarındaki tatmin, sahip oldukları para ve güç ile alakalı olabilir (Mitchell ve Mickel, 1999, s.568). Stern (1996, s.967) para ve gücün günlük yaşamda birbirinin yerine geçtiğini ifade etmiştir. Eğer para güç olarak ifade edilirse onun kaybedilmesi kişilerin yaşamlarındaki tatminsizliğin en önemli temel faktörlerden birisi (Du ve Tang, 2005, s.283) haline dönüşebilir.

Para günlük yaşamda olduğu kadar iş dünyasında da önemlidir (Tang vd. 2002a, s.543). Örneğin işletmeler para kazanmak için kurulur. Para iş ilişkilerinde özellikle yöneticiler tarafından da kullanılan bir araçtır. Yöneticiler parayı çalışanları motive etme, onları etkileme, işe doğru yönlendirme ve onlara istediklerini yaptırmak aracı olarak kullanabilirler. Ayrıca, para işletme içerisinde insanların davranışları ve performansları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Tang vd., 2002a, 542, Tang vd., 2004, s.111).

Furnham (1996, s.386) araştırmasında kişilerdeki para takıntısı arttığında iş etiğinin de arttığı bulgusuna ulaşmıştır. Yine aynı çalışmada Furnham (1996, s.386) Protestan çalışma etiği ile paraya sahip olma isteği arasında kuvvetli bir ilişkiyi ortaya koymuştur. Furnham (1996, s.386) aynı araştırmasında, para merkezli insanların parayı güç ve mutluluğun bir kaynağı olarak gördüklerini de ortaya koymuştur.

Kişilerin paraya ilişkin tutumlarından birisi de onları paraya karşı hissetmiş olduğu sevgidir. Tang vd. (2004, s.122 ve 2008, s.252) ve Tang ve Chiu (2003, s.23) araştırmalarında para sevgisinin yaş, gelir düzeyi, deneyim ve iş değişikliği miktarı, hırsızlık ve yolsuzluk, risk toleransı ve Makyavellizm ile pozitif yönlü bir ilişki, ücret tatmini ile negatif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Thozhur vd. (2006, s.163) yaptıkları araştırmalarında düşük ücret alan insanların paraya karşı geliştirdikleri tutumların onların ücret tatmini üzerinde etkili bir değişken olduğu sonucuna ulaştıklarıdır. Buna ilave olarak para etiğine ilişkin geliştirilen eğilimler bireyin ahlaki olmayan davranışı sergilemesine de yol açabilir (Vitel vd., 2006, s.118). Örneğin parayı başarının sembolü olarak gören kimse sırf parayı elde etmek için yasa dışı yollardan para elde etmeye çalışabilir.

2. HİPOTEZLER

Literatürde bireycilik, kolektivizm konusunda ülkelere yönelik karşılaştırmalı çalışmalar yapılmıştır. Hofstede (2001, s.217) "Kültürün Sonuçları" çalışmasında ülkelere göre bireycilik ve kolektivizm değerlerini sınıflandırmıştır. Bu çalışmadan sonra bireycilik ve kolektivizm ile ilgili pek çok araştırma yapılmıştır. Franke vd. (1991, s.170), Ralston vd. (1995, s.189), Ralston vd. (1999, s.661- 662), Bernardi (2006, s.50), Çukur ve Carlo (2004, s.623), Chiou (2001, s.673- 674) ve Chen ve Li (2005, s.630), Hofstede ve MacCree (2004, s.69), Ryckman ve Houston, (2003, s.132) bu örneklerden bazılarıdır.

Bu çalışmada ise Türkiye ve Kırgızistan örneğinde bireycilik ve kolektivizm eğilimleri incelenecektir. Bu iki ülkeyi bireyci ve kolektivist eğilimleri içeren karşılaştırmaya yönelik çalışmaya ilgili literatürde karşılaşılmamıştır. Dolayısı ile bu çalışma Türkiye ve Kırgızistan'daki bireycilik ve kolektivizm değerlerinin karşılaştırılması bakımından ilk çalışma olarak ifade edilebilir. Türkiye ve Kırgızistan piyasa ekonomisine uyum yönünden karşılaştırıldığında Türkiye'de piyasa ekonomisi değerlerinin Kırgızistan'a göre daha gelişmiş olduğu ifade edilebilir. Çünkü Kırgızistan yakın zamana kadar bir Sovyetler Birliği ülkesi idi ve sosyalist ekonomik düzen içerisinde yaşamaktaydı. Kırgızistan 1991 yılında bağımsızlığını kazandıktan sonra piyasa ekonomisine geçiş yönünde çabalar gösterilmeye

başlanmıştır (Uçkaç, 2007, 11). Ancak Türkiye’de piyasa ekonomisi deneyimi Kırgızistan’dan daha eskidir. Bu açıdan bakıldığında Hofstede’in (1984a, s.169) de belirttiği gibi kapitalist piyasa ekonomisi bireyciliği, sosyalist ekonomik düzen kolektivizmi geliştirmektedir. Dolayısı ile uzun bir Sosyalist ekonomi geçmişi olan Kırgızistan’a göre Türkiye’de piyasa ekonomisinin daha yerleşmiş olduğu ifade edilebilir. Bu bilgiler ışığında araştırmanın ilk hipotezleri şu şekildedir:

H1a:Türk öğrencilerde bireycilik eğilimleri Kırgız öğrencilerden daha yüksektir.

H1b: Kırgız öğrencilerde kolektivizm eğilimleri Türk öğrencilerden daha yüksektir.

Para etiğine ilişkin yaklaşımlar Tang vd.’nin (2002a, 549) çalışmasından yola çıkılarak üç başlık altında incelenecektir. Bu tutumlar, parayı başarının sembolü olarak görme, bütçeye özen gösterme ve parayı şeytan olarak algılama şeklindedir. Dolayısı ile araştırmanın hipotezlerini geliştirirken bu üç tutum temel alınmıştır. Paraya sahip olma, onu dikkatli harcama, başarı ve gücün bir kaynağı olarak görme eğilimi piyasa ekonomisinin yerleştiği kapitalist toplumlarda daha yüksek olması muhtemeldir. Sosyalist bir ekonomik tecrübeden geçen Kırgızistan için paraya karşı güçlü tutumlar piyasa ekonomisine geçişle başladığı ifade edilebilir. Bu sebeplerden, parayı başarının sembolü olarak görme, parayı dikkatli bir şekilde harcama eğiliminin Türkiye’de Kırgızistan’dan daha yüksek olması beklenilebilir.

Para, kapitalist toplumun merkezi değer ölçütü olarak ifade edilebilir. Kırgızistan Sovyetler Birliği döneminde iken halk eşitlik sistemine dayalı bir düzende yaşamakta idi ve gelir farklılıkları bulunmamakta idi. Ancak Kırgızistan’ın 1991’de bağımsızlığı kazanması ile birlikte piyasa ekonomisine geçmesi ekonomik sıkıntı çeken kesimleri ortaya çıkarmıştır. Buna ilave olarak piyasa ekonomisine geçişte yapılan hatalar, ekonomik krizlerin doğmasına ve derinleşmesine yol açmıştır (Uçkaç, 2007, 84). Bu gelişmeler düşünüldüğünde Kırgızistan’da paraya ilişkin olumsuz tutumların gelişme ihtimali yüksek görülebilir. Türkiye’de ise piyasa ekonomisi Kırgızistan’a göre daha eski ve yerleşmiştir. Bu bilgi ve varsayımlar altında araştırmanın hipotezleri şu şekildedir:

H2a:Türk öğrenciler için para, Kırgız öğrencilere göre daha fazla başarının sembolüdür.

H2b: Türk öğrenciler için para harcama gösterilen dikkat ve özen Kırgız öğrencilerden daha yüksektir.

H2c: Kırgız öğrencilerin parayı şeytan olarak görme eğilimi Türk öğrencilerden daha yüksektir.

Genel olarak para insan davranışlarını etkiler (Tang 1990, s.1). İnsanlar paraya karşı tutumlar ve davranış biçimleri geliştirirler (Mitchell ve Mickel, 1999, s.568). Paraya ilişkin inançlar ve davranışlar çocukluk döneminde oluşmaya başlar ve kişinin yetişkinliğinde de devam eder (Furnham,1996, s.386). Bireyci ve kolektivist toplumlarda da paraya ilişkin tutumlar gelişmesi muhtemeldir. Bireyci toplumlarda para daha çok başarının, özgürlüğün ve gücün göstergesi olarak ortaya çıkarken, kolektivist toplumlarda para daha çok yaşamı sürdürmenin bir aracı, bir yardımlaşma aracı, aileyi koruma aracı olarak görülebilir (Morris vd., 1994, s.68, Bengtson, 1975, s.360). Bireyci kişiler, kişisel gelişime ve bireysel başarıya değer verirler (Xie vd. 2006, s.183-184, Geletkanycz, 1997, s.619, Hofstede, 1984b, s.394, Kale ve Barnes, 1992, s.113). Günümüzde ise bireysel başarının bir göstergesi daha fazla para kazanmak olarak ifade edilebilir. Bu varsayım ve bilgilerden hareketle, bireyci kişilerin parayı başarının sembolü olarak görme eğilimlerinin, kolektivist kişilere göre daha fazla olabileceği öne sürülebilir. Dolayısı ile araştırmanın üçüncü hipotezi şu şekildedir:

H3: Bireycilik kolektivizme göre parayı başarının sembolü olarak görmeye daha etkili bir değişkendir.

Piyasa ekonomisine dayalı sistemde bireyler ellerindeki paraları dikkatli harcamak isteyecektir. Zira ellerine geçen belli miktarda parayı hemen harcarsalardı ilerdeki günler için parasız kalma durumu ile



karşılaşabilirler. Piyasa ekonomisi tecrübesinin bireyciliği geliştirdiği kabul edilirse, bireycilik eğilimlerine sahip olmanın aynı zamanda bütçeye dikkat etme eğilimlerini de güçlendireceği iddia edilebilir. Bu açıdan bakıldığında kişisel çıkarını maksimize etmek isteyen bireyler bütçelerine kolektivist eğilime sahip olanlara göre daha fazla önem verirler. Dolayısı ile araştırmanın ikinci hipotezi şu şekildedir.

H4: Bireycilik kolektivizme göre bütçeye önem verme üzerinde daha etkili bir değişkendir.

Bireycilik kendi çıkarlarını en üstte tutmayı gerektirirken kolektivizm diğerlerinin çıkarlarını da düşünmeyi gerektirir. Kolektivist eğilime sahip olanların paraya karşı olumsuz tutum geliştirme olasılığı bireyci tutuma sahip olanlara göre daha yüksektir. Paraya sahip olma ve onu elde etme isteği bireyci eğilimlerin güçlenmesini ve kolektivist eğilimlerin zayıflamasını sağlar. Ancak bu istek kendinden çok ait olduğu grubu ön plana çıkaran kolektivist eğilimlere sahip olanlar için hoş karşılanmayabilir. Bu sebeplerden, kolektivist eğilime sahip olma ile parayı kötülüklerin kaynağı olarak görme arasında bir ilişki olduğu iddia edilebilir. Bu varsayımlar altında araştırmanın beşinci hipotezi şu şekildedir:

H5: Kolektivizm bireyciliğe göre parayı şeytan olarak görme üzerinde daha etkili bir değişkendir.

Kişilerin yapmış oldukları harcama miktarı onların yaşam standartlarının da bir göstergesi olarak ifade edilebilir. Yapılan harcama miktarı arttıkça kişilerin temel ihtiyaçlarının dışında diğer ihtiyaçlarına da yönelirler. Daha fazla para harcayan kişi elde edilen başarı sonucunda bu harcamayı yaptığını düşünecektir. Tüm anlatılanlar bağlamında, *yapılan harcama miktarı ile parayı başarının sembolü olarak görme arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.* Harcamasına dikkat etmeyen kişi gelecek hesabı yapmadan yüksek miktarda para kullanabilir. Harcamasına dikkat eden kişi ise bütçesini iyi ayarlayan kişidir. Dolayısı ile *yapılan harcama miktarı ile bütçeye dikkat etme arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.* Harcadığı para ile kendi ihtiyaçlarını karşılayan kişi paraya yönelik olumlu tutum geliştirecektir. Buna karşın, düşük harcama yapan ve kendi ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanan kişiler, paraya karşı onu “şeytan” olarak görme şeklinde olumsuz tutum geliştirebilirler. Buna göre araştırmanın harcama miktarı ve para etiğine ilişkin hipotezleri şu şekilde ifade edilebilir:

H6a: Kişilerin harcama miktarı arttıkça parayı başarının sembolü olarak görme eğilimi artacaktır.

H6b: Kişilerin harcama miktarı arttıkça bütçelerine özen gösterme eğilimleri azalacaktır.

H6c: Kişilerin harcama miktarı arttıkça parayı şeytan olarak görme eğilimleri azalacaktır.

3. METOT

Bu çalışmada hipotezlerin test edilebilmesi için ilk önce seçilen örneklem üzerinde, kullanılan ölçeklere ilişkin açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği ortaya konulduktan sonra ülkeler arasında karşılaştırma yapabilmek için Multivariate (çok yönlü) ANOVA testi yapılmıştır. Değişkenlerin birbiri ile olan ilişkilerine yönelik hipotezleri test edebilmek için de korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır.

3.1. Örneklem

Araştırma, Türkiye ve Kırgızistan'daki üniversite öğrencileri üzerinde olasılıklı olmayan tesadüfî örnekleme yöntemi (Walliman, 2006, s.78) ile gerçekleştirilmiştir. Örneklem olarak üniversite öğrencilerinin seçilmesinin nedeni, onların farklı coğrafi bölgelerden gelmiş olmaları sebebi ile içerisinde yaşadıkları toplumun genel kültürel değerlerini taşıma olasılığının da daha yüksek olabileceği

varsayımdır. Anket soruları öğrencilere dağıtılmış ve yaklaşık bir hafta içerisinde toplanmıştır. Araştırmaya katılan sayısı toplam 475'tir. Türk öğrenciler iki farklı gruba ayrılmıştır. Bunun nedeni farklı bir ülkede yaşamının kişilerin kültürel değerleri üzerinde de farklılık yaratabileceği öngörüsüdür. Araştırmaya katılanların genel yaş ortalaması 21,19 şeklindedir. Araştırmaya katılanların yaklaşık olarak yarısını erkekler, diğer yarısını da bayanlar oluşturmaktadır. Araştırmaya Türkiye'deki üniversite öğrencilerinden 207, Kırgızistan'daki Türk öğrencilerden 119 ve Kırgızistan vatandaşı olan 149 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan %23'ü köy ve kasabada, %37'si şehirde %35'lik kısmı ise büyük şehirde yetişmiştir. Aşağıdaki tabloda Araştırmaya katılanların demografik özellikleri Türkiye'de eğitim gören Türk öğrenciler (Türkiye I), Kırgızistan'da eğitim gören Türk öğrenciler (Türkiye II) ve Kırgızistanlı öğrenciler şeklinde gösterilmiştir (Bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Demografik Dağılımı

Demografik Faktörler		Türkiye I (207 kişi)	Türkiye II (119 kişi)	Kırgızistan (149 kişi)
Yaş aralığı		18-26	18-25	17-26
Ortalama Harcama		380\$	235\$	76\$
Cinsiyet	Erkek	%71	%85	%49
	Kadın	%29	%15	%51
Yetiştirme yeri	Köy veya kasaba	%11	%11	%63
	Şehir	%24	%67	%37
	Büyük şehir	%65	%22	--

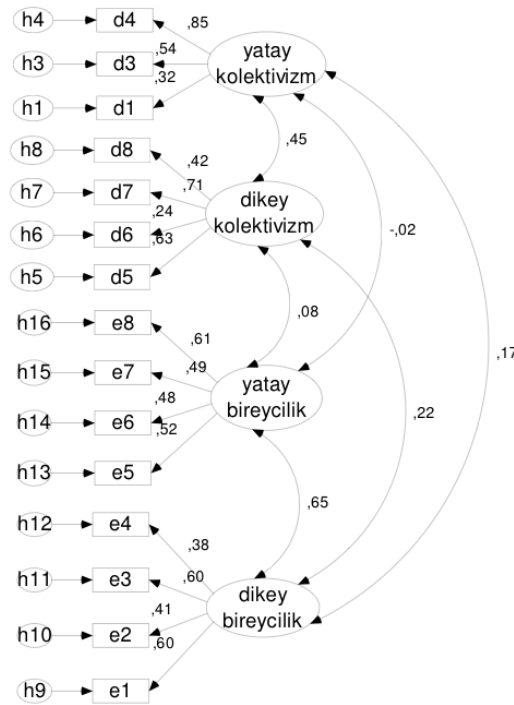
3.2. Ölçekler

Bireycilik ve kolektivizm ölçeği Xie vd.'nin (2006, 193) çalışmasından uyarlanmıştır. Bu ölçek ayrıca Li ve Aksoy (2007, 317) ile Chiou (2001, 673) tarafından da kullanılmıştır. Ölçek 5'li Likert tipi derecelendirme sistemi ile değerlendirilmiştir (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum 3=Fikrim yok, 4=Kesinlikle katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Orijinali İngilizce olan ölçekler Türkçe ve Kırgızcaya çeviri tekrar çeviri (translation-back-translation) yöntemi ile çevrilmiştir. Tablo 3'te ölçeğin maddelerine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 3. Yatay ve Dikey Bireycilik & Kolektivizm Açıklayıcı Faktör Analizi (SPSS 16 Sonuçları)

Maddeler	Yatay Bireycilik	Dikey Kolektivizm	Yatay Kolektivizm	Dikey Bireycilik
D1. Birlikte yaşadığım insanlar takdir edilirse ben bundan gurur duyarım.		0.535		
D2. Birlikte yaşadığım kişilerin iyi durumda olması benim için çok önemlidir.		---		
D3. Benim için mutluluk diğerleri ile birlikte zaman geçirmektir.		0.686		
D4. Diğerleri ile işbirliği içerisinde iken kendimi iyi hissederim.		0.803		
D5. Anne babalar ve çocuklar mümkün olduğunca hiç ayrılmamalıdır.			0.757	
D6. İstedğim pek çok diğer şeyi feda etmemi gerektirse de, ailemi öncelikli olarak düşünmek benim görevimdir.			0.527	
D7. Ne kadar büyük külfet getirirse de aile üyeleri birbirlerine sıkı sıkıya bağlanmalıdır.			0.701	
D8. Kendi fikrim farklı olsa da grubun verdiği kararı uygun görmek gerekir.			0.599	
E1. İşimi diğerlerinden daha iyi yapmam benim için önemlidir.				0.595
E2. Bu hayatta kazanmak her şeyden daha önemlidir.				0.660
E3. Rekabet doğanın kanunudur.				0.518
E4. Bir işi benden daha iyi yapan birisini görünce kendimi gergin hissederim.				0.716
E5. Başkasından güç almak yerine kendime güvenmeyi tercih ederim.	0.692			
E6. Çoğu zaman kendime, çok az zaman da başkalarına itibar ederim.	0.632			
E7. Sık sık sadece kendi bildiğimi yaparım.	0.546			
E8. Benim kişisel varlığım diğerlerinden bağımsızdır ve benim için çok önemlidir.	0.655			
Açıklanan Varyans	13,649	12,369	11,878	11,367
Özdeğer	2,047	1,855	1,782	1,705
Güvenilirlik (Cronbach Alfa)	0.605	0.555	0.485	0.562

Tablo 3'te on altı maddeden oluşan bireycilik ve kolektivizm ölçeğinin her bir faktör için faktör yükleri, özdeğer, açıklanan varyansı yer almaktadır. Yapılan faktör analizi sonucunda faktör yük değerleri 0,5 ve daha altında olan madde ölçekten çıkartılmış (Costello ve Osborne, 2005, 4) ve bundan sonraki analizlerde değerlendirilmeye alınmamıştır. Temel bileşenler yöntemi ile Varimax rotasyona tabi tutularak yapılan faktör analizinde 4 temel faktör ortaya çıkmıştır (Bkz. Tablo 3). Faktör analizi sonuçları Abraham (1997, s.182), Chiou (2001, s.673), Gouveia vd. (2003, s.54), Çukur vd. (2004, s.621) White (2005, s.79) ile Li ve Aksoy'un (2007, s.317) çalışmalarında elde ettikleri bulgular ile aynı doğrultudadır ve dört faktörün varlığına işaret etmektedir. Bu faktörlerin isimleri yatay bireycilik, dikey bireycilik, yatay kolektivizm ve dikey kolektivizmdir. Faktörlerin toplam açıklanan varyansı %49 olarak gerçekleşmiştir (Bkz. Tablo 3). Açıklayıcı faktör analizinden sonra ölçeğin yapısal geçerliliğini ölçmek amacı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır (Bkz. Şekil 1). Elde edilen sonuçlara göre uyum endeksleri $X^2/sd=2,921$, $RMSEA=0.064$, $GFI=0.931$ ve $AGFI=0.902$ olarak kabul edilebilir düzeyde gerçekleşmiştir (Hu ve Bentler, 1998, s.449, Hu ve Bentler, 1999, s.4, Reisinger ve Mavondo, 2006, s.57). Bu sonuçlar göstermektedir ki bireycilik ve kolektivizmin yatay ve dikey olmak üzere iki alt bileşeni bulunmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarını Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1. Bireycilik ve Kolektivizm Doğrulamalı Faktör Analizi AMOS 16 Sonuçları

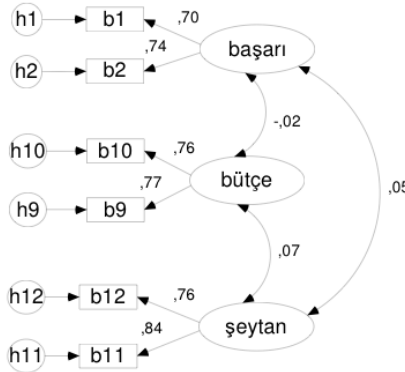
Para etiği ölçeği paranın algılanma boyutlarını içermektedir. Paranın boyutlarını anlayabilmek için Tang para etiği ölçeği geliştirmiş ve paranın çeşitli boyutlarını bulmuştur (Hoon ve Kim, 2001, s.160). Para etiği ölçeği, para tutumlarını ölçmek için en iyi geliştirilmiş ve sistematik olarak kullanılan bir ölçektir (Tang vd., 2002b, s.443, Tang vd., 2006, s.477, Mitchell ve Mickel 1999, s.568). Yakın zamanlarda Tang vd. (2002b, s.443) para etiği ölçeğinin çeşitli versiyonlarını geliştirmişlerdir. Tang vd. kişilerin paraya karşı olan tutumlarını ifade etmek amacı ile para etiği ölçeğini geliştirmişlerdir (Gbadamosi ve Joubert, 2005, s.755). Para etiği konusunda Luna- Arocas ve Tang (2004, s.339) para sevgisi ölçeğinin içerisinde de bütçe, şeytan ve başarı faktörleri ile beraber eşitlik ve motive edici faktörleri eklemişlerdir. Yine para etiği ile ilgili olarak Tang 58 maddelik ve 14 adet alt faktörün olduğu bir ölçek geliştirmiştir. Ancak bu ölçek spesifik araştırmalar için çok geniş ve geneldir (Du ve Tang, 2005, s.283). Bu sebepten, bu çalışmada altı maddelik para etiği ölçeği tercih edilmiştir.

Bu çalışmada kullanılan para etiği ölçeğinde üç alt bileşenden oluşmaktadır. Bunlar; bütçe, şeytan ve başarıdır. Kişinin dikkatli bir şekilde bütçe yapması ve harcamalarına çok dikkat etmesi bütçe faktörünü ifade etmektedir. Parayı bütün kötülüklerin kaynağı ve parayı şeytan icadı olarak görme şeytan faktörünü ifade etmektedir. Parayı başarının sembolü olarak görme ise başarı faktörü olarak ifade edilmektedir (Tang vd., 2006, s.478). Bu çalışmada Tang vd (2002a, s.549) para etiği ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 5'li Likert tipi derecelendirme sistemi ile değerlendirilmiştir (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum 3=Fikrim yok, 4=Kesinlikle katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Aşağıdaki tabloda (Tablo 4) ölçeğin açıklayıcı faktör analizi kapsamında faktör yükleri, faktör isimleri açıklanan varyans, özdeğer ve güvenilirlikleri (Cronbach Alfa) yer almaktadır.

Tablo 4. Para Etiği Açıklayıcı Faktör Analizi (SPSS 16 Sonuçları)

Maddeler	Şeytan	Bütçe	Başarı
B1. Para bu hayatta başarının sembolüdür.			0,864
B2. Para senin yeteneğinin ve gücünün ne kadar olduğunun iyi bir göstergesidir.			0,868
B9. Para bu hayatta başarının sembolüdür.		0,870	
B10. Para senin yeteneğinin ve gücünün ne kadar olduğunun iyi bir göstergesidir.		0,870	
B11. Para bu hayatta başarının sembolüdür.	0,903		
B12. Para yeteneğinin ve gücünün ne kadar olduğunun iyi bir göstergesidir.	0,906		
Açıklanan Varyans	27,304	25,301	25,088
Özdeğer	1,638	1,518	1,505
Güvenilirlik (Cronbach Alfa)	0,779	0,681	0,672

Tablo 4’te altı maddeden oluşan para etiği ölçeğinin her bir faktör için faktör yükleri, özdeğer, açıklanan varyansı yer almaktadır. Temel bileşenler yöntemi ile Varimax rotasyona tabi tutularak yapılan faktör analizi 3 temel faktör bulunmaktadır (Bkz. Tablo 4). Bu faktörler başarı, bütçe ve şeytandır. Faktörlerin toplam açıklanan varyansı %77,693 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuçlar, bundan önceki Tang vd (2002a, s.549) yaptıkları çalışmayı destekler niteliktedir. Dolayısı ile para etiği ölçeği para tutumlarının iyi bir ölçeğidir. Açıklayıcı faktör analizinden sonra ölçeğin yapısal geçerliliğini ölçmek amacı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre uyum endeksleri RMR=0.030 ve GFI=0.993 olarak kabul edilebilir düzeyde gerçekleşmiştir (Hu ve Bentler, 1998, s.449, Hu ve Bentler, 1999, s.4 ile Reisinger ve Mavondo, 2006, s.57). Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarını Şekil 2’de görebilmek mümkündür.



Şekil 2. Para Etiği Doğrulayıcı Faktör Analizi AMOS 16 Sonuçları

4. BULGULAR VE HİPOTEZ TESTİ SONUÇLARI

Bu çalışmada Türkiye’de okuyan üniversite öğrencileri, Kırgızistan’da eğitim gören Türk öğrenciler ve Kırgızistan’daki üniversite öğrencilerinin para etiği, bireycilik ve kolektivism değişkenleri arasındaki ilişkileri irdelemektedir. Tüm örneklem için Pearson korelasyon katsayıları Tablo 5’te görünmektedir. Tablo 5’te araştırmada kullanılan değişkenler arasında anlamlı korelasyonlar bulunduğu görülmektedir.

Tablo 5. Korelasyon Analizi (Tüm Örneklem)

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	
1. Yatay kolektivizm	1							
2. Dikey kolektivizm	0.175**	1						
3. Yatay bireycilik	-0.072	0.052	1					
4. Dikey bireycilik	0.029	0.096*	0.316**	1				
5. Başarı	0.007	0.005	0.103*	0.250**	1			
6. Bütçe	-0.038	0.068	0.005	0.025	-0.035	1		
7. Şeytan	-0.137**	0.023	0.023	0.002	0.070	0.035	1	
8. Harcama Miktarı	0.168**	-0.027	0.055	-0.07	-0.012	-0.118*	-0.209**	1

* p < .05 - ** p < .01

4.1. MANOVA ve Ortalama Farklılıkları

Bireycilik ve Kolektivizm: Dört faktörden oluşan bireycilik ve kolektivizm ölçeği ülke bağımsız değişken olarak kabul edilerek çok değişkenli varyans analizine (MANOVA) tabi tutulmuştur. Sonuçlar göstermektedir ki istatistiksel olarak kapsamlı temel etki anlamlıdır (p<0.001). Daha sonra yapılan tek olasılık değişkeni (univariate) F testi göstermektedir ki üç grup arasında sadece yatay kolektivizm için ortalama farklılıkları bulunmaktadır (F=23.003, p=0.000).

Tablo 6. Yatay ve Dikey Bireycilik Kolektivizmin Ortalama ve Standart Sapmaları

Faktör	Tüm Örneklem	Türkiye I	Türkiye II	Kırgızistan III	Tukey Testi
1. Yatay kolektivizm	3.957 (0.739)	4.193 (0.604)	3.888 (0.798)	3.686 (0.759)	I > II, III
2. Dikey kolektivizm	3.922 (0.918)	3.865 (0.743)	4.025 (0.905)	3.920 (1.126)	
3. Yatay bireycilik	3.596 (0.772)	3.624 (0.760)	3.493 (0.820)	3.639 (0.747)	
4. Dikey bireycilik	3.485 (0.779)	3.401 (0.738)	3.540 (0.892)	3.555 (0.730)	

F değişim değeri(7.844): 7.603, Wilks' Lambda: 0.879, p < 0.000 Tek yönlü varyans analizinden sonra Tukey Testi: p<0.05 Parantez içi standart sapmayı diğer değer ise ortalamayı göstermektedir. Türkiye I;Türkiye'de yaşayan Türk öğrencilerini Türkiye I: Kırgızistan'da yaşayan Türk öğrencilerini ifade etmektedir.

Bu anlamlı sonuçtan sonra tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Tukey's testi yapılarak üç grup arasındaki ortalama farklılıkları araştırılmıştır (Bkz. Tablo 6). Elde edilen sonuçlara göre yatay kolektivizm ortalamaları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yatay kolektivizm ortalaması Türkiye'deki üniversite öğrencilerinde Kırgızistan'daki Türk öğrenciler ve Kırgızlardan daha yüksek olarak gerçekleşmiştir (1>2, 3). Bireycilik ortalamalarına ilişkin ise gruplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu sonuçlara göre araştırmanın *H1a* ve *H1b* hipotezleri reddedilmiştir.

Para etiği: Üç faktörden oluşan para etiği ölçeği ülke bağımsız değişken olarak kabul edilerek çok değişkenli varyans analizine (MANOVA) tabi tutulmuştur. Sonuçlar göstermektedir ki istatistiksel olarak kapsamlı temel etki anlamlıdır (p<,000). Daha sonra yapılan tek olasılık değişkeni (univariate) F testi göstermektedir ki üç grup arasında iki faktör için ortalama farklılıkları bulunmaktadır. Bu faktörler başarı (F= 3,706, p= 0,025) ve şeytandır (F= 50,183, p= 0,000).

Tablo 7. Para Etiği Ölçeği Ortalama ve Standart Sapmalar

Faktör	Tüm Örneklem	Türkiye I	Türkiye II	Kırgızistan III	Tukey Testi
1. Başarı	2.703 (1.093)	2.565 (1.048)	2.718 (1.239)	2.874 (0.996)	I < III
2. Bütçe	3.621 (1.031)	3.591 (1.052)	3.579 (1.120)	3.697 (0.843)	
3. Şeytan	2.727 (1.179)	2.413 (1.067)	2.365 (1.121)	3.462 (0.951)	I,II < III

F değişim değeri(16.913)= 3.737, Wilks' Lambda: 0.814, p <0.000, Tek yönlü varyans analizinden sonra Tukey Testi: p<0.05 Parantez içi standart sapmayı diğer değer ise ortalamayı göstermektedir. Türkiye I;Türkiye'de yaşayan Türk öğrencilerini, Türkiye III: Kırgızistan'da yaşayan Türk öğrencilerin ifade etmektedir.

Elde edilen bu anlamlı sonuçtan sonra tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Tukey's testi yapılarak üç grup arasındaki ortalama farklılıkları araştırılmıştır (Bkz. Tablo 7). Türkiye'de yaşayan üniversite öğrencilerine göre Kırgızistanlı öğrenciler parayı daha fazla başarının sembolü olarak görmektedirler (I < III). Bütçe faktöründe gruplar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu sonuçlara göre araştırmanın $H2a$ ve $H2b$ hipotezleri reddedilmiştir. Kırgızistanlı öğrenciler, Türkiye'de eğitim gören Türk öğrenciler ve Kırgızistan'da eğitim gören Türk öğrencilere göre parayı daha fazla şeytanın kaynağı olarak görmektedirler (I,II < III). Bu sonuca göre araştırmanın $H2c$ hipotezi kabul edilmiştir.

4.2. Regresyon Analizi Sonuçları

Katılımcıların harcama, yatay ve dikey kolektivizm ve bireycilik düzeyleri bağımsız değişken olarak ele alınmış ve para etiği (faktör başarı, bütçe ve şeytan) üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu amaçla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 8,9,10 ve 11'de sırasıyla tüm örneklem, Türkiye I, Türkiye II ve Kırgızistan için çoklu regresyon analizi sonuçlarını R^2 (modelin açıklanan toplam varyansı), R (çoklu korelasyon değeri), β (standardize edilmiş katsayılar), F (modelin anlamlılığı) ve t (bağımsız değişkenin bağımlı değişkene etkisi) değerleri şeklinde görmek mümkündür.

Tablo 8. Regresyon Analizi Sonuçları (Tüm Örneklem)

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler					
	Başarı		Bütçe		Şeytan	
	β	t	β	t	β	t
Harcama Miktarı	-0.012	-0.236	-0.110	-2.125*	-0.175	-3.473**
Yatay Kolektivizm	0.047	0.919	-0.008	-0.144	-0.168	-3.283**
Dikey Kolektivizm	-0.033	-0.660	0.072	1.408	0.048	0.971
Yatay Bireycilik	0.010	0.197	0.039	0.749	0.041	0.800
Dikey Bireycilik	0.261	5.136**	-0.017	-0.316	0.013	0.252
R^2	0.072		0.01		0.075	
R	0.269		0.137		0.274	
F	6.231		1.541		6.437	

* p < 0.05 - ** p < 0.01

Tüm örneklem: Regresyon analizi sonuçlarına göre, başarı faktörü ile dikey bireycilik ($\beta=0.261$, $p<0.01$) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Bu sonuç dikey bireycilik eğiliminin artmasına paralel olarak parayı başarının sembolü olarak görme eğiliminin de arttığını göstermektedir. Buna karşın kolektivizm ile başarı faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Dolayısı ile çalışmanın *H3* hipotezi tüm örneklem için kabul edilmiştir. Faktör bütçe üzerinde bireycilik ve kolektivizmin herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuca göre *H4* hipotezi reddedilmiştir. Yatay kolektivizm ile faktör şeytan arasında ($\beta=-0.168$, $p<0.01$) anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu anlamlı sonuç göstermektedir ki yatay kolektivist eğilimlerdeki bir artış parayı şeytan olarak görme eğilimini azaltmaktadır (Bkz. Tablo 8). Bu sonuçlara göre çalışmanın *H5* hipotezi tüm örneklem için kabul edilmiştir.

Tüm örneklem sonuçları göstermektedir ki; başarı faktörü ile harcama miktarı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Dolayısı ile çalışmanın *H6a* hipotezi tüm örneklem için reddedilmiştir. Buna karşın harcama miktarı bütçe faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bir göstergesidir ($\beta = -0.110$, $p<0.05$). Bu sonuç harcama miktarı arttıkça bütçeye verilen önemin azaldığını göstermektedir. Dolayısı ile çalışmanın *H6b* hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen sonuçlar göstermektedir ki parayı şeytan olarak görme ile harcama miktarı ($\beta=-0.175$, $p<0.01$) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre harcama miktarındaki artış parayı şeytan olarak görme eğiliminin azalışa yol açmaktadır. Dolayısı ile çalışmanın *H6c* hipotezi tüm örneklem için kabul edilmiştir.

Tablo 9. Regresyon Analizi Sonuçları (Türkiye I)

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler					
	Başarı		Bütçe		Şeytan	
	β	t	β	t	β	t
Harcama Miktarı	0.115	1.571	-0.200	-2.570*	0.093	1.186
Yatay Kolektivizm	-0.076	-0.952	-0.074	-0.876	-0.139	-1.621
Dikey Kolektivizm	0.076	0.951	0.113	1.328	0.134	1.561
Yatay Bireycilik	-0.023	-0.301	0.049	0.614	-0.025	-0.304
Dikey Bireycilik	0.376	5.008**	-0.012	-0.146	0.049	0.611
R ²	0.160		0.050		0.031	
R	0.400		0.224		0.176	
F	6.198		1.727		1.048	

* $p < 0.05$ - ** $p < 0.01$

Türkiye I: Sonuçlar göstermektedir ki; başarı faktörü ile kolektivizm değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Başarı faktörü ile dikey bireycilik ($\beta=0.376$, $p<0.01$) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dikey bireycilik eğiliminin artması parayı başarı olarak görme eğiliminin artmasında etkilidir. Bu sonuçlara göre çalışmanın *H3* hipotezi Türkiye I örneklemini için kabul edilmiştir. Faktör bütçe üzerinde bireycilik ve kolektivizmin herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuçlara göre *H4* hipotezi Türkiye I örneklemini için reddedilmiştir. Sonuçlar göstermektedir ki parayı şeytan olarak algılama faktörü ile bireycilik ve kolektivizm arasında istatistiksel olarak herhangi bir ilişki bulunmamaktadır (Bkz. Tablo 9). Bu sonuçlara göre, *H5* hipotezi reddedilmiştir.

Harcama değişkeni ile başarı faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Dolayısı ile araştırmanın *H6a* hipotezi reddedilmiştir. Harcama değişkeni faktör bütçenin istatistiksel olarak anlamlı bir göstergesidir ($\beta = -0.200$, $p<0.05$). Bu sonuç göstermektedir ki harcanan paranın miktarı arttıkça bütçeye verilen önem azalmaktadır. Bu sonuçlara göre çalışmanın *H6b* hipotezi kabul edilmiştir. Harcama değişkeni ile parayı şeytan olarak algılama arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Dolayısı ile araştırmanın *H6c* hipotezi reddedilmiştir.



Tablo 10. Regresyon Analizi Sonuçları (Türkiye II)

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler					
	Başarı		Bütçe		Şeytan	
	β	t	β	t	β	t
Harcama Miktarı	0.206	2.000*	-0.244	-2.290*	0.106	0.981
Yatay Kolektivizm	0.248	2.351*	-0.147	-1.351	-0.211	-1.910
Dikey Kolektivizm	-0.076	-0.707	-0.032	-0.285	-0.025	-0.227
Yatay Bireycilik	0.171	1.514	0.008	0.072	-0.087	-0.735
Dikey Bireycilik	0.079	0.725	-0.016	-0.143	0.012	0.109
R ²	0.136		0.080		0.057	
R	0.368		0.282		0.239	
F	2.729		1.506		1.056	

* p < 0.05 - ** p < 0.01

Türkiye II: Sonuçlar göstermektedir ki; başarı faktörü ile bireycilik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Yatay kolektivizm ($\beta=0.248$, $p<0.05$) başarı faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bir göstergesidir. Yatay kolektivist eğilimlerdeki bir artış parayı başarının sembolü olarak görme eğilimini arttırmaktadır. Bu sonuçlara göre Türkiye II örneklemini için $H3$ hipotezi reddedilmiştir. Bütçe faktörü üzerinde bireycilik ve kolektivizmin herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Buna göre araştırmanın $H4$ hipotezi reddedilmiştir. Diğer faktör olan şeytan ile bağımsız değişkenler arasında istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı ilişki bulunmadığı için (Bkz. Tablo 10). $H5$ hipotezi reddedilmiştir.

Harcama miktarı ($\beta=0.206$, $p<0.05$) başarı faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bir göstergesidir. Bu sonuçlara göre Kırgızistan'da eğitim gören Türk öğrenciler için harcama miktarındaki artış parayı başarının sembolü olarak görme eğilimini arttırmaktadır. Dolayısı ile çalışmanın $H6a$ hipotezi kabul edilmiştir. Harcama değişkeni bütçe faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bir göstergesidir ($\beta=-0.244$, $p<0.05$). Bu sonuç harcama miktarı arttıkça bütçeye verilen önemin azaldığını göstermektedir. Bu sonuca göre $H6b$ hipotezi kabul edilmiştir. Harcama değişkeni ile parayı şeytan olarak algılama arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Dolayısı ile $H6c$ hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 11. Regresyon Analizi Sonuçları (Kırgızistan)

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler					
	Başarı		Bütçe		Şeytan	
	β	t	β	t	β	t
Harcama Miktarı	0.155	1.898	0.115	1.385	0.191	2.309*
Yatay Kolektivizm	0.083	0.982	0.140	1.635	-0.116	-1.360
Dikey Kolektivizm	-0.080	-0.957	0.131	1.536	0.067	0.794
Yatay Bireycilik	-0.066	-0.773	0.043	0.497	0.125	1.439
Dikey Bireycilik	0.242	2.778**	-0.032	-0.367	-0.090	-1.025
R ²	0.087		0.056		0.069	
R	0.296		0.237		0.262	
F	2.644		1.646		2.012	

** p < 0.01 - * p < 0.05

Kırgızistan: Kırgızistan örneklemini göstermektedir ki; başarı faktörü ile kolektivizm arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Buna karşın başarı faktörü ile dikey bireycilik arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır ($\beta=0.242$, $p<0.01$). Bu sonuca göre $H3$ hipotezi kabul edilmiştir. Faktör bütçe üzerinde bağımsız değişkenlerin herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Dolayısı ile $H4$ hipotezi reddedilmiştir. Bireycilik ve kolektivizm ile parayı şeytan olarak algılama arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamış ve araştırmanın $H5$ hipotezi reddedilmiştir.

Modeldeki diğer sonuçlara göre, harcama miktarı ile başarı ve bütçe faktörleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bu sonuçlara göre araştırmanın *H6a* ve *H6b* hipotezleri reddedilmiştir. Harcama miktarı ile faktör şeytan arasında ($\beta=0.191, p<0.05$) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Kırgız üniversite öğrencilerinin harcama miktarı arttıkça parayı şeytan olarak görme eğilimi de artmaktadır (Bkz. Tablo 11). Bu sonuca göre *H6c* hipotezi reddedilmiştir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada on altı maddeden ve dört faktörden oluşan bireycilik ve kolektivizm ölçeği kullanılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda bireycilik ve kolektivizmin yatay ve dikey olmak üzere alt boyutları tespit edilmiştir. Daha sonra bu alt boyutlar için gruplar arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmada elde edilen sonuçlara göre Türkiye’de okuyan üniversite öğrencilerinin yatay kolektivizm eğilimleri Kırgızistan’da okuyan Türk öğrencilerden ve Kırgızistanlı öğrencilerden daha yüksek olarak gerçekleşmiştir. Diğer bir ifade ile karşılıklı bağımlılık, kendini diğerlerine benzer olarak algılamak, diğerleri ile ortak hedefleri vurgulamak Türkiye’deki öğrenciler için, diğer gruplara göre daha fazla önem taşımaktadır. Kırgızistan’da meydana gelen hızlı ekonomik ve sosyal dönüşümler yatay kolektivist eğilimlerin bu ülkede azalmasına yol açmış olabilir.

Bu çalışmada kullanılan ve paraya ilişkin tutumları gösteren para etiği ölçeği altı maddeden ve üç faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler; başarı, bütçe ve şeytandır. Bu üç faktör araştırmaya katılan gruplar için karşılaştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre Kırgız öğrenciler Türkiye’de okuyan Türk üniversite öğrencilerine göre daha fazla parayı başarının bir sembolü olarak görmektedirler. Bu sonuç Kırgızistan’da Sovyet modelinden kopuşu ve kapitalist dünyaya adapte olma sürecinde paranın toplum içerisindeki artan önemini göstermektedir. Zira Kırgızistan bağımsızlığını kazandıktan sonra, ülkede paranın gücünün çok açık bir şekilde ortaya çıkmaya başlamıştır. Ayrıca, sosyalist ekonomi içerisinde para biriktirmeye ve paraya sahip olmaya izin verilmezken, kapitalist piyasa ekonomine geçişten sonra bu yasak ortadan kalkmıştır. Toplum içerisinde kısa sürede büyük servet elde eden küçük bir azınlığın ortaya çıkması, lüks tüketim mallarını sadece onların kullanabilmeleri, onlara karşı toplumda bir hayranlık uyandırdığını ve geniş halk kitlelerinin parayı başarının sembolü olarak görmesi üzerinde etkili olduğu söylenilebilir.

Kırgızistanlı öğrenciler için para, Türk öğrencilerden daha fazla şeytan olarak algılanmaktadır. Sovyet döneminde ülkeye girilmesine izin verilmeyen tüketim malları, ülke bağımsızlığını kazandıktan sonra yaygın bir şekilde kendisini göstermektedir. Gelir düzeyi yüksek olan kesimin lüks tüketime yönelmesi, onların toplumun diğer kesiminden üstün algılanmasına yol açmıştır. Kırgızistan bağımsızlığını kazandıktan sonra sosyalist ekonomiden kapitalist ekonomiye geçiş süreci yaşamıştır. Bu süreç toplum kesimleri çok acımasız olmuş, gelir dağılımı bozulmuş, işsizlik ve buna bağlı olarak da göç artmıştır. Toplum içerisinde küçük bir kesim oldukça zenginleşirken, büyük çoğunluk ise geçim sıkıntısı çekmeye başlamıştır. Bu durum bir tarafta lüks içerisinde yaşayan bir azınlığı ortaya çıkarırken, diğer taraftan çoğunluğun sefaletine yol açmıştır. Paraya karşı gelişen bu olumsuz tutuma ortaya çıkan bu problemlerin yol açması muhtemeldir.

Bu çalışmada geliştirilen hipotezler doğrultusunda bireycilik ve kolektivizmin para etiği ile olan ilişkisini ortaya koyabilmek için regresyon analizi yapılmıştır. Tüm örneklem, Türkiye I ve Kırgızistan örneklemleri için regresyon analizi sonuçları göstermektedir ki yüksek düzeyde dikey bireycilik eğilimine sahip olanlar parayı başarının sembolü olarak görmektedirler. Kırgızistan’da okuyan Türk öğrenciler için harcama miktarı ve yatay kolektivist eğilimlerdeki artış parayı başarının sembolü olarak görme eğilimini de arttırmaktadır.



Tüm örneklem, Türkiye I ve Türkiye II örneklemleri için harcama miktarındaki bir artış bütçeye verilen önemin azalmasının bir göstergesidir. Tüm örneklem için harcama miktarındaki ve yatay kolektivist eğilimlerdeki bir artış parayı şeytan olarak görme eğilimini azaltmaktadır. Buna karşın Kırgız öğrencilerde harcama miktarındaki artış parayı şeytan olarak görme eğilimini azaltmaktadır. Bu sonuç Tang vd.'nin (2002b, s.448) bulguları ile örtüşmektedir.

Sonuç olarak bu çalışmada Türkiye ve Kırgızistan'daki üniversite öğrencilerinin bireycilik ve kolektivizm ile para etiği algıları karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve bu değişkenler arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Ükelere yönelik bireycilik, kolektivizm ve para etiği ile ilgili olarak karşılaştırılmalı pek çok araştırma yapılmıştır. Ancak bu Türkiye ve Kırgızistan'ı karşılaştıran ilk araştırma olarak ifade edilebilir. Ayrıca bireycilik ve kolektivizmin para etiğinin ile ilişkisi ilk olarak bu çalışmada ortaya koyulmuştur. İleride yapılacak çalışmalarda bu iki ülkede farklı meslek ve toplumsal grupların karşılaştırması ve o gruplarda da bu türden ilişkilerin araştırılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Abraham, R. (1997).** The Relationship of Vertical and Horizontal Individualism and Collectivism to Intrapreneurship and Organizational Commitment, *Leadership & Organization Development Journal*, 18(4): 179–186
- Bengtson; V. L. (1975).** Generation and Family Effects in Value Socialization, *American Sociological Review*, Vol. 40(3): 358- 371
- Bernardi, R. A. (2006).** Associations between Hofstede's Cultural Constructs and Social Desirability Response Bias, *Journal of Business Ethics* 65(1): 43-53
- Burggraave, R. (1995).** The Ethical Meaning of Money in the Thought of Emmanuel Levinas, *Ethical Perspectives*, 2 (1): 11- 16
- Chen, X. ve Li, S. (2005).** Cross-National Differences in Cooperative Decision-Making in Mixed-Motive Business Contexts: The Mediating Effect of Vertical and Horizontal Individualism, *Journal of International Business Studies*, 36: 622-636
- Chiou, J. (2001).** Horizontal and Vertical Individualism and Collectivism among College Students In The United States, Taiwan, and Argentina, *The Journal of Social Psychology*, 141(5), 667-678
- Costello, A. B. ve Osborne, J. W. (2005).** Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most from Your Analysis, *Practical Assessment Research & Evaluation*, (10)7: 1-9
- Çukur, C. Ş., De Guzman, M., R. T. ve Carlo G. (2004).** Religiosity, Values, And Horizontal and Vertical Individualism-Collectivism: A Study of Turkey, The United States, And The Philippines, *The Journal Of Social Psychology*, 144(6): 613-634
- Du, L. ve Tang, T. L. (2005).** Measurement Invariance across Gender and Major: The Love of Money among University Students in People's Republic of China, *Journal of Business Ethics* 59: 281-293

- Dyne, L. V., Vandewalle, K., Tatiana, L., Michael E. ve Cummings, L. L. (2000).** Collectivism, Propensity to Trust And Self- Esteem as Predictors of Organizational Citizenship in A Non- Work Setting, *Journal Of Organizational Behavior*, 21(1): 3- 23
- Fitzpatrick; J., S., Feng; D., Crawford, D., Tsorell, G. ve Morgan-Fleming, B. (2006).** Social Values and Self-Disclosure: A Comparison of Chinese Native, Chinese Resident (in U.S.) and North American Spouses, *Journal of Comparative Family Studies* 37(1): 113-2
- Franke, R. H., Hofstede, G. ve Bon, M. H. (1991).** Cultural Roots of Economic Performance: A Research Note, *Strategic Management Journal*, Special Issue: Global Strategy, 12:165- 173,
- Furnham, A. (1996).** Attitudinal Correlates and Demographic Predictors of Monetary Beliefs and Behaviors, *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 17, No. 4, 375 - 388
- Geletkanycz; M. A. (1997).** The Saliency of Culture's Consequences': The Effect of Cultural Values On Top Executive Commitment To The Status Quo, *Strategic Management Journal*, 18(8): 615-634
- Gouveia, V. V., Clemente, M. ve Espinosa, P. (2003).** The Horizontal and Vertical Attributes of Individualism and Collectivism in A Spanish Population, *The Journal Of Social Psychology*, 143(1): 43-63
- Hofstede, G. (1984a).** *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Edition: 2, Abridged, Illustrated, SAGE, USA
- Hofstede, G. (1984b).** The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept, *Academy Of Management Review*, 9(3): 389- 398
- Hofstede, G. (2001).** *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations*, 2nd. Edition, Sage Publication, Inc. USA
- Hofstede, G., McCrae, R. R. (2004).** Personality and Culture Revisited: Linking Traits and Dimensions of Culture, *Cross-Cultural Research*, 38(1): 52-88
- Hofstede, G. (2006).** What Did GLOBE Really Measure? Researchers' Minds Versus Respondents' Minds, *Journal Of International Business Studies* 37: 882-896
- Hoon, L. S., Lim, V. K.G. (2001).** Attitudes towards Money and Work Implications for Asian Management Style Following the Economic Crisis, *Journal of Managerial Psychology*, 16(2): 159-172
- Hu, L. and Bentler, P. M. (1998).** Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification, *Psychological Methods*, Vol. 3(4): 424-453
- Hu, L. and Bentler, P. M. (1999).** Cutoff Criteria for Fit Indexes In Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6: 1-55.
- Jackson, T. (2001).** Cultural Values and Management Ethics: A 10-Nation Study, *Human Relations*; 54(10): 1267- 1302
- Kale, S. H. ve Barnes, J. W. (1992).** Understanding the Domain of Cross- National Buyer-Seller Interactions, *Journal of International Business Studies*, 23(1): 101- 132
- Karabati, S. ve Say, A. I. (2005).** Relating Work Values to Societal Values: Evidence from the Turkish Business Context, *Cross Cultural Management*, 12(2): 85- 107,



- Li, F. ve Aksoy, L. (2007).** Dimensionality of Individualism–Collectivism and Measurement Equivalence of Triandis and Gelfand’s Scale, *Journal of Business and Psychology*, 21(3): 313-329
- Luna-Arocas, R. ve Tang, T. L. (2004).** The Love of Money, Satisfaction, and The Protestant Work Ethic: Money Profiles Among University Professors in the U.S.A. and Spain, *Journal of Business Ethics*, 50(4): 329-354
- Miller, J. G. ve Schaberg, L. (2003).** Cultural Perspectives on Personality and Social Psychology, *Handbook Of Psychology, Volume 5, Personality And Social Psychology*, Volume Editors, Theodore Millon, John Wiley and Sons Publication, Hoboken, New Jersey. USA
- Mitchell, T. R. ve Mickel, A. E. (1999).** The Meaning Of Money: An Individual- Difference Perspective, *The Academy of Management Review*, 21(3): 568- 578
- Morris, M. H., Davis, D. L. ve Allen, J. W. (1994).** Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross-Cultural Comparisons of The Importance of Individualism Versus Collectivism, *Journal Of International Business Studies*, 25(1): 65- 89
- Park, H., Rehg, M. T. ve Lee, D. (2005).** The Influence of Confucian Ethics and Collectivism on Whistleblowing Intentions: A Study of South Korean Public Employees, *Journal of Business Ethics* 58: 387-403
- Parkers, L. P., Schneider, S.K. ve Bochner, S. (1999).** Individualism- Collectivism and Self-Concept: Social or Contextual?, *Asian Journal of Social Psychology* 2: 367- 383
- Probst, T. M. ve Lawler, J. (2006).** Cultural Values As Moderators of Employee Reactions to Job Insecurity: The Role of Individualism And Collectivism, *Applied Psychology: An International Review*, 55: 234–254
- Ralston, D. A., Holt, D. H., Terpstra, R. H. ve Kai- Chang, Y. (1997).** The Impact of National Culture and Economic Ideology an Managerial Work Values: A Study of the United States, Russia, Japan, and China, *Journal of International Business Studies*, 28(1): 177- 207
- Ralston, D. A, Holt, D. H., Terpstra, R. H. ve Kai-Cheng, Y. (1995).** The Impact of Culture And Ideology On Managerial Work Values: A Study Of The United States, Russia, Japan And China, *Academy Of Management Journal (Best Papers Proceedings, 1995)* 187- 191
- Ralston; D. A., Thang, N. ve Napier; N. K. (1999).** A Comparative Study of the Work Values of North and South Vietnamese Managers, *Journal of International Business Studies*, 30(4): 655- 672
- Reisinger, Y. ve Mavondo, F. (2006).** Structural Equation Modeling: Critical Issues and New Developments, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 21(4)
- Robertson; C. J, Al-Khatib, J. A. ve Al-Habib, M. (2002).** The Relationship between Arab Values and Work Beliefs: An Exploratory Examination, *Thunderbird International Business Review*; 44(5): 583- 601
- Ryckman, R. M. ve Houston, D.M. (2003).** Value Priorities in American and British Female and Male University Students, *The Journal of Social Psychology* 143(1): 127-138
- Singelis, T. M., Triandis, H. C., Bhawuk, D., & Gelfand, M. J. (1995).** Horizontal and Vertical Dimensions of Individualism and Collectivism: A Theoretical and Measurement Refinement. *Cross-Cultural Research*, 29: 240-275.

- Smith, P. B. (2006).** When, Elephants Fight The Grass Gets Trampled: The GLOBE And Hofstede Projects, *Journal of International Business Studies*, 37: 915-921
- Stern, M. J. (1996).** The Social Meaning of Money: Pin Money, Paycheck, Poor Relief, and Other Currencies, *Journal of Social History*, Vol. 29 pp. 967-969
- Takano, Y. ve Osaka, E. (1999).** An Unsupported Common View: Comparing Japan and the U. S. on Individualism/ Collectivism, *Asian Journal of Psychology*, 2: 311- 341
- Tang, T. L. (1990).** *The Meaning of Money: Extension and Exploration of the Money Ethic Scale in a Sample of University Student in Taiwan*, Department of Education, Educational Resources Information Center, ED 341 884, CG 023 979, 1- 10
- Tang, T. L., Furnham, A., Davis, G. M. (2002a).** The Meaning Of Money, The Money Ethic Endorsement and Work Related Attitudes in Taiwan, The USA And The UK, *Journal Of Managerial Psychology*, 17(7): 542- 563
- Tang, T. L., Kim, J. K. ve Tang, T. L. (2002b).** Endorsement of Money Ethic, Income, and Life Satisfaction, A comparison of Full-Time Employees, Part Time Employees, and Non-Employed University Students, *Journal of Managerial Psychology*, 17(6)442- 467
- Tang, T. L., Luna-Arocas, R., Sutarso, T. ve Tang, D. S. (2004).** Does The Love of Money Moderate and Mediate The Income – Pay Satisfaction Relationship?, *Journal Of Managerial Psychology*, 19(2): 111- 135
- Tang, T. L. ve Chiu, R. K. (2003).** Income, Money Ethic, Pay Satisfaction, Commitment, and Unethical Behavior: Is the Love of Money the Root of Evil for Hong Kong Employees?, *Journal of Business Ethics*, 46: 13–30
- Tang, T. L., Chen, Y. ve Sutarso, T. (2008).** Bad Apples In Bad (Business) Barrels, The Love Of Money, Machiavellianism, Risk Tolerance, And Unethical Behavior, *Management Decision*, 46(2): 243-263
- Tang; T. L., Tang; T., L. ve Homaifar, B. Y. (2006).** Income, The Love Of Money, Pay Comparison, And Pay Satisfaction, Race And Gender As Moderators, *Journal Of Managerial Psychology*, 21(5): 476-491
- Thozhur, S.; Riley, M., M. ve Szivas, E. (2006).** Money Attitudes and Pay Satisfaction of the Low Paid, *Journal of Managerial Psychology*, 21(2): 163-172
- Triandis, H. C. (2000).** Culture and Conflict, *International Journal of Psychology*, 35 (2): 145- 152
- Triandis, H. C. (2001).** Individualism-Collectivism and Personality, *Journal of Personality*, 69(6): 907- 924
- Triandis, H. C. (2006).** Cultural Aspects of Globalization, *Journal of International Management*, 12: 208–217
- Triandis, H. C. and Suh, E M. (2002).** Cultural Influences on Personality, *Annual Review of Psychology*, Academic Research Library, 53: 133- 160
- Uçkaç, B. C. (2007).** *Kırgızistan'da Serbest Ekonomi Bölgesi Uygulamaları Ve Ülke Ekonomisine Katkısı*, Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi



- Vitell, S., Paolillo, J. G. P. ve Singh, J. (2006).** The Role of Money and Religiosity in Determining Consumers' Ethical Beliefs, *Journal of Business Ethics*, 64: 117-124
- Voronov, M., Singer, J. A. (2002).** The Myth of Individualism-Collectivism: A Critical Review, *The Journal of Social Psychology*, 142(4): 461-480
- White, C. J. (2005).** Further Support of the Reliability and Construct Validity of the Horizontal and Vertical, Individualism and Collectivism Framework, *Management Research News*, 28(1): 77-81
- Williams, B. (2003).** The Worldview Dimensions of Individualism and Collectivism: Implications –for Counseling, *Journal of Counseling & Development*, 81(3): 370 - 374
- Walliman, N. (2006).** *Social Research Methods*, SAGE Publications, Great Britain
- Xie, L. J., Chen, Z. ve Roy, J. (2006).** Cultural and Personality Determinants of Leniency in Self-Rating among Chinese People, *Management and Organization Review*, 2(2): 181–207